

# Психология оценки и принятия решений

Скотт Плаус

The Psychology of Judgment and Decision Making

Scott Plous

Wesleyan University

Плаус С. Психология оценки и принятия решений / Перевод с англ. — М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1998. — 368 с.

ISBN 5-89568-083-6

ISBN 0-07-050477-6 (англ.)

УДК 159.955

ББК 88.4

П 37

Книга посвящена психологии принятия решений — теме, находящейся на стыке когнитивной и социальной психологии и практически не освещенной в современной литературе. Автор в доступной форме анализирует особенности восприятия, памяти, модели принятия решений, социальную сторону оценки, выбора и принятия решений, типичные ситуации. Книга насыщена примерами из реальной жизни, тестами и уникальными упражнениями. Она поможет читателю понять механизм формирования оценки и принятия решений, а значит, избежать многих ошибок, просчетов и ловушек, подстерегающих его на этом пути.

Издание будет интересно и полезно как специалистам, так и широкому кругу читателей.

Original edition copyright © 1993 by McGraw-Hill, Inc. All rights reserved.

© ИИД «Филинь», 1998

© Перевод на русский язык ИИД «Филинь», 1998

© Составление, оформление и репродуцируемый оригинал-макет ИИД «Филинь», 1998

## Содержание

|                                                      |    |
|------------------------------------------------------|----|
| Содержание.....                                      | 1  |
| Об авторе.....                                       | 5  |
| Предисловие.....                                     | 5  |
| Об этой книге.....                                   | 6  |
| Почему «сачки» стремятся работать в коллективе?..... | 6  |
| Вступительное слово автора.....                      | 8  |
| Замечания о психологическом экспериментировании..... | 9  |
| Благодарность.....                                   | 10 |
| Анкета.....                                          | 10 |
| Раздел I. Восприятие, память и контекст.....         | 18 |
| Глава 1. Избирательное восприятие.....               | 18 |
| Назовём вещи своими именами.....                     | 18 |
| Сила ожиданий.....                                   | 19 |
| Когда игра становится грубой.....                    | 20 |
| Эффект средств массовой коммуникации.....            | 22 |
| Закключение.....                                     | 22 |
| Глава 2. Когнитивный диссонанс.....                  | 23 |
| Притча о когнитивном диссонансе.....                 | 23 |
| И скучать можно с удовольствием.....                 | 23 |
| Теория самовосприятия.....                           | 25 |
| Пример предваряющего диссонанса.....                 | 25 |

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Другой пример предваряющего диссонанса.....                            | 26 |
| Примеры последующего после решения диссонанса.....                     | 27 |
| Заключение.....                                                        | 27 |
| Глава 3. Память и ретроспективные субъективные смещения.....           | 28 |
| Разрушенные воспоминания.....                                          | 29 |
| Приятные воспоминания.....                                             | 30 |
| Я все это знал.....                                                    | 31 |
| Ослабление ретроспективного предубеждения.....                         | 32 |
| Заключение.....                                                        | 33 |
| Глава 4. Зависимость от контекста.....                                 | 33 |
| Эффект контраста.....                                                  | 33 |
| Эффект первичности.....                                                | 36 |
| Эффект недавности.....                                                 | 36 |
| Эффект ореола.....                                                     | 38 |
| Заключение.....                                                        | 39 |
| Раздел II. Как вопросы влияют на ответы.....                           | 40 |
| Глава 5. Гибкость.....                                                 | 40 |
| Эффекты порядка.....                                                   | 41 |
| Псевдомнения.....                                                      | 42 |
| Псевдомнения в политике.....                                           | 43 |
| Отфильтровывание псевдомнений.....                                     | 44 |
| Несогласованность установок.....                                       | 45 |
| Снова в пути.....                                                      | 46 |
| Притча для нашего времени.....                                         | 46 |
| И вновь несогласованность.....                                         | 47 |
| Заключение.....                                                        | 48 |
| Глава 6. Последствия формулирования и построения вопросов.....         | 48 |
| Хитрое назначение.....                                                 | 49 |
| Открытые приоритеты.....                                               | 49 |
| Социальная желательность.....                                          | 51 |
| Позволить или не позволить?.....                                       | 52 |
| Оформление.....                                                        | 52 |
| Горькая пилюля.....                                                    | 53 |
| Логика вычитания.....                                                  | 54 |
| Психологический учет.....                                              | 55 |
| Заключение.....                                                        | 56 |
| Раздел III. Модели принятия решений.....                               | 57 |
| Глава 7. Теория ожидаемой полезности.....                              | 57 |
| Теория ожидаемой выгоды.....                                           | 58 |
| Дополнения.....                                                        | 59 |
| Заключение.....                                                        | 60 |
| Глава 8. Парадоксы рациональности.....                                 | 60 |
| Парадокс Аллаиса.....                                                  | 60 |
| Парадокс Элсберга.....                                                 | 62 |
| Нетранзитивность.....                                                  | 63 |
| Обратимость предпочтений.....                                          | 64 |
| Действительно ли нарушения теории ожидаемой выгоды нерациональны?..... | 66 |
| Заключение.....                                                        | 66 |
| Глава 9. Описательные модели принятия решений.....                     | 66 |
| Удовлетворенность.....                                                 | 67 |
| Теория перспективы.....                                                | 67 |

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| Эффект убежденности.....                                    | 70  |
| Псевдоуверенность.....                                      | 71  |
| Теория раскаяния.....                                       | 71  |
| Выбор со множеством атрибутов.....                          | 72  |
| Некомпенсирующие стратегии.....                             | 73  |
| Более важные параметры.....                                 | 73  |
| Заключение.....                                             | 74  |
| Раздел IV. Эвристика и субъективные смещения.....           | 75  |
| Глава 10. Эвристика репрезентативности.....                 | 75  |
| Клинический прогноз в сравнении с предположительным.....    | 76  |
| Заключение.....                                             | 76  |
| Глава 11. Эвристика доступности.....                        | 77  |
| Доступность выходит боком.....                              | 77  |
| Отречение.....                                              | 77  |
| Заключение.....                                             | 78  |
| Глава 12. Вероятность и риск.....                           | 78  |
| Рекомендации.....                                           | 79  |
| Заключение.....                                             | 80  |
| Глава 13. Привязка и подгонка.....                          | 80  |
| Думая о невообразимом.....                                  | 81  |
| Заключение.....                                             | 82  |
| Глава 14. Восприятие случайностей.....                      | 83  |
| Невероятное совпадение.....                                 | 83  |
| Учиться поступать случайно.....                             | 84  |
| Заключение.....                                             | 84  |
| Глава 15. Корреляция, причинность и контроль.....           | 85  |
| Помощь, которая не помогает.....                            | 85  |
| Заключение.....                                             | 86  |
| Глава 16. Теория атрибуции.....                             | 86  |
| Недостаток консенсуса.....                                  | 88  |
| Выпуклость.....                                             | 89  |
| Фундаментальная ошибка атрибуции.....                       | 90  |
| Моя ситуация — это ваша диспозиция.....                     | 91  |
| Перемена мест.....                                          | 92  |
| Клинические импликации.....                                 | 93  |
| Другие предрассудки атрибутивности.....                     | 94  |
| Заключение.....                                             | 95  |
| Раздел V. Социальная сторона оценки и принятия решений..... | 96  |
| Глава 17. Социальные воздействия.....                       | 96  |
| Социальная фасилитация.....                                 | 97  |
| Социальная лень.....                                        | 98  |
| Сцена 1: «отстань от девушки!».....                         | 98  |
| Сцена 2: видение в тоннеле.....                             | 99  |
| Сцена 3: собрать кусочки.....                               | 99  |
| Вмешательство свидетеля.....                                | 100 |
| Теория социального сравнения.....                           | 101 |
| Сигналы тех, кто похож.....                                 | 101 |
| Социальное болеутоляющее.....                               | 102 |
| Конформизм.....                                             | 103 |
| Влияние меньшинства.....                                    | 104 |
| Групповое мышление.....                                     | 105 |

|                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------|-----|
| Заключение.....                                               | 106 |
| Глава 18. Групповые оценки и решения.....                     | 106 |
| Ошибки и предубеждения групп.....                             | 106 |
| Групповая поляризация.....                                    | 107 |
| Заключение.....                                               | 112 |
| Раздел VI. Типичные ловушки.....                              | 113 |
| Глава 19. Самоуверенность.....                                | 113 |
| Случай Джозефа Кидда.....                                     | 113 |
| Экстремальная самоуверенность.....                            | 115 |
| Когда самоуверенность становится уголовным преступлением..... | 116 |
| Градуирование.....                                            | 116 |
| Тест для самопроверки переоценки себя.....                    | 118 |
| Корреляция между уверенностью и точностью.....                | 118 |
| Как можно снизить переоценку?.....                            | 120 |
| Заключение.....                                               | 121 |
| Глава 20. Пророчества, сбывающиеся сами собой.....            | 122 |
| Опять угадал.....                                             | 122 |
| Самосохраняющиеся социальные убеждения.....                   | 123 |
| Эффект Пигмалиона.....                                        | 124 |
| В умах людей.....                                             | 125 |
| Расовые стереотипы.....                                       | 125 |
| Заключение.....                                               | 126 |
| Глава 21. Поведенческие ловушки.....                          | 127 |
| Классификация ловушек.....                                    | 128 |
| Ловушки отсрочки.....                                         | 128 |
| Ловушки неведения.....                                        | 129 |
| Ловушки вклада.....                                           | 129 |
| Ловушки ухудшающейся ситуации.....                            | 130 |
| Коллективные ловушки.....                                     | 131 |
| Сколько вы заплатите за доллар?.....                          | 132 |
| По колено в грязи.....                                        | 133 |
| Великий исход.....                                            | 134 |
| Заключение.....                                               | 135 |
| Послесловие: взгляд назад.....                                | 135 |
| Предубеждения не всегда иррациональны.....                    | 136 |
| Рекомендуемая литература.....                                 | 142 |
| Дополнительная литература.....                                | 143 |
| Заимствованные рисунки и таблицы.....                         | 164 |
| Авторский указатель.....                                      | 165 |
| Предметный указатель.....                                     | 170 |

## Предисловие 9

Почему «сачки» стремятся работать в коллективе? 11

Вступительное слово автора 15

Анкета 19

Раздел I: Восприятие, память и контекст 29

Глава 1: Избирательное восприятие 31

Глава 2: Когнитивный диссонанс 39

Глава 3: Память и ретроспективные субъективные смещения 49

Глава 4: Зависимость от контекста 58

Раздел II: Как вопросы влияют на ответы 71

|                                                           |          |
|-----------------------------------------------------------|----------|
| Глава 5: Гибкость                                         | 73       |
| Глава 6: Последствия формулирования и построения вопросов | 89       |
| Раздел III: Модели принятия решений                       | 105      |
| Глава 7: Теория ожидаемой полезности                      | 107      |
| Глава 8: Парадоксы рациональности                         | 113      |
| Глава 9: Описательные модели принятия решений             | 124      |
| Раздел IV: Эвристика и субъективные смещения              | 139      |
| Глава 10: Эвристика репрезентативности                    | 141      |
| Глава 11: Эвристика доступности                           | 155 (8:) |
| Глава 12: Вероятность и риск                              | 166      |
| Глава 13: Привязка и подгонка                             | 183      |
| Глава 14: Восприятие случайностей                         | 192      |
| Глава 15: Корреляция, причинность и контроль              | 202      |
| Глава 16: Теория атрибуции                                | 217      |
| Раздел V: Социальная сторона оценки и принятия решений    | 235      |
| Глава 17: Социальные воздействия                          | 237      |
| Глава 18: Групповые оценки и решения                      | 254      |
| Раздел VI: Типичные ловушки                               | 267      |
| Глава 19: Самоуверенность                                 | 269      |
| Глава 20: Пророчества, сбывающиеся сами собой             | 285      |
| Глава 21: Поведенческие ловушки                           | 296      |
| Послесловие: взгляд назад                                 | 310      |
| Рекомендуемая литература                                  | 321      |
| Дополнительная литература                                 | 323      |
| Заимствованные рисунки и таблицы                          | 353      |
| Авторский указатель                                       | 355      |
| Предметный указатель                                      | 360      |

## Об авторе

Скотт Плаус — доцент психологии Уэслианского университета. Он окончил университет Миннесоты и получил степень доктора философии по кафедре психологии в Стэнфордском университете, где после этого посвятил два года изучению политической психологии. Два года Плаус читал курс лекций в Иллинойском университете (кампус Чампейн-Урбана).

Скотт Плаус — лауреат различных наград и премий, в том числе стипендии фонда Макартуров, премии Оллпорта, премии Слассера за лучшее эссе по вопросам мира. Он преподает курс по оценке и принятию решения, по социальной психологии, статистике и исследовательским методам. Им опубликовано более 20 статей в таких периодических изданиях, как *Psychology Today*, *Psychological Science*, *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, *Journal of Conflict Resolution* и *Journal of Applied Social Psychology*.

Однако Плаус более известен своими исследованиями психологии гонки ядерных вооружений, а также работами, центральной темой которых стали этические споры об отношении к животным и окружающей среде. В 1991 году он опубликовал свою первую большую работу, посвященную обзору идей борцов за права животных, интересуется вопросами, посвященными роли животных в человеческом обществе. Кроме научной работы, Плаус является политическим и деловым консультантом в многочисленных проектах, полученные знания легли в основу данной работы.

*П. Дж. З. и К. М., которые верили, когда другие не верили*

## Предисловие

Чтобы выяснить, как психологией определяется действие, обратимся к социальной психологии. В последние годы именно эта область стала основной в поисках понимания человеческих мыслей, чувств и поведения. Социальная психология включает в себя также ряд дисциплин, появившихся в результате ее взаимодействия с другими науками, например, такие новые области знания, как психология социального познания, психология общественного развития, взаимоотношений личности и социума и т.д.

Социопсихология помогает в области наиболее сложных для изучения общественных проблем. Как наиболее общая область психологии, она включает в себя и психофизиологию, и психологию мира, и проблемы студента- неудачника, и разъяснение опасности заболевания СПИДом. Новые политические и экономические изменения, происходящие в Европе и Азии, и крушение просоветских коммунистических режимов побудили социопсихологов исследовать новые пути установления демократии и свободы выбора в странах, где общество долгое время находилось под гнетом авторитаризма.

**McGraw-Hill Series in Social Psychology** представляет собой реализацию вклада в науку наиболее видных исследователей, теоретиков и практиков нашего дела. Каждый автор нашей серии объединяет в своей работе точное научное знание со стремлением донести его до самых широких читательских кругов: педагогов, исследователей, студентов и всех, кого интересуют рассмотренные в книге вопросы. В этой серии мы стремились дать наиболее полный материал по социальной психологии, указывая в названии как общую, так и более узкую направленность работы. Преподаватели могут использовать любую из этих книг как дополнение к основному материалу лекции или выбранные из них тексты для углубленной проработки материала. (10:)

## Об этой книге

Тогда как когнитивные психологи лишь наметили границы исследования, указав на определенные недостатки традиционной «рациональной» модели принятия решений, социопсихологи значительно обогатили эту область знания, раздвинув ее границы во многих направлениях. Опираясь на наработки этого нового и оригинального соединения дисциплин, Скотт Плаус показывает, что социальная перспектива оценки и принятия решений может дать практические советы для избавления от множества бытовых проблем в повседневной жизни. Плаус не только дает доступный обзор исследовательской литературы, его книга предлагает значительное количество поясняющих примеров, новых терминов и интересных выводов.

Что, на мой взгляд, читатели найдут наиболее притягательным здесь, так это соединение высокой образованности и присущего Плаусу интереса к созданию эффективного комплекса рекомендаций по общению для наиболее широкой аудитории: от студентов до бизнесменов, врачей и национальных лидеров. В этой книге много педагогических находок, новых формул, обогащающих старые идеи, уникальных упражнений по критической оценке, делающих обучение увлекательным, в ней представлены также провокационные сопоставления несвязанных, казалось бы, ситуаций. Словом, редко встретишь первую книгу молодого ученого, предлагающую так много и для многих по столь насущным вопросам.

Филипп Зимбардо

## Почему «сачки» стремятся работать в коллективе?

Российский читатель отнюдь не избалован переводной литературой по социальной и когнитивной психологии. До недавнего времени все издания этого рода легко можно было пересчитать буквально по пальцам одной руки, причем некоторые из них пользовались повышенным спросом и считались хорошими лишь потому, что на безрыбье, как говорится, и рак — рыба. В настоящее время ситуация понемногу исправляется. Особенно радуют переводы таких фундаментальных обзорных книг, как «Когнитивная психология» Р. Солсо

(1966), «Социальная психология» Д. Майерса (1997), «Психология личности» Л. Хьелла и Д. Зиглера (1997).

Если исходить из принципа экономии мышления и прочих ценных ресурсов, то можно, конечно, удовлетвориться перечисленными выше работами. Однако в этом случае нас ждет неприятный сюрприз. Большинство вопросов, которые рассматриваются в книге С. Плауса, обращены к области пересечения когнитивной и социальной психологии, а она-то как раз хуже всего освещается в иных, даже очень внушительных по объему, монографиях, в том числе и упомянутых.

Нет сомнений, что книга Скотта Плауса будет интересна во многих отношениях как для широкого круга читателей, так и для специалистов. Прежде всего в ней привлекает внушительный по объему фактический материал, представленный общедоступно и увлекательно. При этом автору удастся лаконично и в то же время достаточно точно передать саму суть. Книга служит прекрасным образцом простого, ясного и вполне научного стиля изложения.

Немаловажно отметить, что Скотт Плаус принадлежит к той категории авторов, которые не выискивают недостатки в работах своих коллег, не относятся к ним лишь как к соперникам и (12:) оппонентам. Свою задачу он видит в том, чтобы предложить читателю наиболее интересные и ценные результаты исследований большого научного сообщества. Именно этот жанр является более трудным и конструктивным, чем изрядно приевшийся жанр резкой критики, язвительной оценки и так называемой методологической рефлексии, которая в своем высокомерии порой отрицает даже элементарные принципы научности.

Вся книга проникнута каким-то светлым и бодрым духом уважения к проблемам, методам и процессу познания людей, к исследователям, да и к самим исследуемым. И это при всем том, что по большей части описываемые эксперименты обнаруживают у испытуемых всевозможные заблуждения и предубеждения, ошибки и просчеты, непоследовательности и противоречия как в суждении, так и поведении. При желании автор вполне мог бы снабдить титульный лист подзаголовком вроде «как легко нас одурачить» или «книга о нормальной человеческой глупости». И хотя глупость не знает никаких границ, совершенно невозможно поверить, что подобные исследования в нашей стране были бы опубликованы при развитом социализме, разве что с грифом «совершенно секретно». И очень жаль, ибо такие исследования ценны не только тем, что они демонстрируют человеческие недостатки, но и своим терапевтическим эффектом. Как писал в XVIII веке Георг Лихтенберг, «наши слабости нам уже не вредят, когда мы их знаем». Скотт Плаус еще более усиливает этот терапевтический эффект с помощью ценных советов и рекомендаций в конце многих глав.

Представленные в этой книге факты убедительно показывают, что несмотря на провозглашенную М. Вебером и рядом других социологов всеобщую рационализацию экономики, политики, образа жизни и мышления, несмотря на удлинение сроков образования и высокий уровень жизни, люди по-прежнему весьма далеки от идеала рационального поведения. Их когнитивные процессы подвержены влиянию собственной мотивации (эффекты пристрастности) и мнений окружающих людей (эффекты конформности). Сами когнитивные процессы опираются не на строгие и исчерпывающие алгоритмы, а на шаткие, полуосознанные и ненадежные эвристики. Так что и в двадцатом веке не перевелись еще герои, принимающие таз для бритья за Мамбринов шлем, хотя лабораторные эксперименты по (13:) конформизму заканчиваются, как правило, не столь трагически, как изобразил в своем великом романе Сервантес.

Чрезвычайно любопытные результаты получены в исследованиях, сравнивающих эффективность одной и той же деятельности, выполняемой либо коллективно, либо индивидуально. Если судить по приводимым в книге данным, оказывается, что общая производительность коллектива не достигает суммы производительностей индивидуумов. То, что целое не равно сумме своих частей, известно давно, но получается, что оно и не лучше этой суммы. Иначе говоря, в коллективе, несмотря на все старания его членов, им не удастся

достигнуть своих максимальных показателей. Этот вывод сделан как в отношении физических видов деятельности, так и интеллектуальных. Теперь понятно, почему «сачки» стремятся работать в коллективе?! Кстати сказать, наблюдения за командами знатоков в популярной теле-игре «Что? Где? Когда?», на мой взгляд, довольно часто находятся в согласии с результатами психологических экспериментов, выяснявших, какие способы взаимодействия в команде ведут к наилучшим решениям. Команде нужен интеллектуальный лидер (в книге он назван зловещим словом «диктатор»), который имел бы моральное право отвергнуть коллективное мнение, если он уверен в своем.

Тем из читателей, кто стремится получить от чтения максимум пользы, С. Плаус предлагает не полениться и ответить на вопросы специально подготовленной им анкеты (она приведена в самом начале текста). Позже, по ходу знакомства с материалом, у них появится возможность сравнить свой стиль мышления и поведения с тем, который обнаруживается в экспериментальных ситуациях. Данный способ вовлечения читателя в обсуждаемые проблемы гораздо более продуктивен, чем трафаретные формы навязчивого «общения», когда автор то и дело обращается к мнимому читателю, а настоящий читатель реально содрогается от чрезмерного количества неуместных директив мнимого автора.

Нет смысла дополнительно комментировать изложенные в книге эксперименты. С. Плаус превосходно это делает сам. Остается только добавить, что он не ограничивается описанием лишь экспериментов и фактов. Не меньше внимания уделено и теоретическим представлениям западных психологов о процессах принятия решения, суждений (особенно типа каузальных (14:) атрибуций), мотивации, изменения установок (аттитюдов). Здесь возникает немало поводов и соблазнов спорить, возражать, интерпретировать факты посредством других теоретических понятий. Например, введенное советским психологом А. Н. Леонтьевым понятие личностного смысла вполне подходит для психологического анализа истории из еврейского фольклора, которая остроумно использована в главе 2 в качестве иллюстрации теории когнитивного диссонанса Л. Фестингера.

Однако нельзя забывать, что научная ценность теории, при прочих равных обстоятельствах, доказывается ее экспериментальной продуктивностью — способностью порождать новые и красивые факты, двигать вперед искусство эксперимента. С этой точки зрения надо признать блестящим успехом теорию деятельности А. Н. Леонтьева, когда с ее помощью П. И. Зинченко в конце 30-х годов открыл несколько эффектов памяти, причем один из них американские психологи «открыли» спустя почти 40 лет и назвали «эффектом генерации» (подробно об этом написано в предисловии ко второму изданию книги П. И. Зинченко «Непроизвольное запоминание»).

Есть все основания надеяться, что книга С. Плауса поможет молодым и начинающим исследователям в когнитивной и социальной психологии, а также всем, кому просто интересны результаты исследований в этих быстро развивающихся областях психологии, познакомиться с современным искусством психологического эксперимента, которое далеко ушло от классических, но устаревших образцов второй половины прошлого столетия.

**В. Г. Мещеряков**

## **Вступительное слово автора**

Сегодня американцы могут выбирать в супермаркетах более чем 25 тысяч товаров, читать любые из 11 тысяч журналов и газет, смотреть каналы более чем 50 телестанций (Уилльямс, 1990, 14 февраля). Таким образом, они постоянно сталкиваются с проблемой выбора.

Как же люди принимают решения? Как они отсеивают ненужную информацию, не утонув в океане альтернатив? И каковы факторы, определяющие их путь?

В этой книге вашему вниманию предлагаются некоторые варианты ответов, рассматривается множество экспериментальных исследований. Она предназначена для желающих получить представление о психологических исследованиях в области вынесения

оценок и принятия решений. Мы надеемся, что эта занимательная книга заставит вас задуматься о психологии принятия решений.

Книга состоит из шести разделов. Первые два содержат несколько основных блоков вынесения оценок и принятия решения: восприятия, памяти, ситуации и формы вопроса. В третьем и четвертом разделах исторические модели принятия решения противопоставляются современным моделям, учитывающим существование различных предубеждений при вынесении суждений. В пятом разделе рассматриваются суждения, сделанные группами и по поводу групп. В шестом разделе обсуждаются распространенные ловушки, в которые попадают люди, делая вывод и принимая решение. Каждая глава задумана как относительно самостоятельный обзор темы, представленной так, что читатели могут с легкостью опускать главы или знакомиться с ними в любом порядке.

Книга начинается с Анкеты для читателей. Она составлена из вопросов, которые так или иначе отражают то, о чем мы будем говорить дальше. Заполнив Анкету, вы сможете сравнить свои ответы с изложенными в книге ответами людей, полученными в процессе изучения. Иногда они будут совпадать с ними, иногда нет. Во всяком случае, у вас будет письменное свидетельство (16:) того, каков был ваш собственный стиль суждения и принятия решений до того, как вы прочтете эту книгу. Поскольку ваши ответы на вопросы будут обсуждаться на протяжении всей книги, очень важно, чтобы вы заполнили Анкету *до* прочтения какой-либо из глав.

## **Замечания о психологическом экспериментировании**

Для читателя, не знакомого с психологией, некоторые термины и экспериментальные процедуры, обсуждаемые в этой книге, могут показаться грубыми или бесчувственными. Например, участники эксперимента обозначаются безлично как «испытуемые». Некоторые экспериментальные процедуры первоначально вводят участников в заблуждение относительно настоящего назначения исследования так, что конечные результаты демонстрируют в основном предвзятость или в какой-то степени ущербность человеческих решений.

Эти факторы очень важны и заслуживают некоторых комментариев.

Во-первых, причиной использования термина «испытуемый» является то, что это слово часто более точно, чем такие типичные, как «личность» или «индивид», а также менее неуклюже, чем «участник» или «доброволец». Слово «испытуемый» — стандартное для психологии — не означает, что психологи относятся к ним, как к неодушевленным объектам. Фактически, истинным «испытуемым» психологического исследования является не участник эксперимента как таковой, а его *поведение*.

Во-вторых, существует несколько причин, по которым обман иногда присутствует в психологических исследованиях. Во многих случаях испытуемым дают неопределенные или ложные «главные темы» и, таким образом, они не попадают под влияние истинной цели эксперимента. Например, при исследованиях групповой динамики испытуемым могут сказать, что проводится эксперимент по «обучению и памяти», чтобы отвлечь внимание от деления их на группы. В других случаях обман применяется, чтобы смоделировать ситуацию, которую иным способом невозможно создать. Например, в эксперименте по исследованию творческих возможностей добровольцы могут быть выбраны случайно для получения положительных или отрицательных (17:) реакций в ответ на их решения проблем. Если бы они заранее были информированы, что они будут получать случайные ответы, тогда они не смотрели бы на них, как на значащие.

Хотя существуют достаточно веские аргументы против использования обмана в исследованиях (Уорвик, 1975, февраль), важно отметить, что Американская ассоциация психологов (1989) установила ряд правил этического порядка, защищающих испытуемых в случае использования обмана. Правила предусматривают, что испытуемому должны сообщать об эксперименте достаточно для того, чтобы он мог дать основанное на этой

информации согласие на участие в исследованиях; обман должен использоваться только, когда без него нельзя обойтись; испытуемые должны быть защищены от ущерба и серьезных неудобств; испытуемый может отказаться от участия в эксперименте в любой момент; информация о его личности считается конфиденциальной, и любая используемая для обмана информация должна быть указана после окончания эксперимента. Большинство университетов требуют от исследователей неукоснительного соблюдения этих правил.

Наконец, существует несколько причин, по которым изучение отклонений и недостатков (их значительно больше в жизни) оказывается важнее исследования успехов (Канеман, 1991). Академические журналы предпочитают публиковать результаты исследований, опровергающие обыденную интуицию. В результате — опубликовано гораздо больше исследований, посвященных именно неудачам в процессе принятия решений. В этом отношении профессиональные издания идут по пути газет и журналов, стремящихся удивить и заинтриговать читателя. Согласно одной оценке (Кристенсен-Шалански и Бич, 1984), журнальные статьи обращаются к исследованиям неудачных решений в шесть раз чаще, чем к исследованиям удач. Поскольку эта книга написана как введение к исследованиям по психологии вынесения суждения и принятия решения, она, естественно, отражает более широкий спектр интересов исследователей.

Есть, однако, и более важная причина сосредоточиться на неудачах. Ошибки в принятии решений зачастую более поучительны, чем успехи, особенно, когда последние становятся нормой. Внимание этой книги к неудачам и просчетам не означает, что большинство людей не умеют принимать верные решения, но ошибки нагляднее показывают, как происходит этот (18:) процесс, так же как поломки автомобиля заставляют нас обратить внимание на устройство мотора. Следуя объяснению Ричарда Нисбетта и Ли Росса (1980, с. xii), этот подход основан «на той же посылке, которой руководствуются наши коллеги, исследующие иллюзии восприятия или расстройства рассудка, — убеждении, что природа мыслительных структур и процессов может быть раскрыта в отклонениях, которые они порождают».

И, конечно, акцент на ошибках дает дополнительное преимущество в легкости использования результатов. Если вы узнаете, что та или иная ситуация постоянно приводит к отклонениям и ошибкам, то сможете избежать ее или вовремя исправить положение. Чтобы содействовать этому процессу, я включил в книгу примеры из повседневной жизни: медицины, права, бизнеса, образования, контроля над ядерными вооружениями (моя специализация) и других областей. В самом деле, большинство выводов этой книги достаточно общедоступно, и это позволяет мне заверить читателей, еще не слишком знакомых с исследованиями по психологии оценки и принятия решений: *здорово пользоваться результатами опытов, описанными в этой книге, вы сможете легче избегать ошибок, просчетов и ловушек, а также лучше понимать решения, принятые другими людьми.*

## Благодарность

Я хочу поблагодарить за помощь на ранней стадии работы над этой книгой Джоела Брокнера, Баруха Фишхоффа, Нэнси Галахер, Бет Лофтус, Дункана Люса, Дейва Майерза, Хезера Нэша, Джима Плауса, Поля Словика, Джанет Снайзек, Марка Шнайдера, Амоса Тверски, Вилема Вагенаара, Элле Вебер, Фила Зимбардо.

Я также благодарен за помощь в библиотечной работе Тамре Уилльямс, Хезеру Нэшу и Стивену Либерготту.

Было приятно работать с членами редколлегии издательства *McGraw-Hill*.

За любовь, поддержку и ободрение на всем пути благодарю Дайану Эрсепке.

**Скотт Плаус**

## Анкета

**Очень важно, чтобы вы заполнили эту Анкету до чтения книги. Таким образом, вы**

не станете жертвой ретроспективных предубеждений или «эффекта всезнайки» (описываемых в 3 главе). Если вы предпочитаете не писать в книге, просто выпишите ответы на листок бумаги и используйте его как отметки в книге.

(1) Линде 31 год. Она не замужем, открытая и очень красивая. Она училась на философском факультете и, будучи студенткой, была очень озабочена проблемами дискриминации и социального неравенства, а также участвовала в демонстрациях протеста против ядерного вооружения. Отметьте более вероятную, на ваш взгляд, альтернативу:

- ☐ Линда — банковская служащая.
- ☐ Линда — банковская служащая и феминистка.

(2) Если вы столкнетесь со следующим выбором, что вы выберете:

- ☐ 100%-ную вероятность потери 50 долл.
- ☐ 25%-ную вероятность потери 200 долл. и 75%-ную вероятность не потерять ничего.

(3) Джон завистлив, упрям, склонен к критике, импульсивен, трудолюбив и умен. Насколько он, по-вашему, эмоционален (выбирайте в подобных вопросах *одну* оценку)?

Неэмоционален 1 2      3      4      5      6      7      8      9 Очень эмоционален

(4) Джим умен, умел, трудолюбив, дружелюбен, решителен, практичен и предусмотрителен. Как вы думаете, какие еще черты ему присущи? (Ответы обводите кружком.)

|                  |                      |
|------------------|----------------------|
| Щедр             | —— Скуп              |
| Несчастлив       | —— Счастлив          |
| Раздражителен    | —— Терпелив          |
| С чувством юмора | —— Без чувства юмора |

(20:)

(5) Этот вопрос предназначен только для студентов. Сравнивая себя с другими студентами вашего пола и возраста, как вы оцениваете (в процентах) вероятность того, что нижеперечисленные события могут произойти с вами?

(5a) У вас возникнут проблемы с алкоголем.

- ☐ 60+
- ☐ 40
- ☐ 20
- ☐
- ☐ 20
- ☐ 40
- ☐ 60+

(5б) Вы приобретете собственный дом.

- ☐ 60+
- ☐ 40
- ☐ 20
- ☐
- ☐ 20

- ☐ 40
- ☐ 60+

(5в) После окончания института вы будете зарабатывать более 15000 долларов.

- ☐ 60+
- ☐ 40
- ☐ 20
- ☐
- ☐ 20
- ☐ 40
- ☐ 60+

(5г) Вы получите инфаркт до 40 лет.

- ☐ 60+
- ☐ 40
- ☐ 20
- ☐
- ☐ 20
- ☐ 40
- ☐ 60+

(6) Являясь президентом авиакомпании, вы вложили 10 млн. долларов в разработку самолета, невидимого для радаров, (21:) самолета- невидимки. Когда проект был завершен на 90%, конкурирующая фирма начала продавать самолеты- невидимки, которые к тому же быстрее и экономичнее ваших. Вопрос: будете ли вы вносить оставшиеся 10% средств в завершение разработок?

- ☐ Нет, не имеет больше смысла вкладывать деньги в этот проект.
- ☐ Да, внеся уже 10 млн. долларов, я должен довести дело до конца.

(7) Как вероятней умереть в США:

- ☐ Быть раздавленным упавшими обломками самолета.
- ☐ Быть съеденным акулой.

(8) Из каждой пары выберите причину смерти, на ваш взгляд, более распространенную в США:

- ☐ Диабет — Убийство.
- ☐ Смерч — Молния.
- ☐ Автокатастрофа — Рак желудка.

(9) Обдумайте следующий исторический сценарий: «Правительство некоторой страны, расположенной недалеко от супердержавы А, после обсуждения неких партийных перемен начало расширять свои торговые отношения с супердержавой Б. Чтобы остановить эти перемены, супердержава А посылает свои войска и путем военного вмешательства восстанавливает прежнее правительство».

(9а) Что за страна супердержава А?

- ☐ СССР
- ☐ США

(9б) Насколько вы уверены в своем ответе?

Совсем не уверен 1      2      3      4      5      6      7      8      9 Очень уверен

(10) Рассмотрите другой сценарий: «В 1960-х супердержава А организовала неожиданное вторжение в небольшую страну у своих границ с намерением свергнуть существующее правительство. Вторжение провалилось, и большинство оккупантов были убиты или взяты в плен».

(10а) Что за страна супердержава А?

- ☐ Q СССР  
☐ O США (22:)

(10б) Насколько вы уверены в своем ответе?

(11) Какой вариант развития событий в ближайшие 10 лет кажется вам наиболее вероятным?

- ☐ Тотальная атомная война между США и Россией.  
☐ Тотальная атомная война между США и Россией, в которую ни одна из стран вступать не собиралась, но обе были втянуты третьей страной, например, Ираком, Ливией, Израилем или Пакистаном.

(12) Лист бумаги сложили пополам, снова сложили, снова и снова. После ста сложений какой будет он толщины?

(12а) Мне кажется, что бумага будет толщиной \_\_\_\_\_.

(12б) Я на 90% уверен, что правильный ответ находится в промежутке между \_\_\_\_\_ и \_\_\_\_\_.

(13) Включая 29 февраля, в году 366 возможных дней рождения. Следовательно, 367 человек могут быть на 100% уверены, что двое из них родились в один день. Сколько людей могут быть уверены в этом на 50%?

(14) Представьте себе обследование 250 пациентов врачом-невропатологом.

#### ОПУХОЛИ

|                    |      | Есть | Нет |
|--------------------|------|------|-----|
| Головокружени<br>я | Есть | 160  | 40  |
|                    | Нет  | 40   | 10  |

(14а) Какие ячейки таблицы потребуются для отчета, определяющего связь головокружений с опухолями мозга?

- ☐ Верхняя левая  
☐ Нижняя левая  
☐ Верхняя правая  
☐ Нижняя правая

(14б) Согласно сведениям в таблице, головокружения связаны с опухолями мозга?

- ☐ Да  
☐ Нет  
☐ Не уверен

(15) Значение среднего коэффициента умственного развития (IQ) учеников 8 начальных школ в городе известно и равно 100. Вы выбрали наугад 50 детей для исследования. Первый ребенок показал IQ 150. Как вы полагаете, каким будет среднее значение IQ для всей группы?

ОТВЕТ \_\_\_\_\_

(16) В целом, считаете ли вы себя сторонником превосходства мужчин над женщинами?

- ☐ Да  
☐ Нет  
☐ Не уверен

(17) Если кровь всех людей в мире налить в кубический резервуар, как вы думаете, какой длины была бы его сторона?

Сторона была бы равна \_\_\_\_\_.

(18) Как вы думаете, какая из нижеследующих интерпретаций теста Роршаха наиболее ярко свидетельствует о мужском гомосексуализме? (Если вы никогда не слышали об этом тесте, просто пропустите вопрос). Пронумеруйте приведенные ниже интерпретации от 1 (наиболее указывающая на гомосексуализм) до 6 (наименее указывающая на гомосексуализм).

- \_\_\_\_\_ Человеческие фигуры неопределенного пола.  
 \_\_\_\_\_ Человеческие фигуры с мужскими и женскими чертами.  
 \_\_\_\_\_ Ягодицы или анальное отверстие.  
 \_\_\_\_\_ Гениталии.  
 \_\_\_\_\_ Искривленные, уродливые фигуры.  
 \_\_\_\_\_ Женская одежда.

(19) «Память похожа на шкаф с ящичками в мозгу, в которые мы складываем информацию и откуда мы можем доставать ее по мере необходимости. Иногда из ящичков что-то пропадает, и тогда мы говорим, что забыли».

Похоже ли это, по-вашему, на описание работы памяти?

- ☐ Да  
☐ Нет  
☐ Не уверен

(20) Человек купил лошадь за 60 долл. и продал ее за 70 долл., после чего опять купил ее за 80 долл. и продал за 90. Сколько он заработал?

Он заработал \_\_\_\_\_ долл.

(21а) Абсент — это:

- ☐ Ликер.  
☐ Минерал. (24:)

(21б) Какова вероятность того, что ваш ответ верен?

50%, 55%, 60%, 65%, 70%, 75%, 80%, 85%, 90%, 95%, 100%

(22) Без вычислений (секунд за пять) дайте приблизительный ответ  
 $8 \times 7 \times 6 \times 5 \times 4 \times 3 \times 2 \times 1 =$  \_\_\_\_\_

(23) Предположим, вы решили застраховаться от убытков, например, в случае пожара или наводнения. Однако стоимость страховки и выплачиваемая сумма не очень-то различаются.

Тогда вам предлагают программу так называемого «вероятностного страхования». Она состоит в том, что вы вносите половину страхового взноса, а компания покрывает ущерб в 50% случаев (например, только если дата несчастия пришлась на четное число), если же ущерб не покрывается, компания возвращает вам взнос в полном объеме.

Воспользуетесь ли вы такой страховкой?

- ☐ Да
- ☐ Нет

(24) Представьте, что, несмотря на ряд обстоятельств, вы хорошо справляетесь с различными тестами и проверками, другие же не слишком удачно выполняют задания. Чем вы склонны это объяснять?

- ☐ А: Мне доставались легкие задания.
- ☐ Б: Вероятно, другие обладают не слишком большими способностями.
- ☐ В: Я хорошо знаю материал.

Далее вам будут заданы некоторые вопросы относительно нижеследующих фраз. Пожалуйста, прочитайте их внимательно и продолжайте заполнять Анкету.

- Муравьи съели сладкое желе, которое было на столе.
- Муравьи были на кухне.
- Муравьи съели сладкое желе.
- Муравьи на кухне съели желе, которое было на столе.
- Желе было на столе.
- Муравьи на кухне съели желе.

(25) Если вы столкнетесь со следующим выбором, то что предпочтете:

- ☐ 100%-ную уверенность в потере 240 долл.
- ☐ 25%-ную вероятность потери 1000 долл. и 75%-ную вероятность того, что не потеряете ничего. (25:)

(26) Если вы столкнетесь со следующим выбором, то что предпочтете:

- ☐ 100%-ную уверенность в потере 750 долл.
- ☐ 75%-ную вероятность потери 1000 долл. и 25%-ную вероятность того, что не потеряете ничего.

(27) Как вы думаете, с какой наиболее важной проблемой сталкивается эта страна сегодня? Наиболее важной проблемой является \_\_\_\_\_

(28a) Если бы вам предоставили такой выбор, то вы бы

- ☐ предпочли гарантированное получение 1 млн. долл.
- ☐ рискнули бы: 10% получения 2,5 млн. долл.; 89% получения 1 млн. долл. и 1%-ная вероятность не получить ничего.

(28b) Если бы вам предоставили такой выбор, то вы бы

- ☐ предпочли 11%-ную вероятность получения 1 млн. долл. и 89%-ную вероятность не получить ничего.
- ☐ 10%-ную вероятность получения 2,5 млн. долл. и 90%-ную вероятность не получить

ничего.

(29) Представьте себе две урны, наполненные миллионами покерных фишек. В одной из них 70% красных фишек и 30% синих, а в другой 70% синих и 30% красных. Из одной урны взяли наугад 12 фишек: 8 красных и 4 синих. Какова вероятность того, что фишки взяты из той урны, где красных фишек больше?

ОТВЕТ: \_\_\_\_\_%

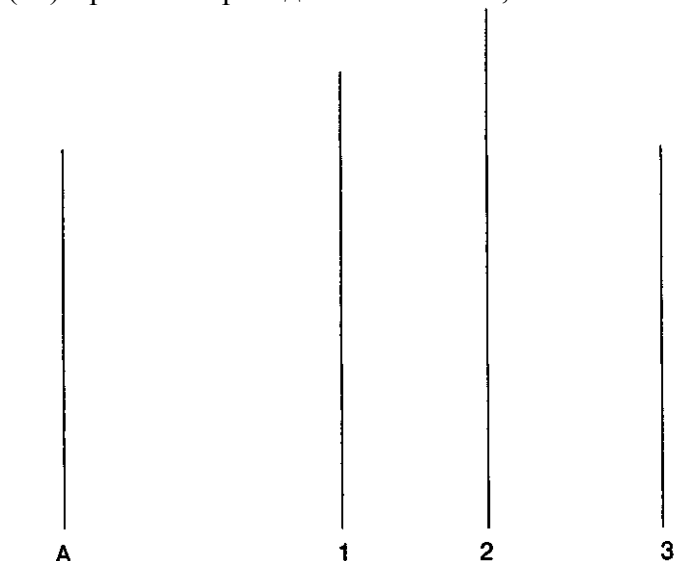
(30) Сколько бы вы заплатили, чтобы сыграть в игру по следующим правилам: монетка подкидывается до тех пор, пока не выпадет решка, причем ставка составляет (2 долл.)\*, где  $K$  — число подбрасываний, т.е. в первый раз — 2 долл., во второй — 4 долл., в третий — 8 долл. и т.д.

Я бы заплатил \_\_\_\_\_долл., чтобы сыграть в эту игру.

(31) Представьте, что монетку подбрасывают три раза и все три раза выпадает решка. Если бы вам предложили пари на 100 долл. на следующее бросание, на какую сторону вы бы поставили?

- ☐ Решка
- ☐ Орел
- ☐ Все равно (26:)

(32) Сравните приведенные линии 1, 2 и 3 с линией А. Какая из них равна ей?



- ☐ Линия 1.
- ☐ Линия 2.
- ☐ Линия 3.

(33) Как вы думаете, сколько раз буква f появляется в следующей фразе:

These functional fuses have been developed after years of scientific investigation of electric phenomena, combined with the fruit of long experience on the part of the two investigators who have come forward with them for our meetings today.

Буква f появляется в этой фразе \_\_\_\_\_раз.

(34) Не заглядывая в предыдущие страницы, скажите, появлялись ли там следующие фразы. Определите в процентах свою уверенность.

(34a) Муравьи съели желе, которое было на столе.

- ☐ Эта фраза появлялась ранее.

☐ Эта фраза ранее не появлялась.  
Я уверен на \_\_\_\_\_ % (27:)

(34б) Муравьи на кухне съели сладкое желе, которое было на столе.

☐ Эта фраза появлялась ранее.  
☐ Эта фраза ранее не появлялась.  
Я уверен на \_\_\_\_\_ %

(34в) Муравьи съели сладкое желе.

☐ Эта фраза появлялась ранее.  
☐ Эта фраза ранее не появлялась.  
Я уверен на \_\_\_\_\_ %

(35) Предположим, что оценки за школьные тесты связаны с оценками в колледже. Дано процентное отношение. Какие оценки в колледже должен иметь студент, получивший за школьный тест оценку 725?

| Процентное отношение | Школьный тест | GPA  |
|----------------------|---------------|------|
| Выше 10%             | >750          | >3,7 |
| Выше 20%             | >700          | >3,5 |
| Выше 30%             | >650          | >3,2 |
| Выше 40%             | >600          | >2,9 |
| Выше 50%             | >500          | >2,5 |

(36) Изменяет ли участие в голосовании за какого-то кандидата ваше мнение о вероятности его победы в выборах?

☐ Да  
☐ Нет  
☐ Не уверен

(37) Рассмотрите две структуры, приведенные ниже.

**Структура А:**  
 x x x x x x x  
 x x x x x x x  
 x x x x x x x

**Структура В:**

x x  
 x x  
 x x  
 x x  
 x x  
 x x  
 x x  
 x x  
 x x

(28:)

*Траекторией* будем называть линию, соединяющую X в верхней строчке и X в нижней строчке и проходящую только через один X в каждой строчке. Иными словами, в структуре А в траекторию входят три X, а в структуре Б — 8. По одному примеру траектории показано на каждом рисунке.

(37а) Через какую из структур можно провести больше траекторий?

☐ Структура А  
☐ Структура Б



серию из пяти карт в тахистоскопе (аппарате, способном показывать картинки очень короткий промежуток времени), варьируя длительность просмотра от одной сотой до целой секунды. Карты, которые показывались испытуемым, были очень похожи на те, что изображены на обложке этой книги. Взгляните, что это за карты. Вы заметили в них что-нибудь странное? Большинство людей, видевших эту обложку, не обратили внимание на то, что одна из карт — *черная* тройка червей. Брунер и Постман определили, что людям требуется в четыре раза больше времени, чтобы обнаружить ложную карту, чем для того, чтобы узнать (32:) настоящую. Кроме того, они сделали вывод, что большинство реакций на несоответствие виденного ожидаемому может быть отнесено к одному из четырех типов: доминантной реакции, компромиссу, отвергающей реакции или реакции узнавания.

*Доминантная реакция* в основе своей имеет то, что Брунер и Постман называли «отрицанием восприятия». Например, столкнувшись с черной тройкой червей, люди либо были убеждены, что это нормальная тройка червей, либо — что это нормальная тройка пик. В первом случае форма символов доминировала, а цвет заслонялся ожидаемым. Во втором случае доминировал цвет, а форма скрадывалась. В этом эксперименте 27 из 28 испытуемых (или 96%) продемонстрировали доминантную реакцию в том или ином виде.

Другой тип реакции — *компромиссный*. Скажем, некоторые испытуемые называли красную шестерку пик фиолетовой шестеркой пик, либо фиолетовой шестеркой червей. Другие считали черную четверку червей «серовой» четверкой пик или красную шестерку треф «трефовой шестеркой, освещенной красным светом» (не забывайте, что испытуемым показывали карты в тахистоскопе и они сообщали о своих мгновенных впечатлениях). Половина испытуемых проявила компромиссную реакцию при показе красных карт, 11% — при показе черных.

Третий вид реакции — *отвергающий*. В этом случае у людей возникают проблемы с формированием вообще какого-либо впечатления. Такое случается редко, но сразу бросается в глаза. Например, один испытуемый воскликнул: «Я не знаю, что это за черт, но это точно не игральная карта!» Более того, другой субъект сказал: «Вообще нет никакой масти, что бы это ни было. В тот момент это вообще не было похоже на игральную карту. Я не знаю, какого она была цвета и были ли это пики или черви. Господи, я вообще уже не знаю, как выглядят пики!»

Ну и, наконец, последний вид реакции на необычное — *узнавание*. Даже когда испытуемые понимали, что что-то не так, они иногда не воспринимали несоответствие. Шесть испытуемых прежде, чем они ясно понимали, что же именно было неправильно, думали, что символы на карте расположены как-то странно. Например, испытуемый, которому была показана красная шестерка пик, подумал, что символы были перевернуты, а увидевший черную четверку червей сказал, что «сердечки были повернуты не в ту сторону».

Эти результаты показали, что ожидания влияют на восприятие. Брунер и Постман писали: «Организация восприятия находится под сильным воздействием предубеждений, созданных прежними взаимодействиями с окружающей средой» (с. 222). Когда у людей достаточно практического опыта в определенной ситуации, они часто видят то, что ожидают.

Пункт 33 анкеты представляет собой еще один пример того, как опыт может помешать точному восприятию. Был задан вопрос, сколько раз буква *f* встречается в следующей фразе:

These functional fuses have been developed after years of scientific investigation of electric phenomena, combined with the fruit of long experience on the part of the two investigators who have come forward with them for our meetings today.

Большинство тех, для кого английский язык родной, называют меньшее число (Блок и Юкер, 1989). Правильный ответ — 11 (включая 4 раза, когда буква *f* появляется в слове «of»). Те, кто свободно читает текст, произносят «of» со звуком «v», и у них возникает больше проблем с подсчетом *f*, чем у незнающих английского, и, таким образом, опыт действительно снижает результативность.

## Сила ожиданий

Представьте, что вы студент колледжа, принимаете участие в эксперименте в рутгерской лаборатории по исследованию алкоголя. Вам говорят, что вы должны выпить водки с тоником, ждать 20 минут, пока алкоголь попадет в кровь, и после этого поговорить с лаборанткой и постараться произвести на нее как можно более благоприятное впечатление. После этого для вас смешивают напиток пропорционально вашему весу и провожают в отдельную комнату, где вы его пьете.

По прошествии 20 минут появляется лаборантка, садится напротив, строго смотрит вам в глаза и спрашивает, нервничаете ли вы, быстро ли бьется ваше сердце, и т.п.

Когда Г. Терренс Уилсон и Дэвид Абраме в 1977 году поставили этот опыт, то испытуемые, которым говорили, что они пьют водку с тоником, ощущали значительно меньшее усиление сердцебиения, чем те, кому говорили, что они пьют только тоник — независимо от того, потребляли ли те и другие (34:) алкоголь на самом деле. Сердцебиение зависело не от того, пили ли испытуемые водку, а от того, *верили* ли они в это. Ожидание оказывалось важнее, чем изменения в составе крови.

Дэвид Макмиллен, Стивен Смит и Элизабет Уэллз-Паркер в 1989 году продолжили это исследование. Используя в своих экспериментах те же приемы, что и их предшественники, эти исследователи предложили нескольким выбранным наугад студентам выпить любой алкогольный или безалкогольный напиток. Некоторые студенты по шкале «поиск ощущений» имели высокий показатель, то есть были охарактеризованы как любящие рисковать, а другие имели низкий показатель по той же шкале. Через полчаса после того как испытуемые выпили свои напитки, их попросили сыграть в видеоигру, где они как бы вели машину и должны были при случае обгонять другие автомобили. Студентов попросили вести воображаемую машину так, как они бы вели настоящую.

Макмиллен и его коллеги обнаружили, что те из «искателей острых ощущений», кто был уверен, что принимал алкоголь — так это было или нет — обгоняли машины и выезжали на встречную полосу значительно чаще, чем те из них, кто — справедливо или нет — не имел такой уверенности. И наоборот, те из уравновешенных субъектов, кому сказали, что они выпили алкогольный напиток, были более осторожны, чем те, кто думал, что пил содовую или колу. Примерно те же эффекты ожидания были обнаружены и у часто употреблявших марихуану (Джоунз, 1971).

Эти эксперименты, а также опыты, которые проводили Брунер и Постман, показали, что на восприятие сильнейшим образом влияет твердая уверенность, предубеждение и опыт. Психологи относятся к этим влияниям как к «когнитивным» факторам. Но на восприятие влияет не только то, что люди *ожидают* увидеть, но и то, что они *хотят* увидеть. Факторы, имеющие дело с надеждами, желаниями и эмоциональными привязанностями, называются «мотивационными» факторами. Оставшаяся часть этой главы посвящена примерам избирательного восприятия, в которых мотивационные факторы соединяются с когнитивными.

## Когда игра становится грубой

23 ноября 1951 года футбольные команды Дартмута и Принстона встречались на стадионе Принстонского университета. Вскоре (35:) после начала матча стало ясно, что игра будет грубой. Один из лучших игроков Принстона, чья фотография только что появилась на обложке журнала *Time*, покинул игру со сломанной переносицей. Вскоре и игрок Дартмута был унесен с поля с переломом ноги. После игры (закончившейся победой Принстона) обе команды были наказаны огромным количеством штрафов.

Игроки были раздражены до предела и обменялись ожесточенными обвинениями. Сторонники обеих команд опубликовали едкие статьи по этому поводу. Например, через

четыре дня после игры репортер принстонской студенческой газеты *Daily Princetonian* заявил: «Я никогда не видел столь отвратительного проявления этого так называемого «спорта». Обе команды были виновны, но ответственность в первую очередь должна быть возложена на Дартмут. Принстон — безусловно, более сильная команда — не имела оснований вести грубую игру». В тот же день газета *Dartmouth* обвинила тренера Принстона в том, что он внушил игрокам, будто «цель оправдывает средства». Еще две недели студенты обоих университетов продолжали вести споры о том, что же случилось и кто был виноват.

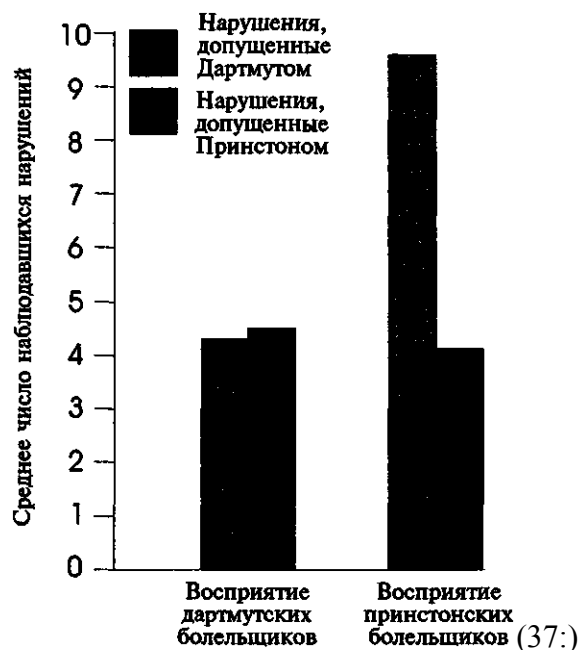
В эту шумиху вмешались Альберт Хасторф (впоследствии социопсихолог Дартмута) и Хэдли Кантрил (принстонский исследователь). Используя футбольные баталии, Хасторф и Кантрил в 1954 году провели то, что сейчас стало классическим исследованием избирательного восприятия.

Они начали с опроса 163 студентов Дартмута и 161 студента Принстона, которым задавали в числе прочих следующий вопрос: «Когда вы увидели или где прочитали, какая команда начала вести грубую игру?» Неудивительно, что Хасторф и Кантрил обнаружили значительную разницу в достаточно типичных ответах учащихся двух университетов. 53% дартмутских студентов заявили, что обе стороны виноваты в случившемся, и лишь 36% признали вину своей команды. Наоборот, в Принстоне 86% опрошенных винили противников и только 11% сказали, что обе команды с самого начала играли грубо.

Это расхождение во мнениях заставило исследователей поинтересоваться: действительно ли студенты *видели* разные игры или они видели одно и то же, но просто считают более значимыми различные аргументы? Чтобы проанализировать этот вопрос, Хасторф и Кантрил попросили новую группу студентов каждого университета просмотреть игру в записи и отметить все (35:) нарушения, которые они заметят. Все студенты смотрели один фильм, и пользовались той же системой оценок для наблюдения нарушений (все знали общие правила игры).

Как видно на диаграмме, представленной на рис. 1.1, результаты показали огромное влияние избирательного восприятия. Студенты Дартмута отметили почти одинаковое количество нарушений с обеих сторон (в среднем 4,3 для своей команды и 4,4 для Принстона), тогда как принстонские студенты увидели у Дартмута в два раза больше нарушений, чем у своей команды (соответственно, в среднем 9,8 и 4,2). Произошло даже такое изменение в восприятии, что когда из Принстона прислали копию фильма нескольким бывшим студентам Дартмута для группового просмотра, то один из них, уже видевший фильм раньше, не заметил ни одного нарушения со стороны своей команды и в замешательстве послал в Принстон телеграмму с просьбой прислать запись без купюр!

**Рисунок 1.1. Пример избирательного восприятия. (Хасторф и Кантрил, 1954)**



Основываясь на таких различиях в восприятии, Хасторфф и Кантрил сделали следующее заключение (1954, с. 132-133): «Кажется очевидным, что матч был на самом деле множеством разных матчей... Неверно было бы утверждать, что разные люди имеют разные мнения относительно одного предмета. Предмет не является одним и тем же для разных людей, будь это футбольный матч, кандидат в президенты, коммунизм или шпинат». В 1981 году Джон Лой и Дональд Эндрюс тщательно повторили вышеописанный эксперимент и получили почти такие же результаты.

### Эффект средств массовой коммуникации

Спустя много лет после исследования в Принстоне и Дартмуте, Роберт Валлон, Ли Росс и Марк Леппер в 1985 году предположили, что такой же вид избирательного восприятия возникает у сторонников политических группировок под влиянием пристрастных средств массовой коммуникации. Валлон, Росс и Леппер назвали этот феномен «эффектом враждебной среды» и впервые исследовали его в 1980 году во время предвыборной борьбы Джимми Картера и Рональда Рейгана. За три дня до голосования они попросили 160 зарегистрированных избирателей определить, было ли отношение средств массовой коммуникации к кандидатам пристрастным и, если да, то кто им импонировал. Исследователи обнаружили, что одна треть респондентов убеждена в пристрастности журналистов, причем 90% из них были уверены, что того претендента, за которого они собирались голосовать, выставляли в дурном свете.

Заинтригованные первыми результатами, в 1985 году Валлон, Росс и Леппер провели второй опыт, в котором 68 произраильски, 27 проарабски и 49 нейтрально настроенных студентов просматривали одну и ту же подборку телесюжетов, посвященных Магическим событиям бейрутской резни (в 1982 году серия арабо-израильских конфликтов окончилась резней арабских жителей в лагерях беженцев в Ливане). Сюжеты были взяты из шести различных вечерних и ночных информационных программ национального телевидения США за десятидневный период.

Предположения об эффекте враждебности подтвердились: каждая сторона обвиняла телевидение в откровенных симпатиях другой стороне. Проарабски настроенные студенты заявили, что журналисты приняли сторону Израиля, а их оппоненты усмотрели в репортажах явно негативное отношение к израильтянам. Нейтрально (38:) настроенные примкнули к той или иной группе. Кроме того, проарабски настроенные студенты сказали, что новости оправдывают Израиль, «порицая другую сторону», тогда как произраильски настроенные

сделали прямо противоположное заявление: новости-де обвиняют Израиль, выражая сочувствие арабам.

Так же как в случае с футбольным матчем, Валлон, Росс и Леппер обнаружили, что эти разногласия были не просто разницей во мнениях, в их основе — разница в *восприятии*. Например, сторонники арабов и сторонники Израиля нашли разное количество благоприятных и неблагоприятных высказываний в адрес одной из этих стран. В среднем, проарабски настроенные субъекты сочли 42% высказываний про- и лишь 26% антиизраильскими, а сторонники Израиля — соответственно 16% и 56%. Кроме того, большинство субъектов были уверены, что нейтрально настроенные студенты после просмотра репортажей примкнут к другой стороне.

Валлон, Росс и Леппер пришли к выводу, что люди склонны думать, будто средства массовой коммуникации стараются привести негативные аргументы и очернить именно те позиции и силы, которые зритель, читатель или слушатель поддерживает. Исследователи также предположили, что аналогичные механизмы восприятия действуют и при посредничестве, арбитраже и других ситуациях, когда две стороны борются за первенство. Это предположение действительно не лишено смысла. Как мы увидим во второй главе, восприятие людей, попадающих в неожиданные обстоятельства, часто изменяется таким образом, чтобы им можно было оставаться при своих убеждениях.

## **Заключение**

Наше восприятие по своей природе избирательно. Даже в простом узнавании игровой карты — или ощущении опьянения — сказывается влияние когнитивных и мотивационных факторов. Естественно, прежде, чем принять ответственное решение, зачастую важно остановиться и задать себе следующие ключевые вопросы: не смотрю ли я на вещи предвзято? Чего я жду от этой ситуации? Не обсудить ли это с кем-нибудь, не разделяющим мои желания и симпатии, кто сможет взглянуть на вещи беспристрастно? Задавая эти вопросы, вы сможете обнаружить много когнитивных и мотивационных факторов, ведущих к предвзятости в восприятии.

## **Глава 2. Когнитивный диссонанс**

Вскоре после первых экспериментов по избирательному восприятию, в 1957 году, Леон Фестингер выдвинул теорию «когнитивного диссонанса». С 50-х годов она выдержала сотни экспериментов, в том числе и наиболее искусных и увлекательных во всей психологии. Чтобы понять суть этой теории и увидеть, как диссонанс влияет на оценку и принятие решений, рассмотрим историю, которую приводит Натан Осубель (1948; см. также: Deci, 1975, с. 157-158).

### **Притча о когнитивном диссонансе**

Однажды некий еврейский портной имел безрассудство открыть свою лавку в городе, где евреев не жаловали, да еще и на главной улице. Чтобы выжить его, шайка мальчишек каждый день собиралась у дверей лавки и кричала: «Жид! Жид!»

После нескольких бессонных ночей портной придумал-таки, как избавиться от назойливой ребятни. В следующий раз, когда шайка заглянула в его лавку, он заявил, что отныне каждому, кто будет называть его жидом, он будет давать по монетке. После чего раздал всем по десятипенсовику.

Довольные новой возможностью получить деньги, мальчишки на следующий день вновь заглянули к портному, крича: «Жид! Жид!», а тот, улыбаясь, дал им по пять пенсов, говоря, что сегодня у него нет больше. Пришлось им довольствоваться и этим, ведь пять пенсов — это все-таки пять пенсов.

На следующий день портной дал только по одному пенсу, опять говоря, что у него нет больше денег. Мальчишки были возмущены. Когда портной сказал, что они могут взять деньги или оставить их, ребята бросили монетки, говоря, что только сумасшедший мог подумать, что они будут называть его жидом всего за один пенс. (40:)

Почему произошли изменения?

Почему сначала мальчишки изводили портного и вовсе даром, даже не за один пенс? В соответствии с теорией когнитивного диссонанса, люди обычно стремятся уменьшить или устранить психологические противоречия. Когда портной заявил, что счастлив, что его называют жидом, и когда изменил мотив поведения мальчишек с антисемитизма на денежное вознаграждение — он создал такое противоречие. Теперь мальчишки получали деньги за то, что доставляли удовольствие еврею, которого ненавидели. Отсутствие достаточно сильного денежного стимула привело к разрешению возникшего противоречия. Мальчишки ушли, потому что хотели изжить портного, а не доставить ему радость.

## **И скучать можно с удовольствием**

Тот же принцип продемонстрировали Леон Фестингер и Мерилл Карлсмит в 1959 году в одном из наиболее известных психологических исследований. Для каждой из трех экспериментальных групп случайным образом было отобрано 60 старшекурсников Стэнфордского университета. Членам первой группы предлагалось выполнять скучную и утомительную работу, а затем за 1 доллар говорить следующему участнику, что задание было интересным и увлекательным. Испытуемым второй группы предлагали заплатить за то же самое уже 20 долларов. Третьей группе — контрольной — нужно было только выполнить утомительное задание.

Что же это была за работа? Первые полчаса студенты одной рукой складывали 12 катушек на поднос, потом разгружали его, нагружали и снова разгружали и т.д. Вторые полчаса они другой рукой поворачивали 48 рычагов на пульте, каждый раз — на четверть оборота. Каждого участника наблюдали отдельно. Экспериментатор просто сидел напротив, устремив взгляд на руку субъекта, и время от времени деловито помечал что-то в журнале.

Когда испытуемый контрольной группы заканчивал задание, экспериментатор говорил ему:

Видите ли, в нашем эксперименте участвуют две группы. В одной, к которой относитесь и вы, мы не даем никакой предварительной информации об эксперименте. В другой же есть студент, которого мы постоянно нанимаем для этой работы. Он выходит в комнату, где очередной испытуемый ожидает приглашения (вы и сами там ждали), (41:) и говорит, что задание было очень увлекательным и интересным. Не могли бы вы выйти туда с ним и представить его как человека, только что участвовавшего в эксперименте?

В двух других группах объяснение было несколько иным:

Видите ли, парень, который постоянно делает это для нас, только что позвонил — он не может прийти сегодня, поэтому нам нужен кто-то, кого мы могли бы нанять вместо него. У нас есть другой человек, ожидающий (смотрит на часы), что получит это задание... Если вы сможете сделать это для нас, мы бы взяли вас сейчас и затем имели бы вас в виду на будущее, если нечто подобное понадобится нам еще. Мы можем заплатить вам доллар (или 20 — в зависимости от условий) за эту работу. Как вы думаете, вы можете это сделать?

Все субъекты однодолларовой и двадцатидолларовой групп согласились и рассказывали ожидающему, как интересно было во время эксперимента и — когда их спрашивали об этом — в чем он состоял. Проанализировав свои наблюдения, Леон Фестингер и Мерилл Карлсмит пришли к выводу, что те, кому заплатили доллар, в итоге получили большее удовольствие от эксперимента, чем субъекты двух других групп.

Фестингер и Карлсмит определили, что испытуемым, которым платили доллар, чтобы они солгали, что эксперимент был интересным, испытывали «когнитивный диссонанс». Согласно

Фестингеру (1957) люди испытывают «когнитивный диссонанс», когда они одновременно удерживают две мысли, которые психологически непоследовательны (т.е. мысли, которые кажутся противоречивыми или несовместимыми), а именно:

1. Эксперимент был скучным и неприятным.

2. Всего за 1 доллар я (человек честный) должен сказать кому-то, что задание было приятным и интересным.

В целом, видно, что субъекты из однодолларовой группы лгали без достаточных оснований, тогда как субъекты из двадцатидолларовой группы, напротив, соглашались быть «нанятыми», поскольку 20 долларов — достаточно приличная сумма.

Фестингер предположил, что люди по возможности стараются избегать когнитивного диссонанса, определенного исследователем как «состояние негативного побуждения» («состояние антипатии»). Он представил теорию когнитивного диссонанса как мотивационную по сути (несмотря на слово «когнитивный»). Согласно этой теории испытуемые во время эксперимента (42:) должны стремиться уменьшить противоречие между двумя вышеупомянутыми высказываниями.

Естественно, в данном опыте немногие испытуемые вообще осознавали второе высказывание. Факт заключался в том, что они *говорили* другому человеку, что задание было интересным и делали это всего за доллар. При этом они не собирались менять мнение о себе как о честных, порядочных людях. Что же касается оценки утомительности или однообразия задания, то у испытуемых была определенная свобода выбора. Всегда можно сказать, что скука в тебе самом.

Таким образом, Фестингер и Карлсмит (1959) пришли к такому выводу, что испытуемым, получившим 1 доллар, задание впоследствии стало казаться относительно приятным, поскольку они снизили диссонанс, возникший оттого, что они сказали другому человеку, что эксперимент был интересным и приятным. И наоборот, субъекты, получившие 20 долларов, приняли задание за то, чем оно и было на самом деле — за жуткую скуку. Им не понадобилось снижать диссонанс, поскольку они получили хорошую плату за свое поведение — им заплатили по 20 долларов.

## Теория самовосприятия

История на этом не кончается, потому что эксперимент, который провели Фестингер и Карлсмит, может быть истолкован и по-другому. В середине 60-х психолог Дэрил Бем обнаружил, что проявления когнитивного диссонанса могут быть объяснены с помощью так называемой «теории самовосприятия». Согласно ее положениям, исследования диссонанса никоим образом не касаются «негативного побуждающего состояния»; они работают с тем, как люди формируют свои убеждения, наблюдая за своими поступками.

Теория самовосприятия основана на двух главных предпосылках:

1. Люди открывают свое отношение к чему-либо, свои эмоции и другие внутренние состояния, частично наблюдая свое поведение в различных ситуациях.

2. Поскольку внутренние сигналы слабы, неопределенны или непонятны, люди оказываются примерно в том же положении, что и наблюдатель, делающий эти выводы. (43:)

Теория самовосприятия пытается истолковать результаты, которые получили Фестингер и Карлсмит, споря с их выводами, что испытуемые, оказавшиеся в положении высоко оценивавших задание, получая только один доллар, имели в виду, что задание должно им нравиться (такой же вывод сделал бы посторонний наблюдатель). С другой стороны — испытуемые в двадцатидолларовых условиях заключали, что их поведение было не чем иным, как ответом на предложение хорошего денежного вознаграждения — таким же было бы мнение постороннего наблюдателя. Разница между теорией самовосприятия и теорией диссонанса состоит в том, что первая объясняет классический диссонанс определений теми терминами, какими люди определяют причины своего поведения, в то время как теория

когнитивного диссонанса использует для этой цели термины естественной мотивации для ослабления внутреннего конфликта. Как утверждал Бем, испытуемые в вышеописанном опыте не чувствуют какого-либо напряжения и по-прежнему делают о себе те же выводы.

Было проведено множество исследований, основанных на этих теориях (Бем, 1972), но вопрос о том, какая же из них лучше и чаще используется для объяснения «феномена диссонанса», по-прежнему остается открытым. Много лет и те и другие исследователи пробовали предложить определенный эксперимент в поддержку их любимой теории, но каждая новая серия экспериментов Лишь подливает масла в огонь и вызывает ответные действия с другой стороны. В итоге, кажется, имеет смысл признать *обе* теории верными в различных ситуациях. Но, следуя традициям психологии, я буду использовать терминологию теории диссонанса как стенографию для выводов, которые могут быть объяснены достаточно хорошо теорией самовосприятия.

Как будет видно в дальнейшем, когнитивный диссонанс определяет значительное количество суждений и решений. Большинство ситуаций, где он возникает, может быть отнесено к примерам предваряющего — до решения — или последующего — после решения — диссонанса. В первом случае диссонанс (или возможность его возникновения) влияет на принятие решения, во втором — он связан с уже состоявшимся выбором и определяет последующее поведение человека. (45:)

### Пример предваряющего диссонанса

Отец и сын попали в автокатастрофу. Отец погиб, а сын находится в критическом состоянии. Он доставлен в больницу, и ему нужна операция. Но врач, увидев пациента, восклицает: «Я не могу оперировать, это мой сын!»

Возможна ли такая ситуация? Большинство опрошенных скажет, что нет, ведь пациент не может быть сыном доктора, так как отец пациента погиб. По крайней мере, люди станут рассуждать таким образом, пока им не придет в голову, что хирург может быть *матерью* пострадавшего.

Если и вам подобная мысль не пришла в голову, и тем не менее вы считаете себя относительно свободным от предрассудков насчет неполноценности женщин и превосходства мужчин, то есть в целом сторонником равноправия полов (см. п. 16 Анкеты), — вполне возможно, что вы как раз сейчас испытываете подобный диссонанс. Более того, как следует из теории когнитивного диссонанса, стремление снизить диссонанс должно вызвать у вас гораздо более сильное, чем обычно, желание избегать любых проявлений подобных предрассудков.

В 1980 году Джим Шерман и Ларри Горкин использовали историю о женщине-хирурге, чтобы проверить эту гипотезу. Они случайным образом отобрали три группы студентов для эксперимента по исследованию «взаимосвязи между отношением к социальным конфликтам и умением решать логические задачи». В первой группе — с условиями учета роли половых различий — студентам давали пять минут на то, чтобы понять смысл истории о женщине-враче. Во второй группе — без учета роли половых различий — испытуемые решали столь же трудную логическую задачку о палочках и точках. В третьей, *контрольной*, группе задач не решали и ни на какие вопросы не отвечали. В первой и второй группах через пять минут лаборант провел опрос студентов, показавший, что около 80% из них не смогли справиться с заданием в отведенное время.

После этого испытуемым сказали, что эксперимент окончен, и выдали буклеты для исследования юридических решений (предварительно студенты узнали, что они будут принимать участие в «двух не связанных друг с другом исследовательских проектах»). Было отмечено также, что ученый, проводящий второе исследование, проживает в Индиане и что они должны заполнить (44:) буклеты, положить их в конверты с его адресом и опустить в ближайший почтовый ящик. После этого их оставили одних, чтобы они могли ответить на

вопросы о юридических решениях.

В действительности, этот эксперимент был не более чем способом собрать информацию об отношении студентов к проблеме дискриминации по половому признаку так, чтобы они не догадались о связи опроса с первой частью эксперимента. В буклетах рассказывалось, что суд удовлетворил иск о возмещении морального ущерба, предъявленный женщиной университету, где ее не повысили в должности, потому что она женщина. Испытуемые должны были ответить, каков, по их мнению, должен был быть вердикт, насколько был прав университет, предпочитая нанять мужчину, и что они чувствуют в связи с удовлетворением этого иска.

Шерман и Горкин (1980) обнаружили, что, по сравнению с членами второй — занятой проблемами точек и линий — и контрольной групп, студенты, не сумевшие решить проблемы женщины-хирурга, были скорее готовы признать университет виновным в дискриминации, нежели его право дать работу мужчине, и были более довольны положительным исходом дела. Другими словами, после проявления традиционных стереотипов относительно ролей мужчины и женщины — студенты пытались снизить диссонанс, поступая более «либерально» (или, по теории самовосприятия, пытались доказать себе, что они не являются сторонниками дискриминации женщин). Этот способ унижения диссонанса, названный «поддержка», был также успешно применен для содействия экономии электричества. С. Дж. Кантола, Г. Дж. Сайм и Н. А. Кэмпбелл (1984) обнаружили, что те, кто неразумно транжирил электроэнергию, значительно сокращали ее расход, когда узнавали об этом и когда им напоминали о том, что они делали раньше для сбережения ресурсов.

### **Другой пример предваряющего диссонанса**

Предваряющий диссонанс также влияет на поведение потребителей, что и продемонстрировали в 1969 году Энтони Дуб и его коллеги. Эти исследователи выбрали 12 пар крупных магазинов, проводивших распродажи. Наугад было выбрано по одному из каждой пары, чтобы продавать полоскание для рта за 25 центов, в то время как в другом оно шло за 39. Через девять (46:) дней цена была выровнена, и оба магазина стали продавать это средство за 39 центов. То же самое было сделано с зубной пастой, алюминиевой фольгой, электрическими лампочками и печеньем. Во всех случаях эксперимент дал сходные результаты.

Дуб обнаружил следующее: что в соответствии с теорией когнитивного диссонанса магазины, с самого начала продававшие полоскание для рта без скидки, в результате продали больше (с. 350). В итоге 10 из 12 пар магазинов, продававших полоскание для рта за 39 центов, после выравнивания цен продали больше упаковок, чем те, которые изначально предлагали его за 25 центов.

Дуб и его ассистенты объясняли этот результат с точки зрения «уровней адаптации» покупателей и необходимости ликвидировать диссонанс. Они писали: «Когда полоскание для рта было выставлено за 25 центов, клиенты, покупавшие или видевшие его, могли подумать, что это его реальная цена. Они сказали себе: вот двадцатипятицентовое полоскание для рта. Когда в последующие недели цена выросла до 39 центов, покупателям показалось, что произошло подорожание, и они не стали покупать товар по такой высокой цене» (с. 350). Кроме того, согласно теории диссонанса, чем больше люди платят за что-то, тем большую ценность оно представляет для них и тем сильнее их стремление покупать это вновь. Принцип справедлив не только для покупок, но и для любой передачи ресурсов или приложения усилий ради достижения цели (еще примеры см.: Аронсон и Миллс, 1959). Этот эксперимент подобен исследованию тех многочисленных ловушек и тупиков, в которые заводит людей их же собственное поведение (см. 21 главу).

## Примеры последующего после решения диссонанса

Этот вид диссонанса следует за принятием решения, а не перед ним. В середине 60-х Роберт Нокс и Джеймс Инкстер, изучая его, опросили 141 человека, которые делали ставки на ипподроме в Ванкувере, причем 72 из них — полминуты спустя после того, как те поставили по 2 долл., и 69 — за полминуты до того, как они собирались сделать то же самое. Исследователи рассудили, что если у уже поставивших 2 долл. возникнет диссонанс, то они будут снижать его, высказывая большую уверенность в выигрыше, чем прежде. (47:)

Чтобы проверить эту гипотезу, Нокс и Инкстер (1968) предложили играющим оценить шансы выбранных ими лошадей по семибалльной системе: 1 балл означал «низкий», а 7 баллов — «прекрасный шанс». После проведения опыта исследователи обнаружили, что средний балл, названный теми, кто собирался ставить, был 3,48 (т.е. «средний шанс»), а теми, кто уже сделал ставку, — 4,81 (т.е. «хороший шанс»). Предположение подтвердилось — уже заключившие пари субъекты были более уверены в победе, чем прежде.

Это открытие приводит к интересному вопросу: не происходит ли то же самое и на выборах? Не бываем ли мы более уверены в победе кандидата, уже отдав за него голос (см. п. 36 Анкеты)? В 1976 году Одет Френкель и Энтони Дуб опубликовали исследование по этому вопросу. Френкель и Дуб использовали тот же прием, что и Нокс и Инкстер в 1968 году: они опрашивали людей непосредственно перед голосованием и сразу после него. Одно исследование проводилось на выборах в местные органы власти, другое — на федеральных выборах (в Канаде). Получив результаты, Френкель и Дуб пришли к тому же выводу, что и их предшественники: «При обоих голосованиях избиратели были более уверены в победе своего кандидата после голосования, чем до него» (1976, с. 347).

## Заключение

Как показала приведенная ранее история с евреем-портным, когнитивный диссонанс может стать мощным оружием в руках знающего человека. Интересных исследований в этой области много, и они могут найти практическое применение в различных ситуациях. Например, магазины розничной торговли часто изменяют условия проведения распродаж, чтобы избежать эффекта «покупательской адаптации», обнаруженного Дубом (1969). Подобным образом многие политические кампании принимают небольшие обязательства, чтобы вызвать «диссонанс после решения». Эта стратегия известна как «техника пинка ногой в дверь». В этой книге описаны другие опыты в области применения и выводов когнитивной диссонансной теории.

Один из наиболее авторитетных исследователей когнитивного диссонанса (к трудам которого я отсылаю читателей, заинтересовавшихся этой темой) — Эллиот Аронсон, ученик Фестингера, (48:) участник первых опытов по диссонансу. Его цитата о значении когнитивной диссонансной теории (1972, с. 108) неплохо подходит для окончания этой главы:

«Если бы новый Макиавелли поучал современного правителя, он мог бы, вооружившись теорией и практическими данными о механизме принятия решений, дать ему такие советы:

1. Если хочешь, чтобы некто стал больше ценить какую-либо вещь, сделай так, чтобы он стал ее владельцем.
2. Если хочешь, чтобы кто-то стал меньше осуждать какой-либо проступок, соблазни его на совершение той же ошибки; если же хочешь, чтобы он стал судить строже — соблазни его, но так, чтобы он устоял»\*.

Хорошо известно, что изменение в позиции или отношении ведет к изменению в поведении, но исследования в области когнитивного диссонанса показывают, что перемена мнения может следовать за изменением в поведении. Согласно теории когнитивного диссонанса, стремление почувствовать постоянную волю часто заставляет людей

согласовывать их верования с их поведением. В следующей главе мы увидим, что во многих случаях люди искажают или пренебрегают своими убеждениями.

\* Мужской род используется в этом отрывке по отношению к обоим родам. До 1977 года (когда Американская ассоциация психологов приняла положение о борьбе с проявлениями в речи какой-либо дискриминации по половому признаку) такой способ выражения был общепринятым в психологии. (49:)

### Глава 3. Память и ретроспективные субъективные смещения

— *Знаешь, сегодня — не какой-нибудь другой день.*

— *Я не понимаю Вас, — сказала Алиса. — Это ужасно путано!*

— *Это результат жизни задом наперед, — любезно сказала Королева, — с непривычки немного кружится голова...*

— *Жизнь задом наперед! — повторила Алиса в сильном изумлении. — Никогда не слышала ничего подобного.*

— *...в этом есть одно преимущество: память работает в обе стороны... Что за убогая память, в которой есть только прошлое, — заметила Королева.*

*Льюис Кэрролл, Алиса в Зазеркалье*

Задумайтесь на секунду, справедливо ли следующее утверждение: «Память похожа на шкаф с ячейками в мозгу, в которые мы складываем материал и из которых мы можем затем извлекать его позже по мере надобности. Время от времени из «шкафа» что-то теряется, и тогда мы говорим, что забыли».

Итак, что вы думаете — истинно оно или ложно? (см. п. 19 Анкеты). Около 85% студентов, опрошенных П.А. Леймалом в ходе исследования в октябре 1979 года согласились с этим утверждением, но тем не менее есть что-то неправильное в этой характеристике памяти (в той части, где говорится, что материалы действительно исчезают из памяти).

Воспоминания *не похожи* на копии наших прошлых впечатлений, хранящиеся в банке памяти. Наоборот, они создаются в то время, когда мы их отзывае́м оттуда (Лофтус, 1980; Майерс, 1990). «Материалы», использованные в этом мгновенном (50:) воссоздании, — это логические заключения, дополняющие утерянные детали, ассоциативные воспоминания, смешивающиеся с воспоминаниями настоящими, и другая сопутствующая, как-то связанная с «материалом», информация. Чтобы убедиться, что память является воссозданием, выполните упражнение, предложенное в 1990 году Майерсом: закройте глаза и попробуйте вспомнить момент, когда вы пережили что-нибудь приятное. Не читайте дальше, пока не закончите опыт.

Видите ли вы себя в своем воспоминании? Большинство людей видит. Но если вы видели себя, то это значит, что вы воссоздали сцену (если, конечно, вы не видели себя во время реального переживания).

### Разрушенные воспоминания

То, что память основана на воссоздании, было продемонстрировано в двух экспериментах Бет Лофтус и Джоном Палмером в 1974 году. В первом эксперименте 45 студентам было предложено просмотреть семь различных видеороликов, изображающих автокатастрофы. Небольшие ролики (от 5 до 30 секунд) были взяты из длинного фильма для подготовки водителей.

После каждого ролика студенты отвечали на ряд вопросов, например, насколько быстро двигались машины. Одна пятая часть студентов отвечала на вопрос: «Как быстро двигались машины в тот момент, когда они соприкоснулись?» Столько же студентов отвечали на тот же вопрос, но вместо «соприкоснулись» было — «ударились», «столкнулись» или «налетели друг на друга».

Как видно из табл. 3.1, студенты, которых спросили, насколько быстро двигались машины, когда они «налетели друг на друга», в среднем оценивали скорость на 9 миль больше, чем те, кого спрашивали, как быстро ехали машины, когда они «соприкоснулись». Таким образом, Лофтус и Палмер заключили, что формулировка вопроса — даже если меняется только одно слово — может заметно сказаться на том, как люди воссоздают свое воспоминание о событии.

Во всяком случае, результаты второго эксперимента оказались еще более любопытными. В этот раз Лофтус и Палмер попросили 150 студентов просмотреть минутный ролик, содержащий четырехсекундный эпизод столкновения нескольких машин. (51:) У 50 студентов спросили: «Как быстро ехали машины, когда они налетели друг на друга?» У других 50 спросили: «Как быстро ехали машины, когда они ударились?» Остальных не спрашивали о скорости движения машин. Затем студентов собрали спустя неделю и, не показывая фильм вновь, задали ряд вопросов. На этот раз ключевым вопросом был следующий: «Помнят ли студенты, видели ли они разбитое стекло в эпизоде автокатастрофы?»

ТАБЛИЦА 3.1. НАСКОЛЬКО БЫСТРО ДВИГАЛИСЬ МАШИНЫ, КОГДА ОНИ...

| Глагол                 | Средняя скорость |
|------------------------|------------------|
| Налетели друг на друга | 40,8             |
| Врезались друг в друга | 39,3             |
| Столкнулись            | 38,1             |
| Ударились              | 34,0             |
| Соприкоснулись         | 31,8             |

*Примечание* Эти данные взяты из эксперимента 1 Элизабет Лофтус и Джона Палмера (1974)

Лофтус и Палмер обнаружили, что спрашивая студентов, как быстро двигались машины, когда они *налетели* друг на друга, они не только заставили их думать, что машины ехали быстрее, но и, спустя неделю, заставили большую часть из них вспомнить, что в эпизоде было видно разбитое стекло. Результаты, со статистической достоверностью показывающие разницу между тремя условиями эксперимента, представлены в табл. 3.2. Но что самое интересное, так это то, что в ролике ни разу не появлялось разбитое стекло — субъекты, представлявшие налетевшие друг на друга машины, сами воссоздали его!

ТАБЛИЦА 3.2. ВИДЕЛИ ЛИ ВЫ РАЗБИТОЕ СТЕКЛО?

| Ответ | ВАРИАНТ ЭКСПЕРИМЕНТА    |            |             |
|-------|-------------------------|------------|-------------|
|       | «Разбившееся вдребезги» | «Разбитое» | Контрольный |
| Да    | 16                      | 7          | 6           |
| Нет   | 34                      | 43         | 44          |

*Примечание* Эти данные взяты из эксперимента 2 Элизабет Лофтус и Джона Палмера (1974) 50 испытуемых участвовали в каждом варианте эксперимента. (52:)

## Приятные воспоминания

Как показали эксперименты Лофтус и Палмера, воспоминания не фиксируются в памяти. В 1971 году Джон Брэнсфорд и Джеффри Фрэнке, кроме того, показали, что воспоминания не хранятся отдельно друг от друга. Брэнсфорд и Фрэнке изначально ознакомили студентов со списком предложений, описывающих одно происшествие. Один из таких списков воспроизведен между пунктами 24 и 25 Анкеты:

- Муравьи съели сладкое желе, которое было на столе.
- Муравьи были на кухне.
- Муравьи съели сладкое желе.
- Муравьи на кухне съели желе, которое было на столе.
- Желе было на столе.
- Муравьи на кухне съели желе.

Затем, примерно через пять минут, студентам представили другой список предложений и попросили определить, какие из них были в первом списке. Их также попросили оценить свою уверенность с каждым ответе по пятибалльной системе. В п. 34 Анкеты содержится второй список предложений с графой для оценки вашей уверенности.

В данном случае только одно предложение, появлявшееся ранее, было включено в п. 34(в): «Муравьи съели сладкое желе». Если вы похожи на большинство участвовавших в эксперименте Брэнсфорда и Фрэнкса, вы были не очень уверены (от 2 до 4 баллов), что оно появлялось раньше.

Значительно интереснее ваш ответ на вопрос в п. 34(6): «Муравьи на кухне съели сладкое желе, которое было на столе». Даже несмотря на то, что оно не появлялось в первом случае, студенты в эксперименте Брэнсфорда и Фрэнкса были уверены, что видели его прежде. А вы?

Что существенно в отношении п. 34(6), так это то, что он содержит комбинацию, которой нет в отдельных предложениях первого списка. Изначальные предложения не сообщали, что желе на кухне было сладким или что муравьи на кухне съели сладкое желе. Предложение п. 34(6) может быть получено лишь путем комбинации отдельных фраз первого списка.

Итак, люди не просто запоминают предложения: они создают и запоминают общую картину. Когда одна часть информации (53:) соединена с другими, зачастую трудно вспомнить, какая информация новая, а какая уже была известна.



РИСУНОК 3.1

Реконструирующая память. (Дж. Б. Трудуа, 1982. Перепечатано с разрешения Universal Press Syndicates. Все права защищены.)

### Я все это знал

Людям бывает трудно сказать, как на них влияет информация. Например, если люди узнают о результатах психологического эксперимента, они склонны относиться к выводам как к совершенно предсказуемым — или, по крайней мере, более предсказуемым, чем они полагали до того, как узнали о них (вот одно из оснований для помещения в книгу Анкеты для читателей!). (54:)

Более того, если людей попросить вести себя так, будто они не знают ничего о результатах

эксперимента, они все равно отреагируют скорее как люди, знающие о результатах, чем как люди, не знающие о них.

Эта тенденция известна как «ретроспективное предубеждение» или эффект «я- все- это- знал». Ретроспективное предубеждение — тенденция видеть то, что уже случилось, как нечто неминуемое и предсказуемое — без понимания того, что ретроспективное знание выводов влияет на оценки. Ретроспективное предубеждение зафиксировано во время выборов (Лири, 1982; Синодинос, 1986), в медицинской диагностике (Арке, Уортманн, Сэвилл и Харкнесс, 1981), в тестах на беременность (Пеннингтон, Раттер, Макенна и Морли, 1980), при принятии решений (Уолстер, 1967), в играх (Лири, 1981) и других случаях. Тот же эффект был зафиксирован в результате ряда экспериментов, проводившихся с использованием различных техник и с различными группами людей (см. Отчеты по ретроспективному предубеждению и родственным эффектам Кэмпбелла и Тессера, 1983; Кристенсена- Шалански и Уиллхама, 1991; Хокинса и Хейсти, 1990; Верпланкена и Питерса, 1988).

Результаты одного из первых экспериментов по ретроспективному предубеждению были опубликованы в 1975 году Барухом Фишхоффом и Рут Бейт. Основным событием, которое использовали исследователи, была поездка президента Никсона в Китай и Советский Союз в 1972 году. В первой части эксперимента несколько групп студентов из Израиля попросили выбрать один из 15 возможных вариантов исхода визитов в Китай или СССР — до их окончания. Например, у студентов, которых просили спрогнозировать визит в Китай, был следующий выбор: США установят дипломатические отношения с Пекином, президент Никсон встретится с Мао, по крайней мере, один раз, президент объявит об успехе визита и т.д. Точно так же студенты, которых спрашивали о поездке в СССР, выбирали из такого набора вариантов: установление совместной космической программы, арест советских евреев, которые попытаются заговорить с Никсоном, и пр.

Во второй части эксперимента, через некоторое время (от 2- х недель до 6- ти месяцев) после завершения визита, студентов попросили повторить свои прогнозы. Например, студентам, которых спрашивали о визитах в Китай, сказали следующее: (55:)

Как вы помните, две недели назад, во время визита президента Никсона в Китай, вы заполняли анкеты, выбирая возможный вариант развития событий из числа предложенных. Любопытно, какая связь между качеством предсказаний, которые делают люди, и их способностью помнить свои прогнозы. Поэтому мы бы хотели, чтобы вы еще раз заполнили ту же самую анкету, которую заполняли две недели назад, давая *те же ответы, что и тогда*. Если вы не сможете вспомнить, как вы отвечали, отметьте, с какой вероятностью вы бы сделали тот или иной прогноз накануне визита президента Никсона в Китай.

Студентов также просили указать, настолько, насколько им это известно, какой из результатов, предложенных в анкете, имел место в действительности. Фишхофф и Бейт хотели узнать, будут ли вспомненные студентами прогнозы более точны, чем они были на самом деле.

В основном, Фишхофф и Бейт обнаружили следующее: 3/4 студентов указывали с большей вероятностью на те результаты, которые, по их мнению, стали реальностью, чем ранее, и большинство студентов указало меньшую вероятность тех прогнозов, которые, как они думали, не сбылись. Ретроспективные предубеждения были особенно сильны, когда время, прошедшее между первой и второй частями эксперимента, было максимальным (несколько месяцев). Когда первое и повторное задания разделяли от 3 до 6 месяцев, 84% студентов проявили ретроспективные предубеждения — зная итоги визитов Никсона, они называли совпадающие с ними прогнозы теста более вероятными, чем прежде.

### **Ослабление ретроспективного предубеждения**

В 1977 году Поль Словик и Барух Фишхофф опубликовали результаты эксперимента,

показавшего, как избежать ретроспективных предубеждений, когда узнаешь результаты исследований (чувства, что результаты исследований были предсказуемы). Словик и Фишхофф обнаружили, что ретроспективное предубеждение снижается, когда люди перестают (??? – опечатка) (начинают) учитывать причины, по которым результаты могли бы быть иными.

Испытуемые в этом исследовании читали сжатые описания 4 экспериментов по биологии, психологии и метеорологии. Одним испытуемым предварительно говорили, что эксперименты *будут* вскоре проведены, а другим — что эти опыты *уже* поставлены. После ознакомления с описанием каждого эксперимента (56:) все испытуемые оценивали возможность повторения результатов, полученных при первой попытке (после каждой попытки возможны два результата). Другими словами, испытуемым второй группы говорили, что результаты эксперимента, заявленные в описании, уже наблюдались, а студентам первой предлагали оценить возможность получения таких результатов.

Словик и Фишхофф пришли к выводу, что по сравнению с первой группой, испытуемые второй говорили о большей вероятности того, что будущие попытки повторят результаты первой. Разница была, однако, значительно снижена, когда испытуемых второй группы попросили привести доводы в пользу утверждения, какой именно результат будет получен. Ретроспективное предубеждение при этом не исчезло, но проявилось в значительно меньшей степени.

Мораль этой истории такова: если вы хотите снизить ретроспективное предубеждение, вы должны ясно вычленив причины, которые могли бы изменить полученные результаты. Если вы рассматриваете только причины, по которым все произошло, как произошло, вы рискуете переоценить предсказуемость полученного результата и возможность подобных результатов в будущем. Практически, Фишхофф обнаружил, что информировать людей о ретроспективном предубеждении и побуждать их его избежать недостаточно для того, чтобы они от него избавились. Чтобы избежать ретроспективного предубеждения, очень важно понять, каким образом можно было получить альтернативный результат.

## Заключение

В книге «Память» Ян Хантер в 1964 году рассказывает историю двух британских психологов, которые незаметно записали дискуссию, проведенную после одного заседания Кембриджского психологического общества. Две недели спустя они собрали вместе всех участников и попросили их записать все, что они вспомнят о дискуссии. Когда эти воспоминания были сопоставлены с записью, оказалось, что респонденты опускали около 90% специфических пунктов, которые они обсуждали. Более того, пункты, которые были перечислены, были лишь наполовину правильными. Респонденты вспоминали комментарии, которых не было, превращали короткие замечания в длинные монологи, (57:) а то, что едва подразумевалось, — во вполне определенные комментарии.

Эта история доказывает необходимость ведения точных записей. Даже наиболее опытный в принятии решений человек подвержен предубеждениям, связанным с работой памяти, и нет лучшего способа избежать их, чем тщательное ведение записей прошедших событий (например, встреч, важных диалогов и соглашений). Как показали опыты, описанные в этой главе, память по своей природе реконструирует события и находится в сильной зависимости от ситуации.

## Глава 4. Зависимость от контекста

Как видно из трех предыдущих глав, эффект раздражителя является «контекстнозависимым». Это значит, что принимающий решение не воспринимает и не запоминает материал изолированно; он интерпретирует новую информацию в свете прошлых впечатлений и контекста, в котором данный материал находится. В одной ситуации

раздражитель (например, черта личности) может быть понят одним образом, в другой ситуации — совершенно иным. Многие иллюзии восприятия объясняются принципом зависимости от ситуации (см. рис. 4.1). В сфере оценки и принятия решения четыре наиболее удачные иллюстрации зависимости от ситуации — это эффекты контраста, первичности, недавности и ореола.

### Эффект контраста

Вот простой опыт, который вы можете проделать с собой или своими друзьями. Все, что вам понадобится, — это три большие емкости с водой. В первой должна быть горячая вода, во второй — холодная, а в третьей — вода комнатной температуры. Опустите одну руку в холодную воду, а другую — в горячую на тридцать секунд. Когда ваши руки привыкнут к температуре воды, опустите «горячую» руку в воду комнатной температуры секунд на пять, а потом опустите туда «холодную» руку. Большинство людей испытывают при этом очень странное ощущение. Рука, находившаяся в горячей воде, будет чувствовать, что температура воды холодная, а рука, бывшая в холодной — что вода в третьей емкости горячая. Если вы проведете опыт со своими друзьями и не скажете им, какой температуры вода в третьем чане, они не смогут ее определить. Обе руки будут проявлять эффект контраста, но ощущения — то будут противоречить друг другу!

Многие ранние опыты по психологии касались избирательной оценки температуры, цвета или определения веса. В результате (59:)

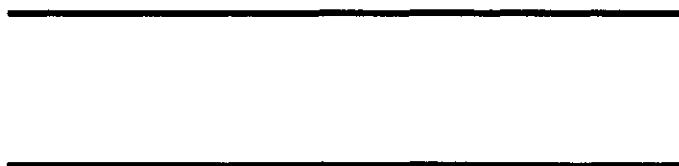
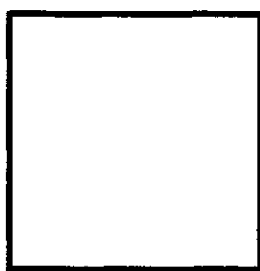


РИСУНОК 4.1. Чтобы увидеть некоторые эффекты контекста в визуальном восприятии, поднесите эту страницу к свету. Большинство людей говорит, что грани квадрата начинают выгибаться, а параллельные линии кажутся сходящимися. (*Блоки Юкер, 1989.*) (60:)

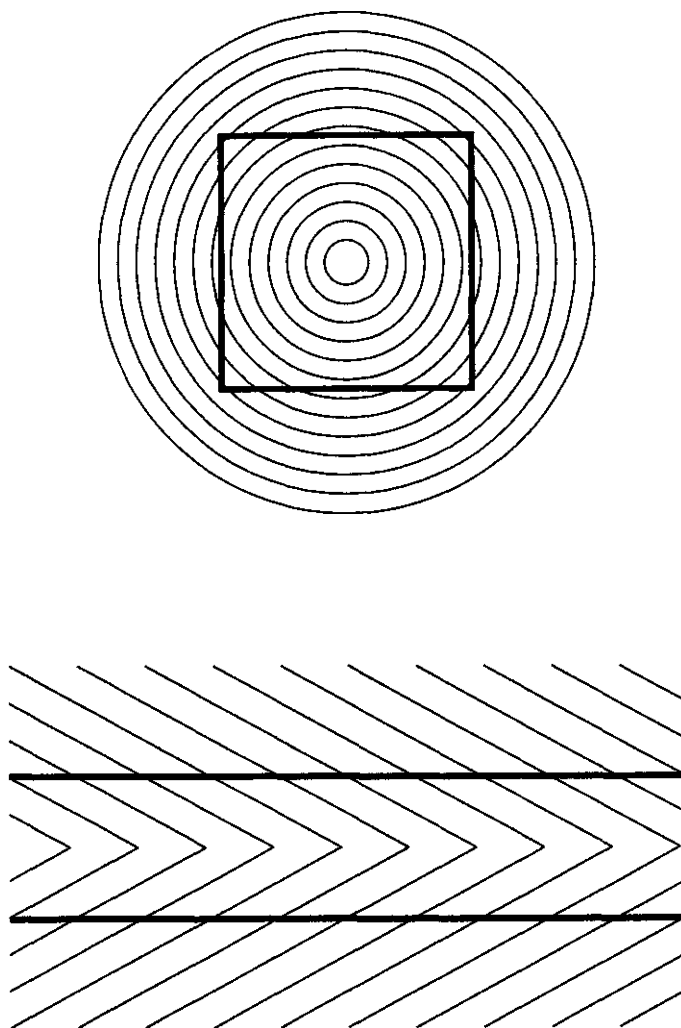


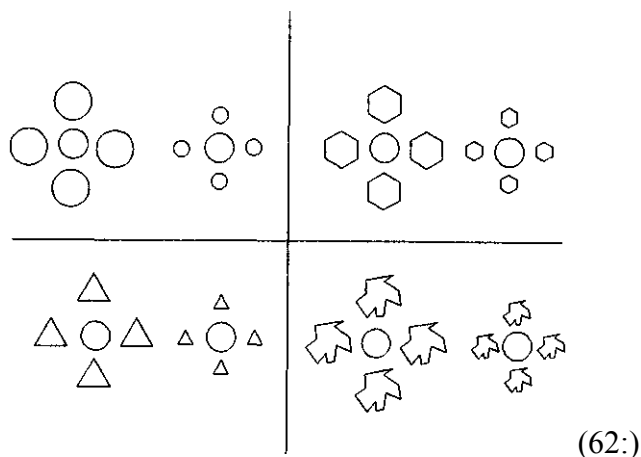
РИСУНОК 4.1 (продолжение) (61:)

эффект контраста оказался среди первых психологических феноменов, постоянно демонстрировавшихся в лабораториях. Например, Музафер Шериф, Дэниел Тоб и Карл Ховланд в 1958 году опубликовали важную статью, посвященную эффекту контраста при оценке веса. Шериф, Тоб и Ховланд обнаружили, что когда субъекты сначала поднимают тяжелый предмет, а затем — более легкий, то вес последнего кажется им значительно меньше реального.

Один из наиболее интересных опытов по эффекту контраста был описан Стэнли Кореном и Джоелом Миллером в 1974 году. Корен и Миллер заметили, что спортивные комментаторы среднего роста выглядят очень низкими, когда интервьюируют баскетбольные команды, и достаточно высокими рядом с жокеями. В то же время видимый рост корреспондента не кажется меньше, когда он стоит рядом с большой скаковой лошадью или, скажем, перед стадионом.

Из этих наблюдений Корен и Миллер заключили, что контрастный эффект возникает при противопоставлении друг другу аналогичных фигур. Чтобы проверить эту гипотезу, они показывали дюжине добровольцев изображения на рис. 4.2. Группа

РИСУНОК 4.2. Стэнли Корен и Джоел Миллер объясняли эффект контраста, используя варианты иллюзии Эббингауза. Верхний левый квадрат содержит типичный пример этой иллюзии. (Корен и Миллер, 1974. Перепечатано с разрешения.)



в верхнем левом углу иллюстрирует пример иллюзии Эббингауза, когда центральный круг кажется крупнее, если он окружен *маленькими* кружочками.

Кореи и Миллер обнаружили, однако, что эффект иллюзии снижается, когда окружающие фигуры становятся менее похожи на круги (как подтвердили участники эксперимента). Иллюзия становится все менее явной, когда вокруг круга появляются сначала шестиугольники, затем треугольники, и практически исчезает, когда круги заменяются неправильными многоугольниками. Глядя на рис. 4.2, можно наглядно убедиться, что даже простая оценка размера серьезно зависит от контекста.

### Эффект первичности

Классическое исследование зависимости от контекста было проведено Соломоном Ашем в 1946 году. Хотя Аш более известен как исследователь соответствия (обсуждающегося в 17 главе), он начинал с исследований «формации впечатления». В большинстве своих работ по этой теме Аш просил субъектов передать свои впечатления от воображаемой персоны, имеющей определенные черты. Написанная им в 1946 году статья рассказывает о 10 различных исследованиях, основанных на этой парадигме, но сейчас мы разберем только одно.

В данном опыте Аш спрашивал субъектов об их впечатлениях от личности, чьи качества приведены в п. 3 Анкеты. Половину субъектов спрашивали о том, кто *завистлив, упрям, склонен к критиканству, импульсивен, трудолюбив и умен*. Другую половину спрашивали о человеке, обладающем теми же качествами, но названными в обратном порядке: *умен, трудолюбив, импульсивен, склонен к критиканству, упрям и завистлив*.

Аш обнаружил, что характеристики, появляющиеся в списке раньше, производят более сильное впечатление, чем те, что появляются позже. Это явление известно как «эффект первичности». Если вы, отвечая на вопрос третьего пункта, назвали эмоциональность Джона высокой — на вас оказал влияние именно этот феномен. Такие черты, свидетельствующие об эмоциональности, как *завистливость* и *упрямство*, произвели на вас большее впечатление, когда оказались в начале списка.

Но будут ли *завистливость* и *упрямство* производить тот же эффект, если *ум* будет предшествовать им? Согласно (63:) исследованию Нормана Андерсона, проведенному в 1965 году, вероятно, будут. Андерсон обнаружил, что эффект первичности определяется не только местом, занимаемым в списке. Кроме этого есть большая связь между местом в списке и влиянием, оказываемым на решение. Первые впечатления — наиболее важные, но вторые и третьи впечатления по-прежнему демонстрируют влияние эффекта первичности.

### Эффект недавности

Эффект первичности проявляется не только, когда люди составляют впечатление друг о

друге, но и во множестве других ситуаций, связанных с оценкой последовательной информации. Например, эффект первичности иногда возникает, когда люди знакомятся с противоположными сторонами в конфликтной ситуации. Во многих случаях люди более подвержены влиянию первого впечатления, нежели последующих.

Однако так бывает не всегда. В некоторых случаях названное последним может произвести более сильное впечатление, чем названное первым. Такое явление известно как «эффект недавности». Этот эффект часто проявляется, когда люди способны вспомнить последнее впечатление более ясно, чем первое.

Вопрос состоит в том, какой же из двух эффектов сильнее. Например, представьте, что вы участвуете в публичном диспуте и можете выбирать, первым говорить или последним. Что вы выберете? Если вы будете говорить первым — на вас будет работать эффект первичности, если последним — эффект недавности. Какой же выбор лучше?

Этот вопрос был исследован Норманом Миллером и Доналдом Кэмпбеллом в 1959 году. Миллер и Кэмпбелл инсценировали судебный процесс, касающийся ущерба, нанесенного подозреваемому в результате ложного обвинения. Разбирательства были устроены так, что материалы обвинения поставлялись в виде одного блока текста, а материалы защиты — в виде другого. Иными словами, информация одной стороны (истца) включала в себя показания вызванных этой стороной свидетелей, перекрестный допрос этих свидетелей и вступительную и заключительную речи адвоката истца. Ответчик представлял информацию, включавшую показания и допрос вызванных им свидетелей и вступительную и заключительную речи его адвоката. (64:)

Миллер и Кэмпбелл составили магнитофонные записи, где роли адвокатов, свидетелей и прочих озвучивали разные люди. Каждая из записей длилась около 45 минут, и информация преподносилась в одной из восьми очередностей, представленных на рис. 4.3. В некоторых случаях субъекты давали оценку непосредственно после прослушивания информации, состоящей из двух блоков (в порядке истец — ответчик или ответчик — истец), в других случаях неделя отделяла различные фазы эксперимента.

Миллер и Кэмпбелл обнаружили, что в одних случаях проявлялся эффект первичности, а в других — эффект недавности. То есть в одних случаях на людей большее впечатление производила первая часть информации, в других — вторая (вне зависимости от того, было ли это выступление в пользу истца или ответчика). Когда спустя неделю после прослушивания подряд обеих сторон испытуемых спрашивали, какой бы они вынесли приговор (см. схемы 3 и 4), проявлялся эффект первичности. С другой стороны, когда между выступлениями сторон проходила

РИСУНОК 4.3. Норман Миллер и Доналд Кэмпбелл (1954) исследовали эффекты первичности и недавности, сравнивая воздействие структуры в восьми схематично изображенных ниже экспериментальных условиях.



неделя, а решение выносилось сразу после прослушивания второй стороны (схемы 5 и 6), возникал эффект недавности. Две первые и две последние схемы вообще не вызывали существенного эффекта первенства или новизны.

Миллер и Кэмпбелл установили, что эффект недавности также обуславливал и разницу в воспроизведении субъектами описанных событий. Удалось определить, что при использовании пятой схемы субъекты могли пересказать больше фактов, приведенных ответчиком, чем приведенных истцом, а при использовании шестой — наоборот.

Итак, ответ на поставленный вопрос: если вы можете выбирать, говорить ли вам первым или последним в публичном диспуте, говорите первым, если противник будет говорить немедленно вслед за вами, а между диспутом и оценкой будет перерыв. Например, если вы обсуждаете конфликт, решение по которому должно быть вынесено в течение недели, говорите первым. С другой стороны, если два выступления будут разделены перерывом, а решение будет выноситься после второго — говорите вторым.

Стивен Хох в 1984 году получил примерно те же результаты в нескольких экспериментах, посвященных тому, как люди делают прогнозы. Хох попросил испытуемых привести аргументы *за* то, что некоторое событие произойдет в будущем, и аргументы *против* того, что это же самое событие может произойти. В некоторых случаях испытуемым предлагалось затем прослушать сначала аргументы *за*, в других — *против*. Хох обнаружил мощное действие эффекта первичности, когда оба вида аргументов шли один за другим. Если же между прослушиванием аргументов *за* и аргументов *против* делали трехминутный перерыв, то наблюдался эффект недавности. Эти открытия согласуются со старыми рекламными приемами, когда покупателям предлагалось послушать аргументы *за* покупку товара и затем *против* покупки. Если обе группы аргументов шли друг за другом непрерывно, покупатель невольно становился жертвой эффекта первичности (Гросс, 1964).

## Эффект ореола

Эффекты контраста, первичности и недавности показали, что одни и те же раздражители могут производить различное (66:) действие в зависимости от ситуации и условий их представления. Другим примером зависимости от ситуации может служить эффект ореола, названный так Эдвардом Торндайком в 1920 году. Торндайк обнаружил, что когда армейских командиров попросили оценить своих офицеров с точки зрения ума, телосложения, командирских качеств и характера, оценки достаточно высоко коррелировали. Согласно Торндайку, командир эскадрильи, руководивший работой кадетов, оценил корреляцию между их умом и физической подготовкой как 0,51, между их умом и способностью командовать — 0,58 и 0,64 — между их умом и характером\*. Торндайк также получил позитивные корреляции у педагогов между их различными качествами, от которых зависел оклад и продвижение по службе. В одном случае, например, офицер, выступавший в роли наставника, основное внимание уделял внешнему виду, здоровью, аккуратности, уму, честности и искренности. В другом случае оценки, выносимые педагогами, были связаны с интеллигентностью и «интересом к общественным делам».

В своей статье, посвященной эффекту ореола, Торндайк заключает (1920, с. 28- 29): «Даже очень способный прораб, работодатель, учитель или начальник департамента не может иметь индивидуальный подход к каждому своему ученику или подчиненному, знать его отдельные качества и придавать значение каждому отдельно от всех». Сегодня мы знаем, что открытия Торндайка были частично обусловлены техническими аспектами (определенной шкалой оценок), но его основная идея выдержала испытание временем. Даже когда рейтинги составлялись с использованием изолированных измерительных техник, эффект ореола зачастую давал себя знать (Купер, 1981; Фельдман, 1986).

Со времен сделанных Торндайком наблюдений было зафиксировано огромное количество различных проявлений эффекта. Например, исследование «эффекта ореола красоты»

показало, что невыразительным или непривлекательным людям физически (67:) привлекательные кажутся более счастливыми, имеющими лучшее общественное положение и больше шансов вступить в брак, а также более желанными партнерами для личных отношений (Дион, Бершейд и Уолстер, 1972). Давид Ленди и Гарольд Сигалл в 1974 году также обнаружили, что эссе оценивались выше, когда они приписывались физически привлекательному автору, чем когда автором называли человека незаметного или непривлекательного.

\* Коэффициенты корреляции варьируют от +1,00 до —1,00. Положительные корреляции означают, что одна переменная увеличивается так же, как другая; отрицательные корреляции означают, что одна переменная уменьшается, в то время как другая увеличивается, а корреляция 0,00 означает, что переменные не связаны определенным образом. Следовательно, в эксперименте Торндайка высокие оценки ума были связаны с высокими оценками других желательных качеств. (67:)

Как и в случае с эффектом контраста, многие первые эксперименты, связанные с эффектом ореола, были проведены Ашем (в 1946 году). Например, в одном из опытов Аш попросил половину испытуемых высказать свое впечатление о человеке умном, умелом, работающем, приветливом, решительном, практичном и предусмотрительном. Остальных испытуемых он попросил высказать мнение о человеке умном, умелом, работающем, замкнутом, решительном, практичном и предусмотрительном. Таким образом, обе группы получили одно и то же описание, не считая того, что в первом случае говорилось о человеке приветливом, а во втором — о замкнутом.

Испытуемым далее были предложены пары качеств (в основном — противоположных), и нужно было выбрать наиболее соответствующие впечатлению, которое они составили об описанном человеке. Пары качеств были примерно такие: счастливый — несчастный, щедрый — скупой, раздражительный — терпимый, имеет чувство юмора — не имеет чувства юмора. В соответствии с ранними исследованиями Торндайка, Аш обнаружил, что такие характеристики, как приветливость и замкнутость влияют на общее впечатление о личности — другими словами, действует эффект ореола. Например, от 75 до 95 процентов испытуемых, которым говорили о приветливом человеке, думали, что он должен быть щедрым, счастливым, терпимым и обладать чувством юмора (вы можете сравнить и себя с ними, открыв ответ на п. 4 Анкеты. И наоборот, только 5- 25% испытуемых, размышлявших о замкнутом человеке, приписывали ему те же качества.

Эти результаты являются итогом только анкетного опроса. В 1950 году Гарольд Келли опубликовал исследование, объяснявшее эффект ореола, исследованный и описанный Ашем несколькими годами раньше, используя реальные ситуации, вместо тестов. Студентам, которые считали своего педагога человеком (68:) приветливым и доброжелательным, казалось, что он не только тактичен, сдержан и общителен, но и более снисходителен, обладает хорошим чувством юмора, популярен. Более того, большинство студентов имело большее стремление заниматься с преподавателем, в чью доброжелательность они верили. 56% из «доброжелательных» субъектов вступали в дискуссии на семинарах, тогда как из «замкнутых» — только 32%. Эти результаты заставляют думать, что эффект ореола влияет на социальные взаимодействия и, возможно, на дальнейшее поведение.

Так же, как и в случаях с эффектом контраста, первичности и недавности, эффект ореола показывает, что реакция людей на внешние раздражители зависит от контекста. Кроме того, не существует и раздражителя, оторванного от контекста. Факторы ситуации сильнейшим образом влияют на ответы людей — вне зависимости от того, является раздражитель геометрической фигурой, личным качеством, юридическим аргументом или шпинатом.

## Заключение

Эффекты, связанные с ситуацией, настолько обычны, что иногда становятся незаметными. Но на самом деле трудно представить себе мир, где бы восприятие не определялось ситуацией. На что бы он был похож? Что значит говорить о независимой от контекста

оценке?

Как заметил на семинаре один из моих студентов, эффекты контекста поднимают глубинные вопросы социальных отношений. Например, эффект контраста предполагает, что невозможно знать кого-либо абсолютно. Если вы оцениваете честность своего друга, эта оценка зависима, относительна — она определяется честностью других людей, которых вы знаете. В соответствии с эффектом контраста, вы будете видеть своего друга более честным, если другие люди обманули или подвели вас, даже если его поведение не изменилось. Оценка честности вашего друга кажется вам не зависящей от честности других людей, но исследования в этой области показали, что социальная оценка всегда зависит от контекста.

Даже счастье определяется ситуацией. Филипп Брикман, Дэн Коутс и Ронни Янофф-Булман в 1978 году обнаружили это при исследовании, проведенном среди победителей лотереи штата (69:) Иллинойс. По сравнению с состязавшейся контрольной группой проигравших, победители лотереи отмечали, что получают меньше удовольствия от обычных дел, например, от просмотра телепередач, разговора с друзьями, завтрака, покупок и т. д. Брикман, Коутс и Янофф-Булман аргументировали эту разницу частично результатом эффекта контраста, возникшего, когда обыденная деятельность сравнивалась с радостью от победы в лотерее.

Убежденность профессионалов является подтверждением силы эффектов контекста. Например, агенты по торговле недвижимостью иногда используют эффект контраста, показывая покупателям сначала предназначенные для сноса или уцененные здания, а затем дом, который действительно достоин серьезного обсуждения. Политики часто используют эффект ореола, создавая картину широкой поддержки избирателей, демонстрируя предыдущие успехи. И рекламодатели усердно заботятся о контексте, в котором появляется производимая ими продукция.

Конечно, возможности эффектов ситуации не безграничны. Патологическая лживость не дает верного представления о том, насколько люди лгут. А некомпетентный политикан не сможет долго выезжать на эффекте ореола. Окружение квадрата концентрическими окружностями создает видимость искривления его сторон, но не может превратить его в круг. Тем не менее, ни один анализ оценки и принятия решений не может не принимать в расчет эффекты контекста. Однако некоторые авторы считают, что лабораторные исследования этого явления *не могут* дать исчерпывающего представления об этих эффектах в повседневной жизни (Херши и Шумахер, 1980).

## Раздел II. Как вопросы влияют на ответы

В первом разделе показано, как контекст раздражителя формирует способ его восприятия. Данный раздел расширяет эту тему, объясняя, как форма постановки проблемы влияет на реакцию людей. Главы 5 и 6 посвящены двум вопросам:

- 1) Насколько оценки и решения зависят от того, как проблема сформулирована?
- 2) Какова специфика влияния на ответ формулировки вопроса или проблемы?

### Глава 5. Гибкость

Подобно всем прочим стимулам, свой контекст имеет и каждый вопрос. В этой главе рассматривается, как контекст и словесное выражение вопроса влияют на оценку и принятие решения.

В некоторых случаях предложение одной и той же дилеммы в двух разных контекстах может породить совершенно различные ответы. Например, представьте, что вы столкнулись со следующим выбором:

**Альтернатива А:** с вероятностью 100% лишиться 50 долларов.

**Альтернатива Б:** с вероятностью 25% лишиться 200 долларов, но с вероятностью 75% не лишиться ничего.

Что вы выберете? (Посмотрите свой ответ в п. 2 Анкеты). Большинство людей (80%), опрошенных Полем Словиком, Барухом Фишхоффом и Сарой Лихтенштейн в 1982 году, предпочли альтернативу Б. Большинство людей предпочитает рискнуть, когда речь идет о потерях; т.е., они согласны пойти на риск и потерять больше (в данном случае 200 долларов), чем перенести обязательную утрату той же расчетной величины (25%- ная вероятность потери 200 долларов имеет ту же расчетную величину, как и неперенная потеря 50 долларов, потому что обе альтернативы приводят к одинаковым потерям при многократном повторении).

Рефлексия, однако, подсказывает, что здесь что- то не так. Если бы люди всегда стремились к риску, когда он ведет к потерям, то страховые компании давно были бы без работы. Страховая индустрия основана на готовности людей понести неизбежные потери (заплатить страховой взнос) в качестве залога того, что они смогут избежать больших (но не обязательных). Действительно ли люди ведут себя иначе, когда обязательные потери облачаются в одежды страховки? Какой бы выбор они сделали между альтернативой А и альтернативой Б, если бы потеря 50 долларов была представлена как страховой взнос, защищающий от возможной (с 25%- ной вероятностью) потери 200 долларов? (74:)

ТАБЛИЦА 5.1. КАКУЮ АЛЬТЕРНАТИВУ ВЫ ПРЕДПОЧИТАЕТЕ?

| РИСК        |            |                            | Контекст азартной игры,<br>% предпочтения | Контекст страхования,<br>% предпочтения |
|-------------|------------|----------------------------|-------------------------------------------|-----------------------------------------|
| Вероятность | Потери, \$ | Определенные<br>потери, \$ | Определенные<br>потери                    | Определенные потери                     |
| 0,001       | 10000      | 10                         | 54                                        | 81                                      |
| 0,01        | 10000      | 100                        | 46                                        | 66                                      |
| 0,01        | 100 000    | 1000                       | 37                                        | 76                                      |
| 0,1         | 10000      | 1000                       | 29                                        | 59                                      |

*Примечание-* Как показывают две правые колонки, на 20-40% людей больше предпочитают определенные потери, когда использован контекст страхового взноса, а не контекст чистого риска. Эти данные взяты из исследования Джона Херши и Поля Шумахера (1980).

Словик, Фишхофф и Лихтенштейн обнаружили, что в этом случае 65% респондентов предпочитают лишиться 50 долларов. Возможно, потому, что страховой взнос придает большее значение потере большей суммы, или потому, что они подчиняются социальной норме — поступать благоразумно. В любом случае, ясно, что одна и та же дилемма приводит к разному выбору в зависимости от формы, в которую она облечена. Когда неотвратимая потеря представлена как страховой взнос, люди решают не рисковать, предпочитая неизбежные траты риску потерять больше.

Словик, Фишхофф и Лихтенштейн получили результаты и при выборе между платой в 5 долларов и тысячной долей вероятности утраты 5000 долларов. Только двое из пяти предпочитали заплатить 5 долларов при простом выборе, но двое из трех шли на потерю 5 долларов, если это называлось страховым взносом. Тот же эффект был зафиксирован Джоном Херши и Полем Шумахером в целом ряде экспериментов в 1980 году (см. табл. 5.1).

## Эффекты порядка

То, как люди отвечают на вопросы, зависит от порядка вопросов и расположения альтернатив в каждом из них. Обычно эти эффекты довольно незначительны, но в некоторых случаях они имеют важное значение. Например, если два вопроса (75:) посвящены одной теме и части респондентов необходимо проявить последовательность, то ответ на второй вопрос определяется ответом на первый.

В книге *Questions and Answers in Attitude Surveys* Говард Шуман и Стэнли Прессер в 1981 году проиллюстрировали этот эффект результатами опроса о свободе печати. Шуман и Прессер задавали выбранным *наугад* совершеннолетним американцам следующие два

вопроса:

1. Как вы думаете, коммунистическая страна вроде России позволит американским корреспондентам жить там и отправлять в Америку новости как они видят их?

2. Как вы думаете, Соединенные Штаты позволят коммунистической газете прислать сюда своих корреспондентов, чтобы они информировали своих читателей о том, что и как воспринимают?

Половине респондентов вопросы задавались в порядке 1—2, другой же половине — в обратном порядке. Шуман и Прессер обнаружили, что, когда респондентам задавали сначала вопрос об американских репортерах, 82% сказали, что они смогут получить разрешение передавать любые репортажи из коммунистических стран. Согласно этому, около 75% согласились, что и коммунистическим репортерам будет позволено свободно работать в США. С другой стороны, когда первым был вопрос о коммунистических корреспондентах, только 55% опрошенных ответили на него утвердительно. В этом случае, чтобы не идти вразрез со своими суждениями, только 64% респондентов ответили утвердительно и на вопрос об американских журналистах (64% ближе к 55%, чем к 82%). Итак, различный порядок одних и тех же вопросов привел к заметной разнице в результатах.

На ответы может влиять и порядок расположения альтернатив в каждом вопросе. Эффектами порядка вопросов обычно пренебрегают, но они возникают, когда вопросы требуют очень кратких односложных ответов (таких, как «Да» — «Нет», «Согласен» — «Не согласен») или большой выбор вариантов ответа. Один из наиболее распространенных эффектов порядка вопросов — это эффект недавности, когда один ответ выбирается чаще, если появляется в конце списка. (76:)

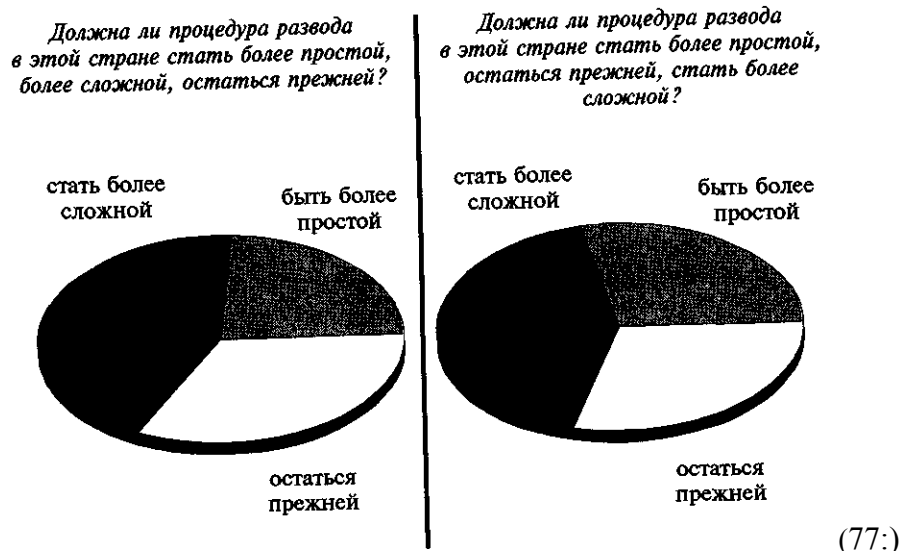
Шуман и Прессер в том же 1981 году обнаружили средней силы эффект недавности в двух вариантах вопроса о разводе. Они спросили половину респондентов, сформулировав вопрос так: «Должен ли развод в нашей стране быть: **более легким; более трудным; таким, как сейчас?»**

Отвечая на этот вопрос, 23% респондентов сказали что развод должен осуществляться легче, 36% — труднее и 41% — перемены в этой области не нужны (см. рис. 5.1).

Остальным респондентам задавали тот же вопрос, только два последних варианта поменяли местами: «Должен ли развод в нашей стране быть: **более легким; таким, как сейчас; более трудным?»**

В этом случае 26% опрошенных сказали, что развод должен стать легче, 29% предпочли сохранить status quo, и 46% высказались за усложнение этой процедуры. В обоих случаях наиболее популярным был последний вариант ответа.

РИСУНОК 5.1. В обоих вариантах вопроса о разводе респонденты предпочитали последнюю альтернативу (*основано на данных национального опроса, проведенного Говардом Шуманом и Стэнли Прессером в 1981 году*).



### Псевдомнemonия

Несмотря на то что контекст и порядок расположения могут значительно влиять на то, как люди отвечают на вопросы, субъекты проявляют гибкость не всегда (исследователи объясняют разницу в ответах «гибкостью»). Когда люди знакомы с вопросом, вариации контекста и порядка обычно вызывают отклонения, изменения ответов менее, чем на 30% (этот предел означает процентное количество респондентов, дающих каждый ответ). Однако, когда респонденты не слишком много знают о проблеме, они значительно легче поддаются этим влияниям. Когда же респонденты совершенно не знакомы с обсуждаемой проблемой, процент изменения ответов показывает максимальную гибкость; в зависимости от того, как задан вопрос, многие высказывают свое мнение на тему, по которой, в действительности, у них нет мнения. Эти мнения называются весьма метко «псевдомнemonиями»\*.

Одно из первых исследований, призванных объяснить широкое распространение псевдомнemonий, было опубликовано в 1946 году Юджином Хартли. Опросив несколько сотен студентов, Хартли обнаружил, что более 80% готовы оценивать датчан, пиренейцев, уэльсцев и представителей еще 32 национальностей по вопросу «социальной дистанции» (широко используемый показатель того, насколько близкими ощущают себя люди). Разумеется в центре исследования были отнюдь не датчане, пиренейцы и уэльсцы — Хартли просто привел эти национальности, чтобы увидеть, сколько студентов смогут иметь мнение о них.

На следующий год журнал *Tide* опубликовал такую же анкету, где у респондентов спрашивали мнение о нескольких вымыш-

\* Как в 1984 году заметил Том Смит, мнения и псевдомнemonия (или позиции и псевдопозиции, как их иногда называют) — это пункты континуума и в то же время качественно отличные вещи (так же, как холодное и горячее различаются, хотя и представляют собой части континуума).

Еще одно замечание относительно терминологии: в книге слова «мнения» и «оценки» используются как более или менее равнозначные, в то время как слово «отношения» используется, чтобы обозначить *эволюционирующие* оценки (оценки, основанные на измерении — горячо/холодно, нравится/не нравится, одобряю/не одобряю). Например, несмотря на то что люди могут высказать *мнение* или *оценку* того, сколько бобов в мере, у них нет *отношения* к этому количеству. Большинство психологов используют термин *отношение* только по отношению к эволюционирующим оценкам. В практике, однако, не так просто увидеть разницу между оценкой, мнением и отношением. (78:)

ленных законопроектах, выведенных под названием «Акт о металлических металлах»:

Какое из нижеследующих утверждений наиболее близко к вашему мнению об «Акте о металлических металлах»?

- а) Это будет верное решение для США.
- б) Это хорошая штука, но только для некоторых штатов.
- в) Подшло бы для других стран, но не должно вводиться у нас.
- г) Это все совершеннейшая чушь.

Несмотря на то что «Акта о металлических металлах» никогда не существовало, 70% респондентов дали какой-либо ответ. 41% опрошенных сочли «Акт о металлических металлах» пригодным для отдельных штатов, 15% решили, что он подходит для всех США, 11% не хотели, чтобы этот закон действовал на территории США и 3% решили, что этот Акт полная ерунда (Гилл, 1947, 14 марта).

В этой же статье обсуждаются результаты опроса: «Вы за или против кровосмешения?» (Слово «кровосмешение» — «incest» было в 40-х годах малоупотребимо в США.) Из респондентов, высказавших свое мнение, две трети оказались против и треть — за кровосмешение!

### Псевдомнения в политике

После просмотра исследований псевдомнений — включая несколько их личных экспериментов — Шуман и Прессер в 1981 году заключили, что проблема, кажущаяся столь существенной, была не настолько серьезной, как предполагалось после первых экспериментов. В ходе своей собственной работы с респондентами, Шуман и Прессер обнаружили, что не более трети или четверти опрошенных высказали псевдомнения при ответе на вопросы о вымышленных законопроектах. Другие исследователи затем пришли к тем же выводам (Бишоп, Олдендик, Тачфарбер и Беннетт, 1980).

Несмотря на то что псевдомнения высказывают не более 25-35% всех респондентов и это не кажется серьезным, важно понять, что во многих демократических странах (в том числе и в США) достаточно 30% избирателей для выборов президента. Политические вопросы зачастую решаются перевесом в несколько процентов голосов, и в итоге псевдомнения могут влиять на (79:) политические события. Более того, если респонденты, знающие очень мало о проблеме, будут добавлены к тем, кто ничего не слышал о предмете спора, то процент высказывающих псевдомнения зачастую может равняться абсолютному большинству.

Псевдомнения — обычное явление в оценке военной и внешней политики, где сильное социальное давление на выражение мнения часто сталкивается с низким уровнем политического участия или сознательности. Оцените, скажем, эти примеры американской «политической безграмотности» (Плаус, март 1989):

- В 1988 году в ходе опроса совершеннолетних американцев выяснилось, что почти половина из них не знала, что страна, проводящая политику апартеида — это ЮАР, три четверти не смогли перечислить четыре страны, признающих, что имеют ядерное оружие.
- Опрос, проведенный в 1985 году среди студентов, показал, что 45% из них не могут назвать два города, на которые были сброшены атомные бомбы.
- Согласно правительственному опросу 1979 года (результаты опубликовала *New York Times*), 40% учеников последних классов старшей школы уверены, что Израиль — это арабская страна.
- В 1983 году *Washington Post* опубликовала статью, названную «Сальвадор — это не в Луизиане» и сообщавшую, что три четверти респондентов национального опроса не знали местоположения Сальвадора (название статьи взято из ответа одного из них).
- Другие опросы показали, что 68% опрошенных не подозревают о том, что Соединенные Штаты не способны защитить себя от удара баллистических ракет, а 81% имели ложную убежденность, что политикой Соединенных Штатов является использование ядерного оружия против Советского Союза только в том случае, если СССР использует его первым.

Такой уровень политической безграмотности усугубляет сложности, возникающие при

изучении общественного мнения относительно военной и внешней политики. Например, что значит поддержка Израиля, если его вообще принимают за арабскую страну? Что означает поддержка запрещения стратегических вооружений, когда тысячи людей верят, что Соединенные Штаты-

80

ты уже могут защитить себя от удара баллистических ракет? Такие политические оценки могут иметь смысл, лишь когда настоящие мнения отделены от псевдомнений.

## Отфильтровывание псевдомнений

Исторически большинство опросов общественного мнения использовали «нефильтрующие» вопросы. Не было никаких попыток отделить респондентов, не имеющих собственного мнения, а в варианты ответов не включались такие, как «У меня нет мнения на этот счет» или «Я не знаю». Однако все больше и больше исследовательских опросов включают в себя различные «фильтры». «Фильтры» эти предназначены для того, чтобы выявить респондентов, не имеющих мнения по данному вопросу.

Вот несколько способов «фильтрации», применяющихся чаще всего. В некоторых случаях респондентов сначала спрашивают, слышали или читали ли они что-нибудь относительно этой проблемы. Если они отвечают утвердительно, то спрашивают их мнение, если нет — им задают другие вопросы. В других случаях респондентов сначала спрашивают, много ли они думали над этой проблемой или сформировалось ли у них мнение на эту тему. Еще одна техника «фильтрации» — включение в варианты ответа «нет мнения» или «не знаю».

«Фильтры» обычно очень эффективно отсеивают псевдомнения. В некоторых случаях, правда, они приводят к искажению результатов опроса. Например, количество опрошенных, ответивших «не знаю», не отражает уровень знания или интереса к данной проблеме. Если неосведомленных или не интересующихся респондентов отсеять, то результаты опроса не будут отражать мнения населения в целом.

Чтобы определить эффект отсеивания, Шуман и Прессер провели ряд контрольных опросов, содержащих «фильтрующие» и «нефильтрующие» вопросы. Основываясь на своих исследованиях, они пришли к следующим выводам — большинство «фильтров»: 1) заставляют по крайней мере пятую часть респондентов ответить «не знаю», а не высказать мнение, 2) не влияют значительно на количество респондентов, дающих отдельные ответы (скажем, пропорциональное отношение сказавших «да» и «нет») и 3) не оказывают сильного влияния на отношение между ответами на один или другой вопрос. (81:)

Вот, для примера, пара вопросов, появившихся в Американском национальном опросе 1974 года, результаты которого типичны с точки зрения открытий Шумана и Прессера:

**«Нефильтрующая» версия:** «Арабы стремятся к прочному миру с Израилем. Вы согласны или не согласны?»

Согласны 17%.

Не согласны 60%.

Не знаю (ответили сами) 23%.

**«Фильтрующая» версия:** «Арабы стремятся к прочному миру с Израилем. Есть ли у вас мнение на этот счет? (Если есть) Вы согласны или не согласны?»

Согласны 10%. Не согласны 45%. Нет мнения 45%.

Несмотря на то что фильтрующая версия отсеяла на 22% больше не знающих или не имеющих мнения респондентов, соотношение согласных и несогласных почти не изменилось (около 1 согласного на 4 несогласных).

Конечно, эти результаты не означают, что «фильтрация» не играет роли. Представьте, например, что в результате предвзятого опроса хотят показать, что люди не согласны с утверждением: «Арабы стремятся к прочному миру с Израилем». В этом случае

опрашивающий может задать сначала «нефильтрующий» вопрос. С другой стороны, если он хочет создать иллюзию общего согласия с этим утверждением — лучше выбрать «фильтрующую» версию. Этот способ манипуляций стал основой для многих газетных уток.

### Несо согласованность установок

Гибкость выбора и мнений очень близка к несовместимости — отношений. *Гибкость* обычно приводит к разнице между ответами на два варианта одного и того же вопроса, несогласованность же приводит к расхождению между двумя сходными отношениями (разница отношений) или между отношением и поведением (разница отношения — поведения). Один из наиболее (82:) поразительных примеров разницы отношений был опубликован в 1960 году Джеймсом Протро и Чарлзом Григгом.

Протро и Григг заинтересовались тем, поддерживают ли американцы обычное применение популярных демократических принципов. Во время эксперимента эти принципы принимались подавляющим большинством американцев. Например, эти принципы включали в себя следующие положения:

1. Официальные лица должны избираться большинством голосов.
2. Все граждане должны иметь равные возможности влияния на политику правительства.
3. Меньшинство должно иметь возможность свободно критиковать решения большинства.

После того как Протро и Григг выделили эти три основных принципа, они составили десять специальных утверждений, которые соответствовали или противоречили бы этим принципам, например:

Если коммунист хочет сказать в этом городе речь в поддержку коммунизма, он должен иметь возможность высказаться.

или:

На городском референдуме только люди, которые хорошо информированы о проблеме, должны иметь право голоса.

После этого Протро и Григг опросили выбранных наугад избирателей в одном из городов Мичигана и в одном из городов во Флориде, согласны ли они с этими 10 утверждениями.

Обнаруженное ими было удивительно. До 90% респондентов были единодушны в оценке 10 утверждений и чаще согласны, чем не согласны с ними, причем их суждения об определенных демократических действиях были несовместимы с соответствующими демократическими принципами. Например, 51% респондентов поддерживал антидемократическую идею, что только хорошо информированные люди могут принимать участие в голосовании, 79% сказали, что только налогоплательщики могут голосовать, и только 44% согласились, что члену коммунистической партии должно быть разрешено публично проповедовать свои идеи. Комментируя иронию этих результатов, Протро и Григг (1960, с. 293) заключили: «Несмотря на то что Соединенные Штаты — демократическая страна, мы не можем без (83:) преувеличения говорить о том, что согласие с ее фундаментальными принципами является необходимым условием для существования демократии».

Хотя это исследование демонстрирует крайний вариант несогласованности установок, сходные исследования подтверждают результаты, полученные Протро и Григгом. Отношение к абстрактным вещам часто не совпадает с отношением к их практическому воплощению. Когда доходит до практики, возникает множество дополнительных факторов: вынуждающие обстоятельства, другие принципы, приводящие к конфликту и т.д. Как будет показано ниже, исследования несогласованности установок также покажут еще большее несоответствие абстрактного отношения и практических действий.

## Снова в пути

В 1930 году Ричард Лапьер, социолог Стэнфордского университета, начал путешествовать по Соединенным Штатам с молодой китайской четой. В течение двух лет они пересекли всю страну, посетив в общей сложности 184 ресторана и закусочных и 67 гостиниц, мотелей и пансионов. Вопреки сильным антикитайским настроениям, наблюдавшимся в те дни, Лапьер столкнулся с расовой дискриминацией лишь в одной (из 251) встрече. Фактически, Лапьер отметил, что его компаньоны принимались с «большим, чем обычно, радушием» в 72 случаях. Основываясь на этом опыте, Лапьер заключил, что никто не может подозревать американцев в предубеждении против китайцев.

Но предубеждение было очень сильно на абстрактном уровне. Спустя шесть месяцев после посещения каждого заведения, Лапьер посылал туда анкету, в которой, среди прочих, был и такой вопрос: «Вы бы приветствовали китайцев в качестве посетителей вашего заведения?» Лапьер получил ответы из 81 ресторана или кафе и из 47 гостиниц и мотелей. Из 128 ответов 118 свидетельствовали о том, что владельцы не хотели бы видеть в числе своих клиентов китайцев (девять сказали, что это зависело бы от обстоятельств, а одна женщина из мотеля ответила утвердительно, говоря, что у нее уже останавливались китайский джентльмен с женой — друзья Лапьера). Лапьер также отметил идентичные результаты при опросе других 128 заведений по всей стране: 118 негативных ответов, 9 — в зависимости от (84:) обстоятельств и один положительный (см. Лапьер, 1934). Эти исследования показали, что люди могут иметь абстрактные принципы, которые совсем или почти не влияют на их реальное поведение.

Спустя три года после того как Лапьер опубликовал свои исследования, Стивен Кори опубликовал результаты эксперимента, проводившегося в подобных условиях. Кори интересовался связью между отношением к обману и поведением в контекстах, связанных с обманом. И он заметил несоответствие, опросив 67 студентов, которые заполняли анкеты, по нескольким шкалам определяя свое отношение к обману. Анкеты должны были быть анонимными, но на деле Кори использовал секретную систему меток, чтобы идентифицировать отдельных респондентов. Таким образом, он смог выделить определенные взгляды, которые потом мог соотносить с фактическими поступками.

Проверял студентов на честность Кори следующим образом: среди них были проведены пять еженедельных тестовых контрольных, тайно поставлены оценки, а потом направленные работы были возвращены студентам, которых попросили самих подсчитать ошибки и оценить свои работы. Общее расхождение в оценках, проставленных студентами, и их реальными оценками констатировало случаи обмана (в среднем было переправлено два вопроса из 40-45).

Из вышеописанного Кори сделал вывод, что корреляция установок и поведения почти равна нулю. Отношение студентов к вранью, как к пороку, не имело ничего общего с их тенденцией мошенничать. Что было относительно *правдиво* в деле о вранье, так это результаты тестов: средняя оценка студентов на деле была примерно на 0,46 балла ниже, чем проставленная ими. Согласно Кори (1937, с. 278), «то, что студенты мошенничали на экзаменах, определялось скорее их уровнем подготовки, а не моральными принципами».

## Притча для нашего времени

В 1973 году Джон Дарли и Даниел Батсон наиболее ярко продемонстрировали отсутствие последовательной связи между установкой и поведением. Дарли и Батсон заинтересовались факторами, побуждающими людей приходить на помощь друг другу в (85:) беде. Испытуемые — студенты семинарии — должны были ходить от дома к дому и рассказывать людям либо о работе, в которой они могли бы быть полезны, либо притчу о добром самаритянине (библейское предписание помогать ближнему в нужде). Студентам сказали,

что эти беседы должны продолжаться от трех до пяти минут и будут записываться ассистентами. Когда студенты подходили к определенному дому, они сталкивались с человеком, которому нужна была помощь. Дарли и Батсон хотели проверить, будет ли зависеть оказание помощи от того: а) что они должны были рассказывать притчу об оказании помощи, б) насколько студент спешил добраться туда, куда он шел.

В варианте эксперимента с *большой спешкой* ассистент смотрел на часы и внезапно говорил студенту: «Ох, ты опаздываешь! Они ждали тебя 10 минут назад. Нам лучше поторопиться». В варианте *средней спешки* ассистент говорил: «Пора идти. Ожидающий тебя ассистент готов». В варианте *малой спешки* ассистент говорил: «Они будут готовы через несколько минут, так что пора идти, но если мы немного задержимся, ничего страшного не произойдет». Двигаясь от дома к дому, каждый студент должен был пройти через бульвар, где Дарли и Батсон поместили плохо одетого человека, который, ссутулившись, неподвижно сидел на дороге, опустив голову и прикрыв глаза. Когда студент проходил мимо, человек, не поднимая головы, несколько раз кашлял и тяжело вздыхал. Если студент останавливался и спрашивал, все ли в порядке, или предлагал помощь, человек вздрагивал и говорил неуверенно:

О, спасибо (кашель)... Нет, все в порядке (пауза)... Я немного задыхаюсь (кашель)... Доктор дал мне эти таблетки, я только что выпил одну... Мне бы только посидеть и отдохнуть несколько минут.. Спасибо, что остановились.

Если студент настаивал на том, чтобы отвести человека в здание, тот принимал любую предложенную помощь и благодарил студента за то, что он взял на себя заботу. Затем, после того как студент уходил, человек оценивал его по пятибалльной шкале:

0 = не обратил внимания на человека, которому, возможно, нужна помощь.

1 = обратил внимание на человека, которому, возможно, нужна помощь, но помощи не предложил. (86:)

2 = не остановился, но выказал заботу (например, сказав кому-то об этом человеке).

3 = остановился и спросил, нужна ли помощь.

4 = остановившись, настаивал на том, чтобы отвести человека в дом.

Дарли и Батсон обнаружили, что студенты, которые торопились, значительно реже предлагали помощь, чем те, кто не торопился, но что стоящая перед ними задача рассказывать притчу о добром самаритянине не оказывала никакого влияния на возможность предложения студентами помощи. Фактически в нескольких случаях студенты, идущие рассказать о добром самаритянине, переступали через человека на бульваре, чтобы не опоздать. Эти результаты ярко демонстрируют, что абстрактные точки зрения — в данном случае о том, как важно помогать людям в беде, — могут быть совершенно по-разному связаны с реальным поведением.

## И вновь несогласованность

Действительно ли установки и поведение обычно не совпадают? В 1969 году психолог по имени Аллан Уикер опубликовал исследовательский обзор, где утверждалось, что это именно так, и, таким образом, нанес серьезный удар по исследованиям установок. Основой для этого обзора стали рассмотренные Уикером 46 исследований, в которых аттитюды и отвечающее им поведение изучались в конкретных обстоятельствах. Участниками этих экспериментов были самые разнообразные люди: от студентов до страховых агентов, от промышленников до рожениц. Их были тысячи. Темы, использовавшиеся в исследованиях были самыми разнообразными: от жилищных программ до футбола, борьбы за гражданские права и т.д.

Оценив результаты всех 46 исследований, Уикер заключил (1969, с. 65), что «кажется более точным утверждение, что аттитюды не связаны с поведением или связаны с ним незначительно, чем утверждение, что аттитюды тесно связаны с действием». Согласно его выводам, взаимосвязь между установками и поведением зачастую равна нулю и только в редких случаях превышает 30%, однако через два года после своего первого обзора (87:) (т.е.

в 1971 году) Уикер пошел дальше и предположил, что было бы желательно вообще оставить саму идею установок.

Как вы можете представить, эти заключения были не очень благожелательно восприняты исследователями установок, и вскоре родилась школа «ревизионистов». Приверженцы этой школы утверждали, что аттитюды связаны с поведением, но при соблюдении определенных условий: 1) все критерии установок и поведения должны быть тщательно подобраны, чтобы они были настолько обоснованными и заслуживающими доверие, как только возможно; 2) где только возможно, наибольшее число пунктов должно быть использовано при оценке как установок, так и поведения; 3) чтобы предупредить воздействие различных факторов, аттитюды и связанное с ними поведение должны быть максимально приближены во времени; 4) аттитюды должны соответствовать поведению в плане осуществленного действия, цели, ситуации и времени действия.

В 1977 году Айсек Айзен и Мартин Фишбейн продемонстрировали важность некоторых из этих условий. Айзен и Фишбейн классифицировали связь установок и поведения в более чем 100 экспериментах в зависимости от высокого, среднего и низкого уровня соответствия установок и поведения в плане специфики цели и действий. В большинстве случаев, когда уровень соответствия установок и поведения был низким, Айзен и Фишбейн обнаружили отсутствие существенной связи между ними. С другой стороны, аттитюды и поведение всегда совпадали по крайней мере на 40%, когда они верно измерялись и хорошо сочетались в цели и действиях. Другими словами, когда аттитюды базировались на конкретной цели и конкретных действиях, тогда они очевидно определяли поведение. Если цель установок не совпадала с целью поведения, то возникало несоответствие установок — поведения. Айзен и Фишбейн заключили, что Лапьер в 1934 году наблюдал низкую взаимосвязь установок и поведения из-за цели установок в его опытах (т.е. китайцев *в целом*), которая была более обобщенной, нежели цель поведения (т.е. *отдельная* чета китайцев).

## Заключение

Есть прекрасная русская пословица — «Жизнь прожить — не поле перейти». Относительно исследований оценки и принятия (88:) решений она может быть перефразирована так: «Исследовать аттитюды, точки зрения и предпочтения труднее, чем задавать вопросы».

Установки, мнения и выбор зачастую на удивление переменчивы. Во многих случаях словесная формулировка вопроса сильнейшим образом влияет на ответы, которые дают люди. Следовательно, нужно быть очень внимательным к структуре и контексту вопроса. Глава 6 иллюстрирует эти пункты, обсуждая способы, когда легкие изменения слов могут повлиять на оценку и принятие решений.

## Глава 6. Последствия формулирования и построения вопросов

На вопрос, заставляет ли ядерный потенциал страны чувствовать себя в безопасности, 40% респондентов Британского опроса 1986 года сказали «да» и 50% — «нет» (у остальных 10% не было определенного мнения). Однако, когда в другом опросе была употреблена формулировка «в большей безопасности», 50% сказали, что да, ядерный потенциал дает им ощущение большей безопасности и 36% заявили, что наличие в их стране ядерных вооружений заставляет их чувствовать себя в меньшей безопасности (Леливелд, 1986, 5 октября).

Эти результаты демонстрируют значение самых незаметных изменений формулировки. Иногда изменение одного-двух слов (неважно, в формулировке ли вариантов ответа или в самом вопросе) может глубоко повлиять на то, как люди ответят на вопрос (Боррелли, Локерби и Ниemi, 1987). Представьте для примера мистический случай Пропавшей Средней Категории...

## Хитрое назначение

1969 год. Вы совершенно бессовестный, но отлично знающий свое дело служащий центральной организации по опросу общественного мнения. Ваша секретная миссия состоит в том, чтобы опрос показал, что американская общественность хочет немедленного вывода войск из Вьетнама. Как вы этого добьетесь?

В июне этого года респондентам говорили, что президент Ричард Никсон «приказал вывести из Вьетнама 25 тысяч солдат в течение ближайших трех месяцев». Респондентов спрашивали (90:): должны ли войска выводиться быстрее или медленнее («так, как и предложено» в ответы включено не было, но если респондент сам заявлял, что его вполне устраивает решение президента, такой ответ засчитывали). Около половины респондентов (42%) сказали «быстрее», 16% — «медленнее», 29% — по собственному желанию согласились с решением президента (Converse & Schuman, 1970, июнь).

*Вы передаете эти результаты в прессу, и на следующий день американские газеты нестрят заголовками типа: АМЕРИКАНЦЫ ПРЕДПОЧИТАЮТ СКОРЕЙШИЙ ВЫВОД ВОЙСК. Сидя в кресле, вы пьете за удачное выполнение миссии. Или вам кажется, что оно удачное.*

Вскоре после этого опроса Харрис провел аналогичный. Он спрашивал: «В общем, как по-вашему, темп вывода войск слишком быстрый, слишком медленный или вполне подходящий?» Отвечая на этот вопрос, около половины респондентов (49%) сказали, что темп вывода войск их вполне устраивает, 29% сказали, что этот процесс можно было бы и ускорить, 6% сказали, что президент слишком торопится.

*Вы берете газету и читаете: АМЕРИКАНЦЫ ЗА STATUS QUO. ПРОШЛЫЙ ОПРОС БЫЛ НЕВЕРНЫМ.*

*«Прошлый опрос — ОШИБКА?» — говорите вы себе. Разумеется, он был верным. Но если нет — то какой же опрос точен?*

Вместо того чтобы спрашивать какой опрос был верным — верными могут быть оба, — полезнее будет задать вопрос, что значат результаты каждого из них. Официальная организация использовала вопрос с «неестественным выбором», который не включал среднюю категорию. В результате, люди не особенно задумываясь и не очень понимая, выбирали более быстрый или более медленный темп вывода войск. Вопросы без средней категории используются для выявления отклонений, но чтобы быть точным, передовицы после опроса официальной организации должны были бы звучать так: ВЫБИРАЯ МЕЖДУ ЗАМЕДЛЕНИЕМ И УСКОРЕНИЕМ ВЫВОДА ВОЙСК, АМЕРИКАНЦЫ ВЫБИРАЮТ УСКОРЕНИЕ. Результаты этого опроса не выявили тех, кто был действительно недоволен темпами вывода войск.

И наоборот, опрос Харриса явно предлагал респондентам среднюю категорию. Эффект от введения средней категории — не совсем то же самое, что использование «фильтра» вроде «не знаю» или «нет мнения». Обычно от 10 до 40% респондентов выбирают (91:) именно среднюю категорию, но соотношение между крайними ответами остается тем же. (В данном случае пропорция между сказавшими «слишком быстро» и «слишком медленно».) Неудобство включения средней категории состоит в том, что это «безопасный» ответ, который вызывает появление псевдомнений.

## Открытые приоритеты

Так же, как включение средней категории заставляет респондентов выбирать именно ее, появление других альтернатив часто порождает некое число респондентов, выбирающих именно их, что и было зафиксировано Говардом, Шуманом и Жаклин Скотт в 1987 году.

Шуман и Скотт просили респондентов национального опроса назвать «наиболее важную проблему, с которой сталкивается наша страна сегодня». Как показывает первая колонка табл.

6.1, когда респондентам задавали «открытый» вопрос (где они отвечали своими словами), только 2% назвали энергетический кризис, качество школьного образования, легализацию абортов и загрязнение (посмотрите на свой ответ в п. 27 Анкеты). Когда Шуман и Скотт включили эти редкие ответы в «закрытую» форму вопроса, все резко изменилось (в «закрытом» вопросе респонденты выбирают ответ из предложенного списка вариантов). Как вы можете увидеть из второй колонки табл. 6.1, большинство респондентов выбрало непопулярные ответы как главные проблемы

ТАБЛИЦА 6.1. ВОПРОС ПРИОРИТЕТОВ

|                       |           | ПРОЦЕНТНОЕ ВЫРАЖЕНИЕ ЧАСТОТЫ ВЫБОРА<br>КАЖДОГО ОТВЕТА |                 |
|-----------------------|-----------|-------------------------------------------------------|-----------------|
| Проблемы              |           | Открытый вопрос                                       | Закрытый вопрос |
| Качество              | школьного | 1                                                     | 32              |
| образования           |           |                                                       |                 |
| Загрязнение           |           | 1                                                     | 14              |
| Легализация абортов   |           | 0                                                     | 6               |
| Энергетический кризис |           | 0                                                     | 8               |
| Все остальные ответы  |           | 98                                                    | 40              |

*Примечание:* Эти данные взяты из опроса, проведенного Говардом Шуманом и Жаклин Скотт в 1987 году, где 178 респондентов отвечали на открытый вопрос: «С какой наиболее важной проблемой сталкивается сегодня страна?» и 171 — на закрытый: «Какая из следующих проблем наиболее важна для страны: качество школьного Образования, легализация абортов, загрязнение среды или, может быть, вы назовете какую-либо другую проблему?» (92:)

страны. Просто упоминая эти непопулярные у респондентов ответы, Шуман и Скотт тридцатикратно увеличили их популярность.

Несмотря на это, закрытые вопросы позволяют выявить отношение к предметам, которые при открытых вопросах не сразу приходят на ум. Например, когда людей попросили назвать наиболее важное, на их взгляд, открытие мирового значения, перевернувшее историю, менее 2% назвали изобретение компьютера. Когда же изобретение компьютера было включено в список возможных ответов, то почти 30% респондентов выбрали этот ответ (Шуман и Скотт, 1987). В этом случае закрытый вопрос отразил, пожалуй, более точное значение реального мнения, чем открытый.

Даже ответы на самые тривиальные вопросы попадают под влияние списка альтернатив. Например, в результате одного опыта обнаружилось, что ответ об использовании телевидения зависит от категорий, представленных в вопросе (Шварц, Хипплер, Дойтч и Стрэк, 1985). В этом эксперименте респонденты по двум шкалам должны были определить, насколько долго они смотрят телевизор в течение дня. Обе шкалы были поделены на шесть получасовых делений, но первая была проградуирована от «получаса» до «более двух с половиной часов», тогда как вторая начиналась от «двух с половиной часов» и оканчивалась на «более четырех с половиной часов». Среди респондентов, которым предложили первую шкалу, 84% заявили, что смотрят телевизор менее двух с половиной часов в день. В то же время из респондентов, получивших для оценки вторую шкалу, только 63% дали такой ответ.

Согласно Норберту Шварцу и его коллегам (1985, с. 388-389) «шкалы или варианты ответов — это не просто вспомогательные инструменты, которыми пользуются люди, чтобы описать свое поведение. Наоборот... респонденты могут использовать амплитуду описанного в перечне альтернатив изменения поведения как рамку отсчета для оценки собственного поведения». Структурирование вариантов ответа (так же, как и вопросов) никогда не бывает нейтральным и часто оказывает влияние на ответы (см. табл. 6.2, где приведены примеры взаимосвязи вопроса и ответа). Как будет видно ниже, искажения ответов могут возникать и из-за того, что некоторые ответы с социальной точки зрения более желательны, чем другие. (93:)

ТАБЛИЦА 6.2. ГДЕ ПРАВДА?

| Вопрос                                                            | Усредненный ответ |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------|
| Возникают ли у вас регулярно головные боли и как часто?           | 2,2 раза в неделю |
| Возникают ли у вас время от времени головные боли и как часто?    | 0,7 раза в неделю |
| Сколько различных препаратов против головной боли вы испробовали? |                   |
| 1? 5? 10?                                                         | 5,2               |
| 1? 2? 3?                                                          | 3,3               |
| Насколько длинным был фильм?                                      | 130 минут         |
| Насколько коротким был фильм?                                     | 100 минут         |
| Насколько высок баскетболист?                                     | 79 дюймов         |
| Насколько низок баскетболист?                                     | 69 дюймов         |

*Примечание:* Верхняя пара вопросов взята из исследования Элизабет Лофтус (1975), а остальные — из исследования Ричарда Харриса (1973). Разница в ответах важна статистически.

### Социальная желательность

В 1982 году Ричард Уиртлин, работавший в отделе по связям с общественностью при президенте Рейгане, обнаружил, что 58% респондентов национального опроса согласны со следующим утверждением: «Приостановка производства ядерных вооружений не должна произойти, поскольку это все равно не снизит опасности тысяч уже имеющихся боеголовок и оставит Советский Союз на позициях ядерного превосходства». Но затем, спустя несколько минут, точно в таком же опросе, 56% согласились с тем, что приостановка производства ядерного вооружения должна произойти, поскольку это будет началом всемирного ядерного разоружения и предотвратит возможность атомных войн в будущем. На деле 27% респондентов ответили «да» на *оба* вопроса, что Уиртлин назвал «самым обычным несоответствием по любому вопросу, который нам когда-либо задавали» (Клаймер, 1982, 6 мая).

Почему несоответствие? Не имея определенного мнения, субъекты давали социально положительный ответ. В первом случае приостановка производства ядерных вооружений ассоциировалась с усилением Советского Союза, во втором — с всеобщим миром. Очень и очень немногие американцы приветствуют (94:!) наличие у России ядерного потенциала или выступают против всеобщего мира.

Когда у людей нет твердых убеждений по поводу того или иного спорного вопроса, они зачастую «ловят фразы», чтобы выбрать наиболее социально желательный ответ. Например, *News & World Report* опубликовала результаты опроса, 58% респондентов которого поддерживали помощь повстанцам Никарагуа, «чтобы остановить распространение коммунистического влияния», но только 24% согласились с тем, что нужно помочь людям, «которые пытаются свергнуть правительство Никарагуа» (Будянски, 1988, 11 июля). Для большинства американцев «остановить коммунизм» — похвальная цель, а «свержение правительства» — нет.

Шуман и Прессер в 1981 году обнаружили примерно те же результаты в двух опросах, проведенных в 1978 году. В первом случае респондентов спрашивали: «Если ситуация, аналогичная вьетнамской, сложится в другой части мира, как вы думаете, **должны** или **не должны** США посылать туда войска?» Отвечая на этот вопрос, только 17% опрошенных согласились, что Штаты должны выслать войска. Когда же в вопросе возникла «коммунистическая угроза», количество поддерживающих военное вмешательство увеличилось вдвое. 37% опрошенных поддержали интервенцию, отвечая на вопрос: «Если ситуация, аналогичная вьетнамской, сложится в другой части мира, **должны** или **не должны** США посылать туда войска, чтобы остановить коммунистическую угрозу?»

В 1940 году Хадли Кантрил обнаружил те же результаты в двух опросах, посвященных участию США во второй мировой войне. Только 13% его респондентов согласились, что

«США должны делать больше, чем сейчас, для помощи Англии и Франции», но эта цифра выросла до 22%, когда участников второго опроса спросили: «Должны ли США делать больше, чем сейчас, для помощи Англии и Франции в их борьбе с Гитлером?» В одно мгновение помощь в «борьбе против Гитлера» стала казаться более социально значимой, чем просто помощь Англии и Франции.

### Позволить или не позволить?

Еще раньше в другой паре экспериментальных опросов (1941) Рагг задавал респондентам один из двух вопросов: (95:)

Думаете ли вы, что Соединенные Штаты должны разрешить публичные выступления против демократии? Думаете ли вы, что Соединенные Штаты должны запретить публичные выступления против демократии?

Несмотря на то что кажется, будто эти вопросы об одном и том же, Рагг обнаружил, что они порождают совершенно различные ответы. Когда людей спрашивали, должны ли Соединенные Штаты *разрешить* публичные выступления против демократии, 62% сказали «нет». С другой стороны, на вопрос, должны ли Соединенные Штаты *запретить* выступления против демократии, только 46% сказали «да» (что логически должно было означать *не разрешать* такие выступления). На 20% больше было тех респондентов, которые ответили, *что не хотят разрешать* антидемократические выступления, чем тех, кто за *запрещение* их!

Шуман и Прессер в 70-е годы трижды повторили эксперимент Рагга и каждый раз обнаруживали те же результаты, что и их предшественник в 1941 году. Все четыре опроса, разделенные тремя десятилетиями, показали, что «запрещающая» версия вопроса приводит к большей поддержке свободы слова, чем «разрешающая» версия (большей частью потому, что со словом «запрещение» ассоциируется потеря свободы). Единственной разницей между результатами исследований Шумана—Прессера и Рагга было то, что в 70-е годы нашлось на 30% больше сторонников свободы слова, чем в 40-е.

Отличия разрешения-запрещения были исследованы и в связи с другими темами. Например, Ганс Дж. Хипpler и Норберт Шварц в 1986 году обнаружили разницу между «не разрешением» и «запрещением» эротических шоу, фильмов категории X и использования соли для предотвращения замерзания снега на зимних шоссе. Другие опросы показали, что нашлось только 29% тех, кто был за конституционную поправку о запрещении абортов, но 50% было за конституционную поправку о «защите жизни нерожденных» (Будянски, 1988, 11 июля).

### Оформление

Как показали вышеперечисленные результаты, люди по-разному реагируют на потери (например, на запреты) и на приобретения (скажем, на разрешения). Важность этой разницы, однако, (96:) не была широко освещена до тех пор, пока психологи Амос Тверски и Дэниел Канеман не популяризовали наблюдение об «оформлении». Согласно Тверски и Канеману (1981, с. 453), решение о запрете — это «концепция принимающего решение, основанная на действиях, выводах и ассоциирующаяся с отдельным выбором». Тверски и Канеман в 1981 году вывели, что решение о запрете частично контролируется формулировкой проблемы, а частично — нормами, привычками и характером принимающего решение. Но сфокусировали свои исследования Тверски и Канеман на действии различных формулировок.

Теперь, чтобы вы увидели, насколько сильны могут быть эти эффекты, представьте себе следующую пару (взятую из экспериментов Тверски и Канемана). В первом случае вы должны выбрать между альтернативой А и альтернативой Б:

**Альтернатива А:** вы точно получите 240 долларов.

**Альтернатива Б:** вероятность 25% получить 1000 долларов и 75% не получить ничего.

Что вы выберете? (Взгляните на свой ответ в п. 25 Анкеты.) Отметив, что вы предпочли, сделайте второй выбор:

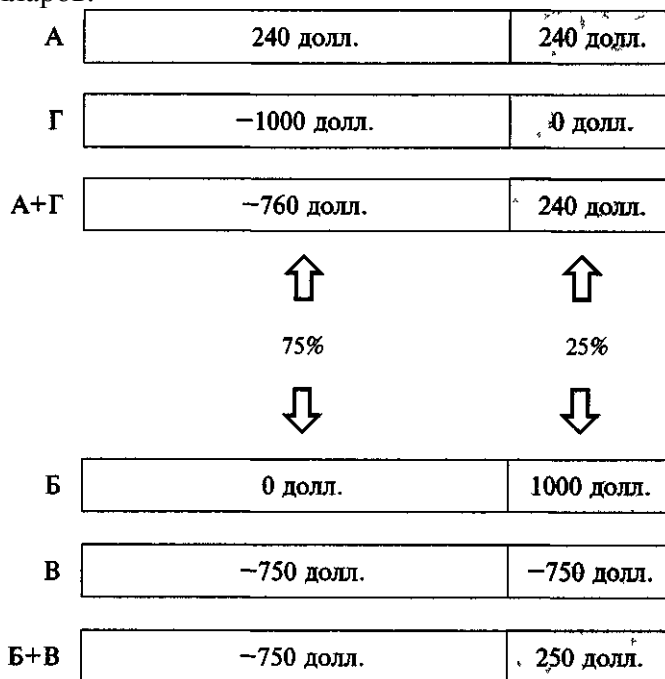
**Альтернатива В:** вы точно потеряете 750 долларов,\*

**Альтернатива Г:** 75%-ная вероятность, что Вы потеряете 1000 долларов и 25%-ная — что ничего.

Что вы выбрали на этот раз? (Взгляните на п. 26 Анкеты.) Тверски и Канеман обнаружили, что в решении 1 чаще предпочтение отдается альтернативе А. 84% субъектов выбирают альтернативу А, а не альтернативу Б. Как отмечено в 5 главе, люди не идут на риск, когда на карту поставлена прибыль (они предпочитают «синицу в руке» «журавлю в небе»).

Во втором случае, однако, люди предпочитают рискнуть. 87% испытуемых Тверски и Канемана выбрали альтернативу Г. Когда на карту поставлены потери — люди готовы рискнуть. Такое отношение к риску настолько распространено, что 73% субъектов выбрали альтернативы А и Г одновременно и лишь 3% — альтернативы Б и В. (97:)

Еще одна интересная вещь: альтернативы Б и В лучше альтернатив А и Г. Это легко увидеть, добавляя их друг другу (см. рис. 6.1). Выбирая А и Г, вы точно получаете 240 долларов и 75%-ная вероятность потери 1000 долларов и 25%-ная не потерять их. В итоге это дает 75%-ную вероятность потери 760 долларов и 25%-ную получения 240 долларов. Выбирая Б и В, вы точно потеряете 750 долларов и с вероятностью 25% получаете 1000 долларов и 75% — ничего. В итоге это — 25%-ная вероятность получения 250 долларов и 75%-ная потери 750 долларов.



**РИСУНОК 6.1.** Несмотря на то что альтернативы Б и В приводят к лучшим результатам, чем А и Г, Амос Тверски и Дэниел Канеман (1981) обнаружили, что люди чаще выбирают А и Г, чем Б и В. (98:)

Другими словами, скомбинированный выбор звучит так:

А+Г: 75%-ная вероятность потери 760 долларов и 25%-ная получения 240 долларов.

Б+В: 75%-ная вероятность потери 750 долларов и 25%-ная получения 250 долларов.

Выбирая А и Г, вы теряете больше, а получаете меньше, чем если бы выбрали Б и В. Независимо от того, потеряете вы или приобретете, выбрать Б и В лучше, чем А и Г.

### Горькая пилюля

Эффекты оформления играют особенно важную роль при медицинской диагностике. Первый и наиболее знаменитый пример проблемы запрета в медицине сформулирован

Тверски и Канеманом в 1981 году в вопросе азиатской болезни.

Представьте, что США готовятся к вспышке редкой азиатской болезни, которая убьет 600 человек. Разработаны две альтернативные программы борьбы с эпидемией. Научная оценка потенциальной возможности каждой программы такова:

- Если применить программу А, можно спасти 200 человек.
- Если применить программу Б, то с вероятностью 1/3 спасутся все люди, но с вероятностью 2/3 все они погибнут.

Какую программу вы предпочтете?

Тверски и Канеман обнаружили, что 72% опрошенных не захотели пойти на риск; они предпочли наверняка спасти 200 жизней, чем сделать ставку на спасение большего числа людей.

Изменив структуру, Тверски и Канеман добились того, что ответы оказались совсем иными. Они ознакомили вторую группу респондентов с той же проблемой. Правда, вопросы были сформулированы иначе:

- Если будет осуществлена программа В, 400 человек погибнут.
- Если осуществить программу Г, то с вероятностью 1/3 не погибнет никто, но с вероятностью 2/3 погибнут все 600 человек.

Несмотря на то, что смысл программ В и Г идентичен смыслу программ А и Б, 78% респондентов в этот раз решили рискнуть; они решили сделать ставку, а не потерять наверняка 400 жизней. (99:)

Те же результаты было получены и в других исследованиях принятия решений в области медицины (см. Уилсон, Каплан и Шнайдерман, 1978). Например, в эксперименте, опубликованном в *New England Journal of Medicine*, обнаружено, что формулировка влияет на решение врачей, как лечить рак легких (Макнейл, Покер, Соке и Тверски, 1982). Участниками этого эксперимента стали 424 рентгенолога, 491 студент-дипломник, чьи работы относились к области статистики и теории решения и 238 амбулаторных пациентов с различными хроническими заболеваниями. Все 1153 участника были ознакомлены с двумя формами лечения рака легких (хирургической и лучевой терапией). Когда они закончили читать эту суммарную информацию, их спросили, какой из двух способов они бы предпочли.

Примерно в половине случаев информация представала в свете возможности продления жизни на возможно более длинный срок (например, 68%-ная возможность прожить еще около года). В других случаях информация давалась в свете смертности (например, 32%-ная вероятность смерти в течение года). Потому, что опасность умереть в ходе или вскоре после окончания операции — главный довод против лечения рака легких хирургическим путем, экспериментаторы предположили, что хирургия будет выбираться чаще, если речь будет идти о возможности *выжить*, и реже — если говорить о возможности *умереть*.

И фактически это подтвердилось. Хирургию предпочитали 75%, когда речь шла о вероятности выживания, и только 58% — когда говорилось о вероятности смертельного исхода. Этот вывод в равной степени относится и к врачам, и к студентам, и к пациентам. Таким образом, даже «вопросы жизни и смерти» и самыми высокообразованными специалистами решаются под влиянием эффекта структуры.

### Логика вычитания

В своем эссе об «экономической причинности» Гарвардский экономист Томас Шеллинг в 1981 году представил интересный случай, в котором «структура» выбора приводит к удивительным заключениям. Шеллинг начал свое обсуждение с замечания, что закон США о подоходном налоге позволяет семьям удерживать 1000 долларов на каждого ребенка (т.е. вычитать 1000 долларов в процессе пересчета общей суммы дохода для определения (100:) подоходного налога). Сумма этого вычета была фиксированной и не зависела от

благосостояния семьи.

Шеллинг, однако, выдвинул вопрос, не должны ли богатые семьи получать большие льготы на каждого ребенка? В конце концов, обеспеченные семьи тратят на детей больше, чем бедные, которым дети обходятся в меньшую сумму.

Большинство людей будут против такой политики. «С какой стати, — скажут они, — давать еще привилегии богатым; и, конечно, не за счет бюджета».

Но представьте (говорит Шеллинг), что произойдет, если налоговое законодательство все-таки реформируют. Представьте, что вместо *вычитания* расходов на детей из суммы облагаемой налогом (по сравнению с семьями, не имеющими детей), появится «премия на детей», которая будет *добавляться* к сумме налоговых выплат средней семьи, имеющей двух или трех детей. Другими словами, представьте, что бездетные семьи будут облагаться «экстра» налогами (вместо того, чтобы предоставить льготы семьям с детьми). Должны ли малообеспеченные семьи без детей платить столько же, сколько и богатые?

В таком случае заманчиво было бы высказаться за то, чтобы богатые платили больше бедных. Потому что богатые семьи тратят на детей больше, чем бедные семьи, и это становится причиной, по которой богатые семьи без детей могут позволить себе делать более высокие выплаты, чем бедные семьи. Проблема, однако, в том, что этот аргумент совершенно идентичен приведенному выше в пользу того, что богатые должны получать большие льготы на детей, чем бедные. Говоря словами Шеллинга (1981, с. 55): «Поскольку один и тот же подоходный налог может быть сформулирован и как взыскание дополнительной платы с не имеющих детей, и как выдача вознаграждения имеющим их, не должно быть никакой разницы между способами, которыми мы делаем это».

Но, конечно, разница есть, и до тех пор, пока есть вычеты на детей, люди будут высказываться — достаточно аргументированно — за то, чтобы эти вычеты были фиксированными.

## Психологический учет

Но принимающие решения структурируют не только выбор — они структурируют и выводы из своих выборов. Тверски и (101:) Канеман назвали этот процесс «психологическим учетом». Психологический учет основан на том, структурируются ли выводы как основные следствия действий (что Тверски и Канеман назвали «минимальным учетом») или они эволюционируют с принятием во внимание предварительного баланса (более «содержательный» учет).

Следующая пара проблем (взятая из эксперимента Тверски и Канемана 1981 года) иллюстрирует психологический учет:

**Проблема 1.** Представьте, что вы решили посмотреть спектакль, билет на который стоит 10 долларов. Войдя в театр, Вы обнаруживаете, что потеряли десятидолларовую купюру. Заплатите ли вы после этого 10 долларов за билет?

Из 183 человек, опрошенных Тверски и Канеманом, 88% сказали, что они все-таки заплатят 10 долларов за билет, чтобы увидеть пьесу. Большинство респондентов не связывало потерю 10 долларов с покупкой билета; они учитывали потерю отдельно.

Теперь представьте себе следующую проблему:

**Проблема 2.** Представьте, что вы решили пойти на спектакль и заплатили 10 долларов за билет. Войдя в театр, вы обнаружили, что потеряли билет. Место было не отмечено, и потеря билета не возмещается. Заплатите ли вы 10 долларов за другой билет?

Из 200 человек, опрошенных Тверски и Канеманом на этот раз, только 46% сказали, что купят другой билет. Несмотря на то что потеря билета в денежном эквиваленте равнялась

потере 10 долларов, большинство респондентов складывали цены второго и первого билетов, и стоимость просмотра спектакля становилась 20 долларов.

А вот другой пример психологического учета по Тверски и Канеману:

Представьте, что вы покупаете пиджак за 125 и калькулятор за 15 долларов. Продавец калькулятора говорит вам, что на распродаже в другом магазине, находящемся в 20 минутах езды отсюда, калькулятор стоит 10 долларов. Поедете ли вы в другой магазин?

Отвечая на этот вопрос, 68% респондентов Тверски и Канемана сказали, что они согласны на двадцатиминутную поездку, чтобы сэкономить 5 долларов.

Но если бы калькулятор стоил 125 долларов, а пиджак — 15 долларов? Тверски и Канеман предложили этот вопрос 88 респондентам: (102:)

Представьте, что вы покупаете пиджак за 15 и калькулятор за 125 долларов. Продавец калькулятора говорит вам, что на распродаже в другом магазине этой фирмы в 20 минутах езды тот же калькулятор можно купить за 120 долларов. Поедете ли вы в другой магазин?

Теперь только 29% опрошенных сказали, что поедут в другой магазин. Когда калькулятор стал стоить 125 долларов, более двух третей респондентов заявили, что не потратят 20 минут, чтобы сэкономить 5 долларов, несмотря на то, что экономия осталась той же, что и в предыдущем вопросе.

Почему? Согласно Тверски и Канеману, респонденты формулировали первую проблему в свете минимального учета, по которому двадцатиминутная поездка стоит экономии 5 долларов. Во второй проблеме, однако, респонденты включали в расчет и цену товара, и в результате 5 долларов казались им незначительной суммой. Джордж Куатроне и Амос Тверски в 1988 году предположили, что люди делают выбор согласно «принципу разницы отношений», в котором определяется разница между отношениями двух пар величин. Так, отношение между ценой 20 и 15 долларов составляет 1,33. Оно больше и сильнее воздействует, чем меньшее отношение — 1,04 между 125 и 120 долларами. Ричард Талер в 1985 году обнаружил те же эффекты структуры в своем исследовании роли психологического учета в потребительском выборе.

Все приведенные в этой главе исследования не означают, что умный продавец или исследователь общественного мнения может получить *любой* ответ или решение от людей. Они означают только то, что формулировка и структура вопроса часто порождают различные эффекты и поэтому целесообразно осознавать их влияние. И хотя эти наблюдения могут показаться самоочевидными — это покажут следующие главы, — они не сразу стали известными.

## Заключение

Когда люди узнают результаты опросов общественного мнения, они редко думают о том, были ли вопросы фильтрующими, имелась ли в них средняя категория, была ли проблема сформулирована в свете потери или приобретения и т.д. Практически, люди думают, что респонденты просто отвечали на вопросы в соответствии со своими убеждениями. Но большинство (103:) исследований говорит о том, что структура и формулировка вопросов могут сильнее всего образом влиять на ответы.

Прежде чем довериться опросам и другим исследованиям оценки, очень важно иметь представление о том, как ответы людей меняются в зависимости от следующих факторов:

- ❖ в каком свете сформулирован вопрос;
- ❖ каков контекст, в котором вопрос появляется;
- ❖ открытый или закрытый это вопрос;
- ❖ фильтрующий это вопрос или нет;

- ❖ содержит он уловки или нет;
- ❖ каков ряд предложенных альтернатив;
- ❖ в каком свете предложены альтернативы;
- ❖ введена ли средняя категория;
- ❖ структурирована ли проблема как потеря или как приобретение.

Если вы осознаете, что изменение этих факторов вызывает изменение ответов респондентов, вы сможете правильно интерпретировать результаты, если вариации формулировки определимы. Согласно формулировке Поля Словика, Дейла Гриффина и Амоса Тверски (1990, с. 25): «Если [результаты многократно проведенной процедуры] неизменны — вы имеете некоторые основания доверять оценке; если нет — необходим дальнейший анализ». Поскольку на оценку слишком легко влияет формулировка, самый верный способ действий — проанализировать различные вариации и сопоставить результаты.

### Раздел III. Модели принятия решений

Несмотря на зависящую от контекста природу оценки и принятия решений, их первоначальные модели свидетельствуют о том, что люди имеют устойчивый набор подходов и предпочтений, который не изменяется в зависимости от формы их применения. Принимающие решения выступают как «рациональные субъекты», стремящиеся к максимальной практичности, извлечению собственной выгоды и исповедующие принципы рационального поведения. Главы этого раздела оценивают эти модели, их недостатки и рассматривают альтернативные теории принятия решений.

### Глава 7. Теория ожидаемой полезности

В 1713 году швейцарский профессор Николас Бернулли сформулировал интересный вопрос. Выражаясь современным языком, Бернулли интересовало, сколько денег рассчитывают люди истратить в игре со следующими правилами: 1) монетку подкидывают, пока она не выпадет решкой, 2) игрок платит два доллара, если после первого подбрасывания монетка выпала решкой, 4 доллара — если решка впервые выпала при втором подбрасывании, 8 долларов — если решка впервые появилась при третьем подбрасывании, 16 долларов — если решка впервые выпала только в четвертом подбрасывании, и т. д. (Анкета содержит описание этой игры в п. 30, так что можете взглянуть на свой ответ.) Большинство людей рассчитывают заплатить лишь несколько долларов.

С тех пор как Бернулли впервые поставил эту проблему, она была названа «Санкт-Петербургским парадоксом». Парадокс потому, что ожидаемая ценность игры (или количество денег, которые вам придется заплатить до первого выпадения решки) огромна и очень немногие готовы заплатить крупную сумму денег за участие в ней. Чтобы проверить, действительно ли возможная плата бесконечно велика, мы можем подсчитать ожидаемую ценность игры Бернулли, умножив плату за каждый возможный исход игры на шансы этого исхода\*. Шансы выпадения монетки решкой после первого подбрасывания (которое приведет к уплате 2 долларов) равны  $1/2$ ; шансы, что после одного выпадения орла выпадет решка (плата 4 доллара) равны  $1/4$ ; шансы, что решка последует за двумя орлами (плата 8 долларов)

\* В этом разделе книги больше математики и теории, чем в других ее частях. Разумеется, некоторые читатели могут счесть этот материал более сложным, чем темы, обсуждавшиеся в предыдущих разделах. Если вы не знакомы с терминологией, не расстраивайтесь: основные пункты будут понятны вам без всякого знания математики, а в последующих разделах ее вообще очень-очень мало.

108

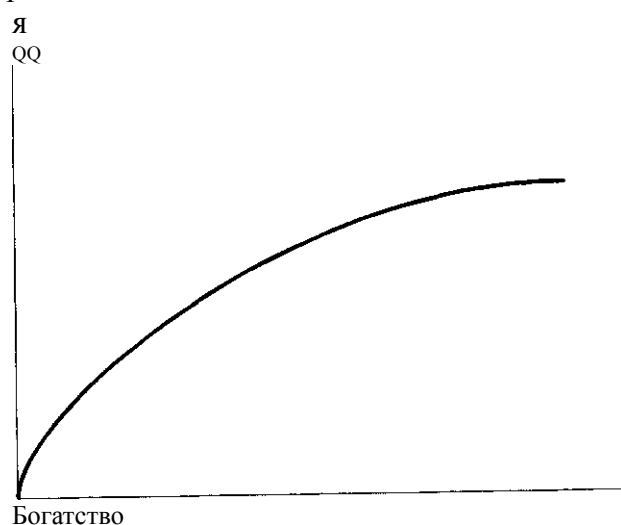
равны  $1/8$ ; короче, ожидаемая ценность (ОЦ) составит (где  $K$  — количество подбрасываний):

$$\text{ОЦ}_{\text{за игру}} = (V_2)(\$2) + (V_4)(\$4) + (V_8)(\$8) + \dots + (7$$

$= \$1 + \$1 + \$1 + \$1 + \dots + \$1 =$  бесконечная сумма денег

Вопрос состоит в том, почему люди не собираются платить больше, чем несколько долларов, чтобы сыграть в игру с вероятным крупным выигрышем.

Спустя 25 лет, как Николас Бернулли поставил эту проблему, его младший кузен математик Дэниел Бернулли пришел к решению, которое включало в себя два первых положения современной ему теории принятия решений. Дэниел Бернулли (1738; 1954) обосновал это тем, что общая стоимость или «выгода» игры (в деньгах) расходится с итоговым выигрышем (или с уже имеющейся у игрока суммой). Например, он писал (с. 24): «Сумма в тысячу дукатов более существенна для бедняка, чем для богача, но оба получают одно и то же». Бернулли говорил, что количество денег может быть представлено следующим образом:



Учитывая, что количество добавляющихся денег расходится с богатством, Бернулли смог показать, что в конечном счете выгода от Санкт-Петербургской игры не бесконечна. (109:())

### Теория ожидаемой выгоды

Несмотря на то что ученые продолжали дебаты о том, действительно ли Дэниел Бернулли разрешил Санкт-Петербургский парадокс (например, Лопес, 1981; Уэйрич, 1984), его объяснение социальной зависимости выгоды заложило основы для более поздних теорий о поведении в ситуации выбора. Наиболее известный пример такой теории, известной сейчас как «теория ожидаемой выгоды», был опубликован Джоном фон Ньюманом и Оскаром Моргенштерном в 1947 году. Фон Ньюман и Моргенштерн считали теорию ожидаемой выгоды «нормативной» теорией поведения. То есть классическая теория выгоды не объясняла, как люди ведут себя *в действительности*, а как *должны* вести себя, если они следуют требованиям рационального принятия решений.

Одной из основных целей такой теории было оснащение определенным набором предположений или аксиом, определяющих рациональное принятие решений. Выведенные фон Ньюманом и Моргенштерном аксиомы позволили исследователям составить математический прогноз поведения реальных субъектов теории ожидаемой выгоды. Когда исследователи фиксировали нарушение аксиомы, они пересматривали теорию и делали новые прогнозы. Таким образом, исследования принятия решений циркулировали между теорией и практикой.

Каковы же аксиомы рационального принятия решений? Большинство формулировок теории ожидаемой выгоды основаны на положениях, изложенных в следующих шести принципах:

- **Порядок альтернатив.** Прежде всего, рационально принимающие решения должны иметь возможность сравнить любые две возможности. Нужно либо предпочесть одну другой,



десятки других теоретиков занялись созданием ее продолжений и вариаций. Одна из них — «субъективная теория ожидаемой выгоды» — принадлежит Леонарду Сэвиджу (1954). Основным различием между теорией Сэвиджа и теорией фон Н്യюмана и Моргенштерна является то, что Сэвидж допускал субъективные или личные возможности. До 1954 года альтернативы в теории ожидаемой выгоды были заданы как объективные возможности в классическом смысле (т.е. основанные на относительной повторяемости). Сэвидж создал теорию, включающую неожиданные субъективные альтернативы, которые тоже могут осуществиться.

Это особенно важно в тех случаях, когда объективная возможность не может быть выбрана в будущем или если альтернатива может быть реализована только однажды. Например, в рамках субъективной теории ожидаемой выгоды имеет смысл учесть возможность неповторимой ситуации, например, мировой атомной войны, поскольку нет возможности принять решение о вероятности атомной войны на основе относительной повторяемости. И наоборот, трудно решить, что значит «притягательность атомной войны» вне контекста классической теории выгоды. (112:)

Другие теоретики интерпретировали классическую теорию выгоды разнообразными способами. Например, Дункан Люс в 1959 году и другие открыли то, что они назвали «опорными» моделями выбора — модели, которые представляют возможности, имеющие основной компонент. До тех пор пока не были открыты «опорные» модели, теоретики выгоды затруднялись объяснить, почему это рационально — предпочитать сегодня суп, а завтра — салат. Люс решил эту проблему следующим образом: он предложил рассматривать предпочтение супа или салата как возможное, а не зафиксированное навсегда.

Дальнейшее развитие теории ожидаемой выгоды было предложено Питером Фишбурном (1984), Юдаром Кармаркаром (1978), Джоном Пейном (1973), Клайдом Кумбсом (1975) и др. Итак, несмотря на то что теория ожидаемой выгоды постоянно обсуждается как единственная и универсальная, общепринятой теории выгоды не существует. Теория ожидаемой выгоды — это целое семейство теорий (хотя это название также относится и к отдельно взятой теории фон Н്യюмана и Моргенштерна).

## **Заключение**

Во всестороннем обзоре теории ожидаемой выгоды и ее вариаций Поль Шумахер (1982, с. 529) писал: «Не будет преувеличением считать теорию ожидаемой выгоды основной парадигмой в исследовании принятия решений со времен второй мировой войны». Конечно, она породила больше экспериментов и дискуссий, чем любая другая теория принятия решений. Но, как увидим в следующей главе, существует несколько проблем и парадоксов, понижающих значение классической теории ожидаемой выгоды. Эти проблемы заставили многих исследователей оставить теорию ожидаемой выгоды для поиска более практичных альтернатив.

## **Глава 8. Парадоксы рациональности**

В том смысле, в котором звучат принципы теории ожидаемой выгоды, принимающие решение люди во многих случаях доказывают их несостоятельность. Например, эффект структуры, описанный в 6 главе, показывает, что принцип инвариантности зачастую не может быть применен (более глубоко о несостоятельности принципа инвариантности, а также доминантности, см. Тверски и Канеман, 1986). В этой главе мы обратим внимание на основы несостоятельности принципов погашения и транзитивности.

### **Парадокс Аллаиса**

Согласно принципу погашения, выбор между двумя альтернативами должен зависеть

только от того, чем они отличаются, а не от факторов, общих для обеих альтернатив. Любой общий фактор не должен влиять на выбор рационального человека. Например, если вы выбираете одну из двух машин, имеющих равную скорость, то фактор скорости не должен влиять на ваш выбор.

С другой стороны, это выглядит правдоподобно: если две машины имеют одинаковую скорость, почему ваш выбор должен зависеть от того, больше она или меньше? Рационально принимающий решение должен делать выбор между альтернативами, основываясь на том, чем они отличаются. Однако в 1953 году французский экономист по имени Морис Аллайс опубликовал статью, которая заставила серьезно пошатнуться принцип погашения. В этой статье Аллайс подчеркнул то, что сейчас называют парадоксом Аллайса — парадокс, который показывал, как иногда принцип погашения оказывается несостоятельным. Посмотрим, как же работает этот парадокс.

Представьте, что я предлагаю вам выбор между двумя альтернативами А и Б. Если вы выберете А, вы точно получите (114:) 1 000 000 долларов С другой стороны, если вы выберете Б, вы получите шанс с вероятностью 10% получить 2 500 000 долларов, с вероятностью 89% — получить 1 000 000 долларов, но с вероятностью 1% — не получить ничего Другими словами, перед вами стоит следующий выбор

**Альтернатива А:** 1 000 000 долларов точно

**Альтернатива Б:** с вероятностью 10% — 2 500 000 долларов, с вероятностью 89% - 1 000 000 долларов, с вероятностью 1% — ничего

Что вы выберете? (Взгляните на ваш ответ в п 28(а) Анкеты ) Большинство людей предпочитают уверенность альтернативы А несмотря на то, что альтернатива Б предлагает большую сумму Вы можете проверить, что ожидаемая ценность (ОЦ) альтернативы Б на 140 000 долларов больше, чем то, что вы получите, выбрав альтернативу А Сопоставим возможность выпадения того или иного шанса в альтернативе Б с той платой, которую вы получите в этом случае

$$ОЦ(Б)=(0,1)(2\,500\,000)+(0,89)(1\,000\,000)+(0,01)(0)=1\,140\,000 \text{ долл}$$

Но все равно, большинство людей предпочитают получить гарантированную плату в 1 000 000 долларов

Теперь представьте, что я предлагаю вам другой выбор Сейчас альтернатива А — это 11%-ная вероятность получить 1 000 000 долларов и 89%-ная вероятность того, что вы не получите ничего В то же время, альтернатива Б — это 10%-ная вероятность получить 2 500 000 долларов и 90% того, что вы ничего не получите Другими словами, перед вами следующий выбор

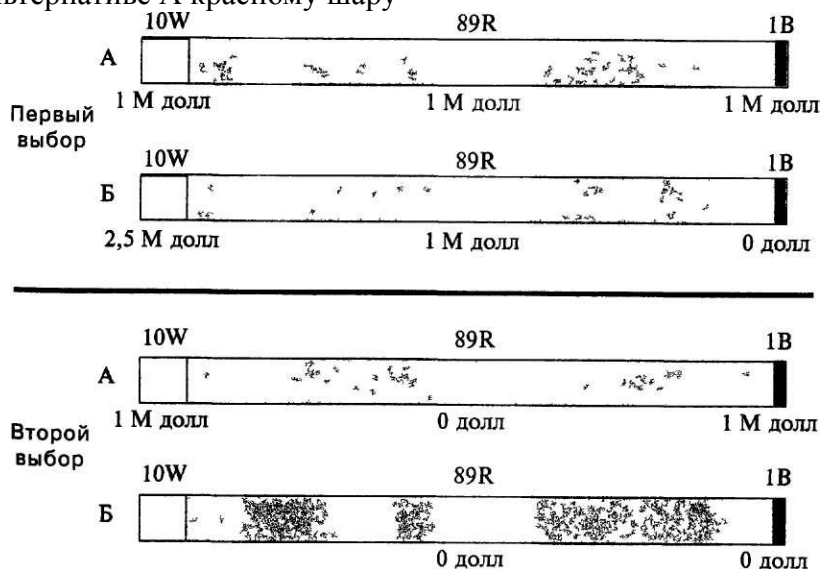
|                        |                |     |                   |
|------------------------|----------------|-----|-------------------|
| <b>Альтернатива А:</b> | С вероятностью | 11% | — 1000 000 долл.  |
|                        | С вероятностью | 89% | — ничего          |
| <b>Альтернатива Б:</b> | С вероятностью | 10% | — 2 500 000 долл. |
|                        | С вероятностью | 90% | — ничего          |

Что вы выберете в этом случае<sup>9</sup> (Взгляните на ваш ответ в п. 28(б) Анкеты ) Большинство людей выбирает альтернативу Б. (115:)

Они обычно полагают, что нет особой разницы между 10%-ным и 11%-ным шансом на победу, но зато есть большая разница между 1000 000 и 2 500 000 долларов Кроме того, альтернатива Б имеет большую ожидаемую ценность. Ожидаемая ценность альтернативы Б равна 10% от 2 500 000 долларов, т.е. 250 000, что более чем в два раза превышает ожидаемую ценность альтернативы А (11% от 1 000 000 долларов, т.е. ПО 000). Проблема или парадокс состоит в том, что те, кто выбирал альтернативу А в первом случае, должны выбирать ее и во втором — иначе принцип погашения недействителен.

Чтобы увидеть, как принцип погашения оказывается несостоятельным, представьте, что выигрыш в каждой альтернативе определяется 100 цветными шарами, из которых 89 красных, 10 белых и 1 синий В первом случае в альтернативе А выигрыш 1000 000 долларов получается при выпадении красного, белого или синего шара (другими словами — любого); а

в альтернативе Б 1 000 000 долларов соответствует красному шару, 2 500 000 долларов — белому шару и ничего — синему (см. рис 8.1). По той же логике во втором случае в альтернативе А красному шару



2,5 М долл

РИСУНОК 8.1. Иллюстрация парадокса Аллаяса (основана на свободном исследовании Вебер и опросе Пула 1988 года)

116

соответствует 0 долларов, а белому или синему — 1 000 000 долларов; в альтернативе Б 0 долларов соответствует красному или синему шару, а 2 500 000 — белому.

Таким образом, вы можете увидеть, что оба раза предлагаются идентичные альтернативы, не считая того, что в первом случае вы получаете за красный шар 1 000 000 долларов, какую бы вы альтернативу ни выбрали, а во втором — 0 долларов в обоих альтернативах. В обоих случаях белые и синие шары в альтернативе А стоят по 1 000 000 долларов, а в альтернативе Б — белые стоят 2 500 000 долларов, а синие 0 долларов. Альтернатива А в первом случае идентична альтернативе А во втором случае (не считая 89%-ного шанса получить 1 000 000 долларов), и альтернатива Б в первом случае идентична альтернативе Б во втором случае (не считая тех самых 89% — шанса получить выигрыш 1 000 000 долларов).

Таким образом, добавление одинаковых условий — красного шара, стоящего 1 000 000 долларов, в первом случае и красного шара, стоящего 0 долларов, во втором — заставляет многих людей делать разный выбор в первом и втором случаях. Эта разница показывает несостоятельность принципа погашения, утверждающего, что выбор между двумя возможностями должен основываться только на том, чем они различаются, а не на факторах, общих для них обоих.

## Парадокс Элсберга

Другое известное опровержение принципа погашения было зафиксировано Дэниелом Элсбергом в 1961 году. Парадокс Элсберга (как он сейчас называется) состоит в следующем. Представьте урну, в которой находятся 90 шаров. Из них 30 — красные, а остальные 60 — либо черные, либо желтые — в неизвестной пропорции. Один шар вынут из урны, и от цвета этого шара зависит ваш выигрыш в соответствии с рис. 8.2а.

Какой бы цвет вы хотели назвать выигрышным — черный или красный? Большинство людей выбирает красный, потому что число черных и желтых шаров неизвестно. Но представьте, что схема лотереи приведена на рис. 8.2б. Что же вы выберете теперь? На этот раз большинство людей предпочитает черный или желтый шар, а не красный или желтый, поскольку число желтых шаров тоже неизвестно. Другими словами, люди выби-

117

РИСУНОК 8.2а

Эта схема выплат для первой части парадокса Эллсберга.

| Альтернатива    | для ставки  |     | 30 ШАРОВ |     | 60     | ШАРОВ |         |
|-----------------|-------------|-----|----------|-----|--------|-------|---------|
|                 |             |     | красный  |     | черный |       | желтый  |
| Альтернатива 1: | красный шар | шар | \$100    | \$0 | \$0    | \$100 | \$0 \$0 |
| Альтернатива 2: | черный шар  |     |          |     |        |       |         |

РИСУНОК 8.2б

Эта схема выплат для второй части парадокса Эллсберга. Единственная переменная — желтый шар теперь стоит \$100, а не \$0.

| Альтернатива    | для ставки  |     | 30 ШАРОВ |     | 60     | ШАРОВ |             |
|-----------------|-------------|-----|----------|-----|--------|-------|-------------|
|                 |             |     | красный  |     | черный |       | желтый      |
| Альтернатива 1: | красный шар | шар | \$100    | \$0 | \$0    | \$100 | \$100 \$100 |
| Альтернатива 2: | черный шар  |     |          |     |        |       |             |

рают альтернативу 1 в первом случае и альтернативу 2 — во втором.

Согласно принципу погашения, однако, люди должны выбирать одинаковые альтернативы и в том и в другом случае. Как видно на рис. 8.2, две схемы выигрыша абсолютно идентичны, не считая того, что в первом случае желтый шар не приносит ничего, а во втором — 100 долларов. Поскольку ценность желтого шара одинакова внутри одной схемы (0 долларов в первом случае и 100 долларов — во втором), цена желтого шара не должна влиять на выбор в каждом случае (так же, как одинаковая скорость не должна влиять на выбор между двумя машинами). Однако вопреки теории ожидаемой выгоды, люди часто выбирают различные альтернативы в двух случаях.

## Нетранзитивность

Другой принцип рационального принятия решений — принцип транзитивности, который говорит о том, что тот, кто предпочитает альтернативу А альтернативе Б и альтернативу Б — альтернативе В, должен предпочитать альтернативу А альтернативе В. В 7 главе показано, как человек, не соблюдающий принцип транзитивности, может быть использован в качестве «денежной помпы». Другой пример нетранзитивности показан на рис. 8.3. (118:)

РИСУНОК 8.3. Следующее правило принятия решений приводит к переходности предпочтения при выборе между претендентами А, Б и В: если разница в интеллигентности любых двух претендентов больше 10 пунктов — выбери более интеллигентного; если разница меньше или равна 10 пунктам, то более опытного.

|             |   | ПОКАЗАТЕЛИ            |   |
|-------------|---|-----------------------|---|
| ПРЕТЕНДЕНТЫ |   | Интеллигентность (IQ) |   |
|             |   | Опыт (годы)           |   |
|             |   |                       |   |
|             |   |                       |   |
|             | А | 120                   | 1 |
|             | Б | 110                   | 2 |
|             | В | 100                   | 3 |

Представьте, что вам нужно выбрать одного из трех помощников (на рис. 8.3 они обозначены как помощники А, Б и В). О каждом из них вам известно, что он умен и опытен. Далее представьте, что у вас есть правило: если разница коэффициента умственного развития (IQ) у любых двух помощников больше 10 пунктов, выбирать более умного. Если разница равна или меньше — выбирать более опытного.

Это звучит как вполне резонное правило, но взгляните, что выйдет, если следовать ему. Если сравнить помощника А и помощника Б, нужно выбрать второго, так как их IQ не отличается больше, чем на 10 пунктов, а Б более опытен, чем А. Также, сравнивая Б и В, нужно выбрать В, так как разница их IQ не больше 10, но В более опытен. Если сравнить В и А, то надо выбрать А, так как его IQ более чем на 10 пунктов выше, чем IQ В. Итак, помощник Б лучше помощника А, В — лучше Б, а А — лучше В. Таким образом, появляется

нетранзитивность, поскольку правило выбора основано на двух разных параметрах — уме и опыте — различающихся очень слабо и обратно пропорциональных.

Действительно ли люди опровергают принцип нетранзитивности? В 1969 году Амос Тверски опубликовал исследование, одна треть участников которого поступала нетранзитивно. Тверски начал эксперимент с того, что ознакомил 18 Гарвардских дипломников с пятью лотереями, представленными на рис. 8.4. Как вы можете видеть, ожидаемая ценность каждой лотереи повышается шансом на выигрыш и понижается его размером. Студентам наугад показывали пары лотерей и просили сказать, какую бы они предпочли. После того как они сделали три вы-

119

РИСУНОК 8.4

Следующие азартные игры были использованы в 1969 году в эксперименте Амоса Тверски. Ожидаемая ценность (ОЦ) каждой игры вычислена путем умножения суммы выигрыша на вероятность победы.

| Игра | Вероятность победы | Стоимость (\$) | ОЦ<br>(* ) |
|------|--------------------|----------------|------------|
| А    | 7/24               | 5,00           | 1,46       |
| Б    | 8/24               | 4,75           | 1,58       |
| В    | 9/24               | 4,50           | 1,69       |
| Г    | 10/24              | 4,25           | 1,77       |
| Д    | 11/24              | 4,00           | 1,83       |

бора из 10 возможных пар (А и Б, А и В и *т.д.*), Тверски выбрал 8 испытуемых, показавших тенденцию к нетранзитивности, и попросил их приходить к нему в лабораторию раз в неделю для интенсивного пятинедельного эксперимента.

Он обнаружил, что шесть студентов демонстрировали нетранзитивность с постоянством, заслуживающим лучшего применения. Из двух альтернатив, где вероятность выигрыша различалась мало (например, в паре А и Б), они выбирали ту лотерею, где выигрыш был больше. И наоборот, когда разница была максимальной (например, в паре А и Д), испытуемые выбирали ту лотерею, где вероятность выигрыша была выше. Итак, лотерею А они предпочитали лотерее Б, лотерею Б — лотерее В, лотерею В — лотерее Г, лотерею Г — лотерее Д, а лотерею Д — лотерее А. Тверски обнаружил непереходность в примере с помощниками.

Нетранзитивность — это нечто большее, чем просто экспериментальный курьез; она может иметь важное влияние на принимающих решение. Например, «проблема комитета». В ее типичной версии существует совет факультета, состоящий из пяти человек: Энн, Боба, Синди, Дэна и Эллен. Их задача — выборы нового профессора и оценки трем претендентам по трехбалльной системе — показана на рис. 8.5.

РИСУНОК 8.5

Это распределение предпочтений в типичной версии проблемы комитета. Более низкие баллы обозначают большее предпочтение (например, Энн предпочитает, скорее, Джо Шмоу нежели Джейн Доу, и Джейн Доу — нежели Эйнштейна).

|           |      | ЧЛЕНЫ КОМИССИИ |     |       |       |       |
|-----------|------|----------------|-----|-------|-------|-------|
| Кандидаты |      | Энн            | Боб | Синди | Дэн   | Эллен |
| Джо       | Шмоу | 1 2 3          | 1 3 | 2 3 1 | 3 1 2 | 3 1 2 |
| Джейн     | Доу  |                | 2   |       |       |       |
| Эйнштейн  |      |                |     |       |       |       |

120

Представьте, что вы глава комитета, вы знаете всех претендентов и хотели бы, чтобы выбрали Эйнштейна. Что вы сделаете?

Ответ следующий: вы должны избежать прямого выбора между Эйнштейном и Джейн Доу, потому что трое членов комитета предпочли Доу Эйнштейну (Энн, Дэн и Эллен). Вместо этого вы должны попросить членов комитета выбрать между Шмоу и Доу и после того, как Шмоу победит, попросить выбрать между Шмоу и Эйнштейном. С другой стороны, если вы хотите победы Доу, вы должны сперва провести голосование между Шмоу и

Эйнштейном, а потом между Эйнштейном и Доу. Поскольку выбор членов комиссии нетранзитивен при условии, что решает большинство, на основании парного сравнения, человек, определяющий повестку, имеет контроль над выборами.

### Обратимость предпочтений

Если нетранзитивность не самое худшее, то в некоторых случаях предпочтения «обратимы» в зависимости от того, в каком порядке они были произведены. Одно из первых исследований, зафиксировавших необратимости предпочтения, было опубликовано Сарой Лихтенштейн и Полем Словиком в 1971 году. Лихтенштейн и Словик писали, что выбор между двумя лотереями может включать в себя более разнообразные психологические процессы, чем подсчет и оценка каждой из альтернатив в отдельности (т.е. установление количества долларов, как они выразились). Оба они предположили, что выбор должен в основном определяться шансами на выигрыш, тогда как оценка должна в первую очередь зависеть от суммы, которую можно выиграть или проиграть.

Они проверили эту гипотезу в трех экспериментах. В каждом опыте они сначала знакомили испытуемых с несколькими парами пари. Каждая пара имела близкие ожидаемые величины, но одна всегда имела высокую возможность выигрыша, а другая — высокую ставку (см. рис. 8.6). После того как испытуемые определяли, какое пари выбирают из каждой пары, они оценивали лотереи каждую в отдельности. Оценки собирались следующим образом: испытуемым говорили, что они стали обладателями лотерейного билета, и спрашивали, за какую минимальную сумму они бы согласились его продать. (121:)

РИСУНОК 8.6

*Эти азартные игры были использованы Сарой Лихтенштейн и Полем Словиком в эксперименте по обратимости предпочтений. ОЦ — ожидаемая ценность (взято из Лихтенштейн и Словика, 1971).*

| Пара | Наибольшая<br>вероятность | оц     | Наибольший<br>выигрыш | оц    |
|------|---------------------------|--------|-----------------------|-------|
| 1    | 99% выиграть \$4          | \$3,95 | 33% выиграть \$16     | \$3,9 |
|      |                           |        |                       | 4     |
| 2    | 1% проиграть \$1          |        | 67% проиграть \$2     |       |
|      | 95% выиграть \$2,50       | \$2,34 | 40% выиграть \$8,50   | \$2,5 |
|      | 5% проиграть \$0,75       |        | 60% проиграть \$1,50  | 0     |
| 3    | 95% выиграть \$3          | \$2,75 | 50% выиграть \$6,50   | \$2,7 |
|      |                           |        |                       | 5     |
| 4    | 5% проиграть \$2          |        | 50% проиграть \$1     |       |
|      | 90% выиграть \$2          | \$1,60 | 50% выиграть \$5,25   | \$1,8 |
|      |                           |        |                       | 8     |
| 5    | 10% проиграть \$2         |        | 50% проиграть \$1,50  |       |
|      | 80% выиграть \$2          | \$1,40 | 20% выиграть \$9      | \$1,4 |
|      |                           |        |                       | 0     |
| 6    | 20% проиграть \$1         |        | 80% проиграть \$50    |       |
|      | 80% выиграть \$4          | \$3,10 | 10% выиграть \$40     | \$3,1 |
|      |                           |        |                       | 0     |
|      | 20% проиграть \$50        |        | 90% проиграть \$1     |       |

В первом эксперименте студенты выбирали пары, которые бы они предпочли заключить, и определяли, за какую минимальную сумму они согласились бы продать лотерейный билет. Для измерения обратимости предпочтения Лихтенштейн и Словик подсчитали процентное отношение продажной цены лотерей с *высоким выигрышем* и лотерей с *большим шансом на успех* в каждой паре. Исследователи обнаружили, что 73% испытуемых постоянно показывали обратимость предпочтения. Второй эксперимент в общих чертах повторял первый, но способ оценки был иной, а в третьем проводились длинная и точная инструкции для каждого испытуемого в отдельности, а лотереи разыгрывались по-настоящему. И второй, и третий опыты продемонстрировали убедительную обратимость предпочтения.

Конечно, обратимость, обнаруженная Лихтенштейном и Словиком в 1971 году, была

тщательно проведенным лабораторным экспериментом, и по-прежнему стоит вопрос: встречается ли это явление за пределами лаборатории? Чтобы ответить на этот вопрос, Лихтенштейн и Словик в 1973 году повторили эксперимент в казино в Лас-Вегасе. Вооружившись компьютером и рулеткой, они собрали данные у 44 игроков (включая семь профессионалов). (122 :)

Результаты оказались впечатляющими. В случаях, когда люди предпочитали игру с большим шансом на победу игре с большим выигрышем, 81% из них оценивал выше (дороже) игру с большим выигрышем. Эта пропорция обратимости даже выше, чем обнаруженная при первом эксперименте. Видно, таким образом, что обратимость предпочтений не ограничивается лабораторией, а проявляется у людей с опытом принятия решений, к тому же заинтересованных в этих решениях материально.

Со времени этих первых экспериментов был поставлен ряд опытов, повторяющих и продолжающих базовые исследования Лихтенштейн и Словики (Гретер и Плотт, 1979; Шкейд и Джонсон, 1989; Словик, Гриффин и Тверски, 1990; Словик и Лихтенштейн, 1983; Тверски, Словик и Канеман, 1990). Обратимость предпочтения сильна и не снижается при финансовой заинтересованности (Тверски, Словик и Канеман, 1990). Когда людей просят выбрать одно из двух пари, они уделяют основное внимание шансам на выигрыш, но когда их просят назвать цену каждого пари, они смотрят на то, каков возможный выигрыш.

### **Действительно ли нарушения теории ожидаемой выгоды нерациональны?**

Есть некоторое сомнение в том, что люди нарушают принципы теории ожидаемой выгоды, но мы можем спросить: действительно ли эти нарушения говорят о том, что люди мыслят нелогично или принимают решения необдуманно?

Думается, что нет, потому что отсутствует информация о том, чего стоят людям их ошибки, чтобы сравнить это с ценностью таких нормативных принципов рациональности, как отмена или транзитивность (это будет обсуждаться далее). Как писали Лихтенштейн и Словик (1971, с. 55):

«Приближения, которыми пользуются люди, чтобы упростить сложную задачу оценки, могут оказаться достаточно эффективными в том смысле, что они снижают познавательное напряжение и приводят к выводам, не слишком отличающимся от результатов оптимальных стратегий. Используя это, принимающий решение не считает, что окружающие (в отличие от настоящих экспериментов) хотят воспользоваться его методом». Стратегия принятия решений не может быть определена как логическая или рациональная, даже если в конечном счете она по скорости (123:) и простоте приближается к нормативным стратегиям, максимизирующим выгоду.

### **Заключение**

Эксперименты, приведенные в этой главе, были представлены так, будто они проверяли специфические принципы рациональности изолированно, но, как говорил Дункан Люс (1990), иногда трудно определить, какой принцип проверяется в эксперименте. Например, обратимое предпочтение может быть интерпретировано как опровержение принципа переходности, но многие исследователи считают, что оно может лучше охарактеризовать неправомерность принципа отмены (Бостик, Хернштейн и Люс, 1990; Тверски, Саттат и Словик, 1988; Словик и Канеман, 1990). Не затрагивая этих дебатов, однако, можно сказать определенно: теория ожидаемой выгоды неадекватно описывает процесс принятия решения.

После работы фон Ньюмана и Моргенштерна в 1947 году многие теоретики пытались использовать теорию ожидаемой выгоды как описательную модель принятия решений. Когда же эти попытки потерпели неудачу и принципы погашения, транзитивности, инвариантности и доминантности были опровергнуты, многие теоретики выгоды обратились к другим моделям принятия решений. Некоторые из этих моделей рассматриваются в следующей

главе.

## Глава 9. Описательные модели принятия решений

В 1977 году Джей Руссо проводил исследование эффекта ценников в супермаркетах (на ценниках была обозначена цена продукта за унцию, грамм или за какую-то другую единицу веса). В ходе этого исследования Руссо сделал несколько интересных наблюдений, как люди делают покупки. Во-первых, когда этикетки содержали информацию о цене за единицу веса, покупатели экономили в среднем 1% от этой цены. Способ, которым они сохраняли эти деньги, всегда связан с покупкой большего количества продукта, но не с приобретением более дешевого сорта товара (1% может показаться не слишком большой суммой, но подумайте о том, что в супермаркетах тратятся миллиарды долларов). Во-вторых, когда в супермаркетах вывешивается перечень цен (за единицу веса) на разные сорта, покупатели экономят в среднем 3% цены. В данном случае экономия в основном происходит от покупки сортов с большим сроком хранения и других менее дорогих продуктов.

Второе исследование вообще удивительно, потому что список цен не дает никакой информации; в нем перечисляются цены, уже проставленные на этикетках. Согласно принципу инвариантности теории ожидаемой выгоды решения не должны зависеть от способа преподнесения информации. Тем не менее Руссо в 1977 году обнаружил, что вывешивание перечня цен имеет сильное влияние на потребителей. Перечисляя всю информацию на одном листе бумаги, руководство супермаркета способно влиять на выбор потребителей.

### Удовлетворенность

Теория ожидаемой выгоды создает ряд упрощающих приближений из-за математической трактовки и элегантных аналитических решений. Обычно принимающие решения накапливают (125:) огромное количество информации о возможностях и последствиях любого способа действий. Теория ожидаемой выгоды также предполагает, что люди принимают эту информацию и способны так или иначе выявить все плюсы и минусы каждой альтернативы. Наконец, существует теоретический постулат о том, что люди сравнят эти выводы и выберут курс действий, увеличивающий ожидаемую выгоду.

На деле, принимая решения, люди поступают не так. Информация о возможностях зачастую отсутствует или слишком расплывчата, а восприятие очень избирательно. Память искажает информацию. Последствия каждой альтернативы большей частью непонятны и, как показал Руссо, беспомощные люди зачастую не знают даже обо всех возможностях. Итак, несмотря на то что теория выгоды очень полезна в качестве нормативной модели принятия решений (модели того, как люди, способные принимать рациональные решения, будут вести себя в предполагаемых обстоятельствах), она совсем не дееспособна в качестве описательной модели (модели того, как люди на деле принимают решения). Чтобы описать то, как люди поступают в реальных ситуациях, связанных с выбором, необходимо обратиться к другим теоретическим моделям.

Одной из первых альтернатив теории ожидаемой выгоды была теория, разработанная лауреатом Нобелевской премии Гербертом Саймоном в 1956 году. Саймон установил, что люди хотят почувствовать себя «удовлетворенными», а не добиться оптимального варианта, когда принимают решение, а это означает, что выбор приводит к удовлетворению ваших насущных потребностей, вместо того, чтобы быть идеальным или оптимальным. Например, снимая квартиру, люди стараются найти ту, которая их устраивает (по цене, району, площади, состоянию и т.д.). Они не выбирают лучшую из всех сдающихся квартир и не выбирают ту, которая превосходит их потребности. Саймон писал (1956, с. 129): «Люди адаптируют свое поведение к ситуациям узнавания и выбора, но эта адаптация далека от идеала теории выгоды. Напротив, люди неплохо справляются с удовлетворением, но в основном никогда не

стремятся к оптимизации».

## Теория перспектив

Много альтернатив теории ожидаемой выгоды было создано со времени работы Саймона, но наиболее общепринятой является (126:) «теория перспектив», выдвинутая Дэниелом Канеманом и Амосом Тверски в 1979 году, отличающаяся от теории ожидаемой выгоды по ряду важных пунктов.

Во-первых, понятие «выгоды» заменено понятием «ценности». Тогда как теория чистой прибыли оперирует лишь понятием чистой выгоды, ценность определяется понятием приобретений и потерь (отличными от упоминавшихся). Более того, функция ценности для потерь отличается от ее функции ценности для приобретений. Как вы можете видеть на рис. 9.1, функция ценности для потерь — кривая (под горизонтальной осью), идущая вниз и достаточно резко. Наоборот, отношение ценности к приобретениям — кривая (над горизонтальной осью), идущая вверх и достаточно пологая. Эта разница приводит к некоторым примечательным результатам.

То, что кривая отношения ценности к потерям более крутая, чем кривая отношения ценности к приобретениям, означает, что потери «кажутся большими», чем приобретения. Например, потеря 500 долларов будет волновать вас сильнее, чем приобретение 500 долларов (см. рис. 9.1). Джордж Куатрон и Амос Тверски в 1988 году отметили, что эта асимметрия или «преобладание

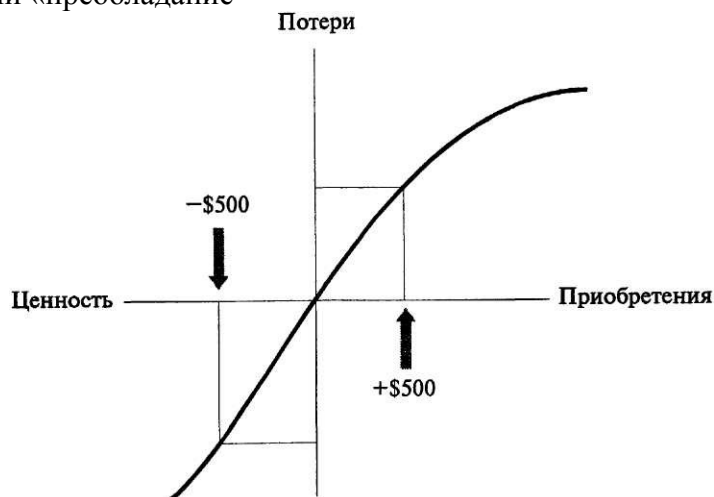


РИСУНОК 9.1. Воображаемая функция ценности в теории перспектив (Канеман и Тверски, 1979).

127

потерь» согласовывается с тем, что на выборах не должны побеждать бессовестные политики (т.е. люди острее воспринимают возможные потери, связанные с неблагоприятными переменами в руководстве, чем приобретения, связанные с благоприятными переменами). Куатрон и Тверски (1988, с. 726) отмечали, что преобладание потерь может осложнять торговлю и переговоры, так как «каждая сторона может представлять сделку как потери, казущиеся ей больше, чем прибыли, которые можно извлечь, договорившись с противником... В переговорах по ракетным вооружениям, например, каждая из держав могла решить, что больше теряет в безопасности при уничтожении своих ракет, чем получает гарантий этой самой безопасности, когда и другая сторона сокращает свои вооружения».

Другими результатами преобладания потерь является так называемый «эффект собственности», который определяет величину стоимости товара, когда он становится чьей-либо собственностью (Талер, 1980). Например, когда людей просят назвать цену, за которую они согласились бы продать что-то, чем они владеют (скажем, шоколадный батончик, ручку

или кружку кофе), они называют большую цену, чем сами согласились бы заплатить за эту же вещь (Канеман, Нетч и Талер, 1990; Нетч и Синден, 1984). Согласно Ричарду Талеру и его коллегам, основой этого эффекта является то, что потери (того, о чем спрашивается) ощущаются сильнее, чем приобретение того же самого предмета. Эта асимметрия фактически используется компаниями, предлагающими товары на основе испытательного срока. Пробное обладание предметом часто повышает стоимость товара, и покупателю становится труднее с ним расстаться.

В отличие от теории ожидаемой выгоды, теория перспективы основана на том, что предпочтение зависит от способа постановки проблемы. Если предпочтительный вариант представлен так, что в итоге кажется приобретением, тогда результирующая функция ценности будет расти и принимающий решение постарается не рисковать. С другой стороны, если предпочтительный вариант сформулирован так, что в итоге кажется потерей, тогда функция ценности падает и люди идут на риск. Чтобы проиллюстрировать сказанное, воспользуемся следующим примером. Представьте следующую пару проблем (взятых из эксперимента Канемана и Тверски, 1979): (128:)

**Проблема 1.** В добавление к чему-либо, чем вы обладаете, вам дают 1000 долларов. Теперь выберите между альтернативой А и альтернативой Б:

Альтернатива А: 50% вероятности того, что вы получите 1000 долларов. Альтернатива Б: Вы точно получите 500 долларов.

Из 70 респондентов, которым Канеман и Тверски предложили этот вопрос, 84% выбрали точную прибыль. Как показывает верхняя часть рис. 9.1, в ответе был смысл, поскольку отношение ценности сильнее возрастает от 0 долларов до 500, чем от 500 долларов до 1000 долларов. Поскольку вы не так цените вторые 500 долларов, как первые, то не будете из-за них рисковать.

Теперь посмотрим вторую проблему, предложенную 68 респондентам:

**Проблема 2.** В придачу к чему-то, что вы имеете, вы получите 2000 долларов. Выберите альтернативу В или альтернативу Г.

Альтернатива В: 50% вероятности, что вы потеряете 1000 долларов. Альтернатива Г: Вы точно потеряете 500 долларов.

В этом случае около 70% опрошенных выбрали альтернативу, связанную с риском. Как видно из нижней части рис. 9.1, риск имеет смысл, когда речь идет о потерях, поскольку большее значение имеет потеря первых 500 долларов (таким образом, потеря 500 долларов наверняка хуже, чем 50%-ный риск потерять 1000 долларов). Итак, несмотря на то, что обе проблемы численно равны, они приводят к разным последствиям. Вследствие S-образности функции ценности, люди склонны уклоняться от риска, когда речь идет о приобретениях и предпочитают рисковать, когда речь идет о потерях. И поскольку ценность всегда зависит от того, в каком свете представлен предпочтительный пункт, теория перспективы — в отличие от теории ожидаемой выгоды — признает, что предпочтения определяются формулировкой (см. гл. 6). (129:)

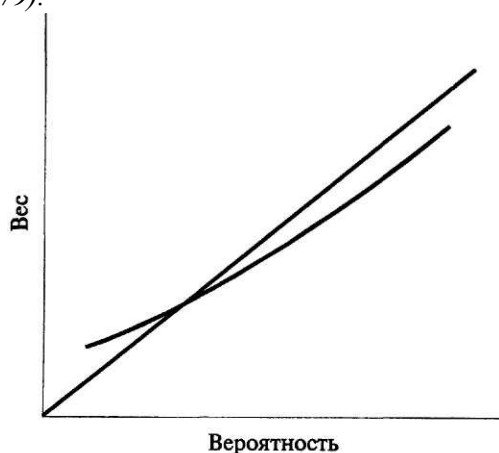
Теория перспективы также отличается от теории ожидаемой выгоды своим отношением к вероятности того или иного результата. Классическая теория выгоды говорит, что принимающие решения воспринимают 50% шансов на выигрыш действительно как 50% шансов на выигрыш. Напротив, теория перспективы рассматривает предпочтения как отношение «весомости решения» и заключает, что эта весомость не зависит от вероятности. Особо теория перспективы постулирует, что весомость решения имеет тенденцию завышать маленькую вероятность и занижать большую. Как вы можете увидеть на рис. 9.2, типичное отношение весомости к диагонали вероятности таково: она выше для низкой вероятности и ниже для высокой.

Канеман и Тверски проиллюстрировали стремление людей завышать низкую вероятность следующей парой проблем:

**Проблема 1.** Выберите между альтернативой А и альтернативой Б.

Альтернатива А: 1 шанс из 1000 выиграть 5000 долларов. Альтернатива Б: Получить 5 долларов.

РИСУНОК 9.2. Воображаемая кривая веса решений по теории перспектив (Канеман и Тверски, 1979).



130

Из 72 респондентов, которым предложили этот вопрос, трое из четверых выбрали риск. Тысячи людей совершают подобный выбор ежедневно, покупая лотерейные билеты. Но сравните со второй проблемой.

**Проблема 2.** Выберите между альтернативой В и альтернативой Г.

<sup>4</sup> **Альтернатива В:** 1 шанс из 1000 потерять 5000 долларов. **Альтернатива Г:** Просто потерять 5 долларов.

Из 72 респондентов, которым предложили такую версию проблемы, более 80% выбрали альтернативу Г. Канеман и Тверски объяснили это предпочтение тенденцией завышать шансы большой потери — тенденцией, учитываемой в страховой индустрии.

### Эффект убежденности

Еще одно отличие теории перспектив от теории ожидаемой выгоды в том, что теория перспектив подразумевает «эффект убежденности», по которому «пересмотр вероятности того или иного исхода в зависимости от постоянного фактора сильнее, когда существует изначальная убежденность в этом исходе, чем когда такой убежденности нет» (Тверски и Канеман, 1981, с. 455). Эффект убежденности был использован Морисом Аллайсом в 1953 году в его знаменитом контрпримере теории ожидаемой выгоды, а очень конкретный пример его действия был приведен экономистом Ричардом Зикхаузером. Зикхаузер заметил, что большинство людей согласны заплатить больше за то, чтобы во время «русской рулетки» была вынута из пистолета единственная пуля, чем одна из четырех. Несмотря на то, что возможность выстрела определяется количеством изъятых пуль, люди считают разницу между 0 и 1 пулей более важной, чем между 3 и 4 пулями. Этот эффект объясним с помощью теории перспектив, но не с помощью теории ожидаемой выгоды.

Чтобы увидеть, почему теория перспектив объясняет эффект убежденности, обратимся к результатам опроса, проведенного Канеманом и Тверски в 1979 году и посвященного «вероятностному страхованию». В этом опросе Канеман и Тверски просили студентов представить, что они застраховали свое имущество (131:) против кражи или иного ущерба, а затем, что после увеличения страхового взноса по отношению к выплате у них нет твердой уверенности — страховаться или нет. Затем испытуемых спрашивали, воспользуются ли они новой услугой — так называемым «вероятностным страхованием», в котором взнос уменьшается в два раза, но существует лишь 50%-ная вероятность получения премии (с полным возвращением взноса, если ущерб не будет возмещен). Другими словами, в случае «вероятностного страхования» испытуемые платят лишь половину взноса, но страхуются

лишь в 50% случаев. Эта проблема может показаться надуманной, но Канеман и Тверски отметили, что существует множество форм защиты, в которых вероятность несчастного случая снижается, но не исключается (установка сигнализации, замена старых покрышек, отказ от курения и т.д.).

Столкнувшись с этой проблемой, 80% студентов заявили, что не воспользуются «вероятностным страхованием» (посмотрите п. 23 Анкеты). Канеман и Тверски говорили, что снижение вероятности несчастного случая с изначальной величины (скажем,  $p$ ) до половины ( $p/2$ ) кажется менее значительным, чем с половины до нуля. Люди предпочитают полностью застраховаться, чем уменьшить возможность катастрофы, даже если выплата будет одинаковой в обоих случаях. Это исследование объяснимо с помощью теории перспектив, поскольку, согласно последней, маленькая вероятность преувеличивается людьми и таким образом возрастает значение вряд ли возможного события. Напротив, теория ожидаемой выгоды утверждает, что вероятностное страхование более притягательно, чем обычное (доказательство этого утверждения достаточно сложно и может быть найдено на с. 270 Канемана и Тверски, 1979).

### Псевдоуверенность

В добавление к эффекту уверенности Тверски и Канеман в 1981 году обсуждали «эффект псевдоуверенности», близкий к эффекту уверенности, не считая того, что в этом случае уверенность скорее надуманная, нежели реальная. Поль Словик, Барух Фишхофф и Сара Лихтенштейн (1982) остроумно продемонстрировали эффект псевдоуверенности.

Словик и его коллеги ознакомили 211 респондентов с одним из двух описаний программы вакцинации. В вероятностной (132:) программе респондентов спрашивали, согласны ли они добровольно сделать прививку, защищающую на 50% от инфекции, поражающей до 20% населения. Другими словами, вакцинация снижала риск заболевания с 20 до 10%. Только 40% респондентов сказали, что заинтересованы в такой вакцинации. В псевдо-убеждающей программе респондентам сказали, что существуют две взаимоисключающие и равновероятные возможности заражения, причем каждая инфекция может поразить до 10% населения. Им объяснили, что вакцинация защищает от одной инфекции полностью и совсем не защищает от другой. Таким образом, риск опять снижался с 20 до 10%. Из респондентов, опрошенных на этот раз, 57% заявили, что хотели бы сделать прививку. Согласно Словику, Фишхоффу и Лихтенштейн (1982), вакцинация оказалась более популярной в псевдоубеждающем варианте, поскольку она создавала иллюзию не просто уменьшения риска, а полного его исключения.

Профессионалы маркетинга используют аналогичные техники для увеличения скидок. Например, вместо помещения объявления о 25%-ной скидке, химчистка может предложить почистить одну рубашку бесплатно, если уже три сданы в чистку за плату. Идея состоит в том, что бесплатное обслуживание более привлекательно, чем обслуживание со скидкой, даже если это не сказывается на истинной стоимости.

### Теория раскаяния

Как ясно из теории перспектив, принимающие решение оценивают альтернативы, исходя из того, как они были преподнесены. Разная оценка одних и тех же возможностей — достаточно распространенное явление, но в некоторых случаях люди оценивают качество принятых ими решений с точки зрения того, что могло бы произойти, если бы они поступили иначе. Это явление — сравнение выдуманных фактов — иногда называют «приведением контрфактов», поскольку оно основано на воображаемых событиях (Даннинг и Парпал, 1989).

Приведение контрфактов является основой теории раскаяния — экономической теории выбора, независимо открытой Давидом Беллом (1988, см. также 1985) и Грэхемом Лумсом и

Робертом Сагденом (1982, 1983, 1987). Говоря словами Лумса и Сагдена (1982, с. 820): «Теория раскаяния основана на двух фундаментальных заключениях: во-первых, на том, что многие люди (133:) испытывают чувства, которые мы называем раскаянием или сожалением; и, во-вторых, на том, что, неуверенно принимая решения, они пытаются представить, предугадать эти чувства». Например, если люди сталкиваются с выбором: 1000 долл. наверняка или 2000 долл. — в зависимости от того, какой стороной упадет монетка, они выбирают уверенность, так как боятся разочарования, которое испытают при проигрыше.

Это то же стремление избежать риска, которое заявлено в теории перспективы, но теория раскаяния объясняет этот выбор появлением новой категории — сожаления, добавляющейся к нормальной оценке выгоды. С добавлением этой категории теория раскаяния способна объяснить многие парадоксы теории перспективы, включая парадоксы Аллаяса и Эллсберга, обратимость предпочтения, неприятие вероятностного страхования и т.д. Кроме того, Лумс и Сагден в 1986 году предложили теорию раскаяния в качестве альтернативы теории перспективы. Стремление избежать сожалений не нужно представлять как несовместимость с теорией перспективы, однако, в решении, влекущем смертельный риск (например, риск инфаркта), бессмысленно говорить о сожалениях, последовавших за негативным результатом.

### **Выбор со множеством атрибутов**

Во многих ситуациях, связанных с выбором, результат не может быть оценен только по одной шкале, как, например, деньги или риск болезни. Когда должен быть произведен обмен (такой, как обмен между ценой и качеством), не существует объективного оптимального решения в том смысле, как это бывает при оценке единственного критерия. Вместо объективной объективности наблюдается устойчивое следование своим целям и ценностям (Эйнхорн и Хогарт, 1981). В результате, большинство исследований выбора со многими атрибутами посвящено просто тому, как, а не как хорошо, люди принимают решения такого рода.

Люди используют различные стратегии, решения, чтобы сделать выбор со множеством атрибутов, и эти стратегии в достаточной степени зависят от типа проблемы. Когда люди сталкиваются с простым выбором между двумя альтернативами, они обычно используют так называемую «стратегию компенсации» (Пейн, 1982). Стратегия компенсации искупает низкие (134:) показатели одного порядка высокими показателями другого. Например, человек, покупая машину, считает, что низкая скорость окупается стильным видом, или, например, кандидат на вакантную должность в Гарварде должен оставить многолетнюю работу охранника в обмен на академический престиж.

Существует несколько способов совершения такой замены (см. Хогарт, 1987). Одна стратегия состоит в использовании «линейной модели». В этом случае качество взвешивается в соответствии с его важностью и суммарной оценки двух величин (качества и его роли) и становится итоговой величиной при оценке. Например, при выборе помощников преподавателей для старшей школы административный комитет должен оценить их работу в зависимости от стажа, результатов тестирования и рекомендаций. Несмотря на то, что люди обычно не используют линейный эквивалент во время принятия решений, правила линейной модели часто позволяют сделать вывод, согласующийся с тем, который они делают (и который может быть использован как модель принятия решений или иногда может заменять ее).

Другой компенсирующей стратегией является так называемая «модель дополнительного различия». Она очень похожа на линейную модель, не считая того, что в последней оценивается каждая альтернатива по всем параметрам и затем сравнивается с другими альтернативами, а при использовании модели дополнительного различия оценивается каждый параметр для всех альтернатив и учитывается только различие между

альтернативами. Сосредоточение на различии имеет как минимум два преимущества: значительно упрощает выбор между двумя альтернативами и, в качестве модели принятия решений, кажется ближе к тому, как люди принимают решения. Например, человек, покупающий машину, скорее предпочтет задуматься над разницей между двумя автомобилями, чем оценивать все показатели каждой машины, а потом складывать оценки разных параметров (в случае применения линейной модели).

Еще одной стратегией выбора является модель «идеального пункта». С алгебраической точки зрения она очень напоминает линейную модель, но отличается от нее по своему принципу. Согласно этой модели, человек всегда имеет представление об идеальной альтернативе (скажем, об идеальной работе или идеальной машине), а реальные альтернативы оцениваются с точки зрения того, насколько они близки к идеалу по каждому параметру. (135:)

### **Некомпенсирующие стратегии**

Когда люди сталкиваются с комплексным выбором из нескольких альтернатив, они обычно используют «некомпенсирующие» стратегии, не допускающие обменов в отличие от компенсирующих. Четыре наиболее известных примера некомпенсирующих стратегий — это объединяющее правило, разъединяющее правило, лексикографическая стратегия и удаление-по-аспектам (Хогарт, 1987).

Люди, пользующиеся объединяющим правилом, исключают альтернативы, выходящие за определенные заранее рамки. Например, поступающие в аспирантуру могут быть исключены из списка претендентов, если в их квалификационной экзаменационной ведомости (Graduate Record Examination [GRE]) количество баллов менее 1000, если их средние оценки в колледже ниже 3,0 или в их заявлении больше трех орфографических ошибок. Объединяющее правило скорее приводит к удовлетворяющим, а не к оптимальным результатам.

С другой стороны, люди, пользующиеся разъединяющим правилом, могут допускать незначительные орфографические ошибки, если средний балл в колледже у претендентов достаточно высок. Согласно разъединяющему правилу, каждая из альтернатив оценивается по своим лучшим качествам, независимо от того, насколько неблагоприятны могут быть остальные качества. Чтобы представить наиболее яркий пример, обратимся к той же приемной комиссии. Если она руководствуется разъединяющим правилом, то должна принять претендента, имеющего высокие оценки, даже если его заявление напечатано так, будто это делал шимпанзе.

Третья некомпенсирующая модель — это лексикографика. Человек, использующий для принятия решений эту стратегию, определяет для начала наиболее важные качества, которые будут влиять на его выбор, а затем выбирает одну или несколько альтернатив, которые в наибольшей степени устраивают его с этой точки зрения. Если альтернатив больше, чем необходимо, выбирается следующее важное качество, затем следующее, и так до тех пор, пока количество подходящих вариантов не сократится до необходимого.

Последней компенсирующей стратегией (выдвинутой Тверски в 1972 году) является удаление-по-аспектам (elimination-by-(136:)aspects [EBA]), представляющее собой необходимую вероятностную вариацию лексикографической стратегии. Согласно ЕВА, каждое качество (или аспект), учитываемое при выборе, выбирается вероятно, пропорционально своей значимости. Сначала альтернативы компонуются в соответствии с выбранным наиболее важным аспектом, после чего худшие отбрасываются, выбирается новый аспект, неподходящие альтернативы отбрасываются и т.д. Тверски (1972, с. 285) иллюстрировал ЕВА следующим образом: «При выборе новой машины, например, первым аспектом может быть, скажем, автоматическая коробка передач — это исключит все машины с ручной передачей. Из оставшихся альтернатив рассматриваем следующий важный аспект,

скажем, цену не выше 3000 долл. и отбрасываем все дорогие автомобили. Этот процесс продолжается, пока вы не выберете конкретную машину».

### **Более важные параметры**

Несмотря на то что относительно стратегий, использующихся при многоатрибутном выборе, написано множество теоретических и математических работ, экспериментов на эту тему проведено немного. Заметным исключением является серия опытов, сообщение о которой опубликовано Словиком в 1975 году.

Словика заинтересовало то, как люди выбирают между двумя равноценными альтернативами. Он выдвинул гипотезу, что в таких обстоятельствах люди имеют тенденцию выбирать альтернативу, первенствующую в более важном качестве. Словик назвал это «гипотезой наиболее важного параметра».

Чтобы проверить свое предположение, Словик предложил испытуемым две равноценные альтернативы (скажем, двух бейсболистов, одинаково важных для своих команд). При этом испытуемым задавались вопросы типа:

Игрок 1 выбил 26 кругов и в среднем отбивает 27,3% ударов. Игрок 2 выбил 20 кругов. Сколько ударов он должен отбивать, чтобы его ценность для команды была такой же, как и у первого игрока?

После того как респонденты посчитали обе альтернативы равноценными (и прошло некоторое время), Словик предлагал им назвать более важное качество и сделать выбор между ними. Результаты надежно подтвердили гипотезу наиболее важного (137:) параметра. С ошеломляющим преимуществом испытуемые выбирали альтернативы, значимые по более важным качествам.

Эти результаты показали, что когда люди сталкиваются с выбором между двумя равноценными возможностями, они не выбирают наугад. Их, когда им нужно сделать подобный выбор, не парализует нерешительность, как Данте, которого «сковал тяжелый гнет». Они обычно выбирают альтернативу, первенствующую в том качестве, которое считают более важным.

### **Заключение**

Так же, как Санкт-Петербургский парадокс привел к развитию теории ожидаемой выгоды, проблемы вроде парадоксов Аллайса и Эллсберга привели к открытию альтернатив теории ожидаемой выгоды. Наиболее широко известная из них — теория перспективы. Несмотря на то что многие аналитики решений до сих пор пользуются теорией ожидаемой выгоды как нормативной моделью, теория перспективы предоставляет более точное описание того, как люди на самом деле принимают решения. Она легче применима к ряду распространенных ситуаций.

Например, боязнь потери означает, что компании с помощью кредитных карт могут получать большую прибыль от продаж, чем от обычных плат за услуги (Талер, 1980). Отчисление пени представляется связанным с издержками, а покупка по сниженной цене — с прибылью, хотя финансовый механизм работы обеих услуг одинаков. По теории перспективы, плата за услуги кажется больше, чем покупка по сниженной цене. Те же принципы используются в магазинах, предлагающих «продажу по оптовым ценам», чтобы привлечь покупателей, стремящихся «сэкономить» (Талер, 1985).

Боязнь потери также используется, чтобы поощрять женщин к самопроверке на предмет обнаружения рака груди. Бет Мейеровитц и Шелли Чейкен в 1987 году познакомили женщин студенческого возраста с тремя брошюрами. В первой были представлены преимущества самопроверки в терминах выигрыша для предупреждения рака, вторая предупреждала, что отсутствие тестирования ведет к потере в защите здоровья. Третья просто констатировала факт существования такого тестирования. Например, первое высказывание звучало так:

«Используя самопроверку (breast self-examination [BSE]) сейчас, вы сможете узнать, каково (138:) самочувствие второй груди, и будете в состоянии заметить самые маленькие отклонения, которые могут проявиться только через несколько лет». Второе высказывание звучало так: «Не используя BSE сейчас, вы не сможете узнать, как бы чувствовали себя, если бы были здоровы, и не сможете заметить незначительных изменений, которые могут появиться, когда вы станете старше». Третье высказывание не включало подобных утверждений.

Мейеровитц и Чейкен обнаружили четыре месяца спустя, что 57% женщин, ознакомленных со вторым высказыванием, использовали BSE, тогда как из первой и третьей группы это делали соответственно 38% и 39% женщин. Таким образом, по наблюдению Мейеровитц и Чейкен, действие второго высказывания было более сильным, поскольку потеря в защищенности здоровья кажется более важной, чем приобретение этой защиты — даже если они логически эквивалентны. Эти результаты показали, что боязнь потери может быть использована для улучшения здоровья и благополучия общества.

Теория перспективы имеет огромные преимущества перед классической теорией выгоды. Так, многие ошибки, парадоксы и противоречия последней могут быть объяснены при помощи первой. В следующем разделе рассматриваются примеры отступления принимающих решения от нормативных принципов рациональности. Как будет видно дальше, люди склонны к ряду необъективностей в оценке и поведении, но во многих случаях эти отклонения систематичны и могут быть контролируемыми или предсказаны.

## Раздел IV. Эвристика и субъективные смещения

Когда люди сталкиваются с путаницей при оценке или решении, они часто упрощают задачу, переходя на эвристику, т.е. высасывая решения из пальца. Во многих случаях эти упрощения достигают результатов, близких к «оптимальным» ответам, предлагаемым нормативными теориями. В других ситуациях, однако, эвристика приводит к субъективным смещениям и несоответствиям. Этот раздел книги посвящен, главным образом, наиболее известным примерам эвристики и субъективных смещений.

### Глава 10. Эвристика репрезентативности

Как люди приходят к тем или иным решениям? Как делают выбор из множества возможностей? И как они формируют оценки ценности или привлекательности отдельных событий и вероятных исходов? Этот раздел книги посвящен двум родственным вопросам: *процессу*, благодаря которому люди приходят к своим заключениям; и *субъективным смещениям*, которые становятся последствиями этих процессов.

Амос Тверски и Дэниел Канеман в 1974 году пришли к выводу, что большинство респондентов использует «эвристику» для вынесения своих оценок. Преимущество этого метода в том, что он сокращает количество времени и усилий, необходимых для принятия решения. Например, значительно проще оценить преимущества той или иной возможности при помощи эвристики, чем последовательно оценивать все возможности, вероятность того или иного результата, и т.д. В большинстве случаев грубые приближения вполне достаточны (поскольку люди в основном стремятся к удовлетворительному, а не к оптимальному решению).

Обычно эвристика дает довольно хорошие результаты. Однако недостатком ее использования является то, что в определенных ситуациях она приводит к систематическим субъективным смещениям (т.е. отклонениям от нормативно получаемых ответов). Эвристика, обсуждающаяся в этой главе, известна как «репрезентативная», и она приводит к весьма предсказуемым смещениям в конкретных ситуациях. Как говорилось выше, причина того, что отклонениям уделяется больше внимания, чем успехам, в том, что ошибки и сбои больше говорят о процессе, чем успехи. Фактически, все теории принятия решений основаны на

результатах исследований различных сбоев в оценке.

152

некто обязательно должен покончить с «черной полосой» в жизни или ничего не должен менять из боязни выйти из «хорошей полосы», проистекает из наблюдения простого феномена регресса.

Джордж Гмелч (1978, август), профессиональный бейсболист, позже ставший социологом, оставил несколько примеров такого предрассудка в книге «Магия бейсбола». В ней говорится, в частности, что команда New York Giants отказывалась стирать форму в то время, как они выигрывали 16 раз подряд, из опасения «смыть» удачу. Точно так же Лео Дюрочер носил одни и те же черные туфли, серые носки, синее пальто и не развязывал галстук в течение 3,5 недель пока Brooklyn Dodgers не завоевали победу в 1941 году.

Регрессом к среднему можно объяснить и то, что очень сильные спортсмены и команды обычно показывают более низкие результаты после того, как их фотографии появляются на обложке какого-нибудь иллюстрированного спортивного журнала. Дело в том, что на обложках обычно появляются фотографии спортсменов, показавших выдающиеся результаты, после компенсирующиеся более низкими. Говорят, что эти фотографии могут «сглазить» — хотя на самом деле проявляется обычный регресс к среднему.

### Клинический прогноз в сравнении с предположительным

Люди имеют тенденцию игнорировать информацию о базовой частоте и прогнозе, что приводит иногда к удивительным ситуациям. Как зафиксировано в описаниях более чем 100 экспериментов по социологии (Доус, Фауст и Мил, 1989), точность «актуарных» прогнозов (прогнозов, основанных исключительно на эмпирических отношениях между данным рядом возможностей и окончательным результатом) не ниже, а зачастую и выше точности «клинических» прогнозов (прогнозов, основанных на оценке людей). Другими словами, вопреки здравому смыслу зачастую более точными оказываются оценки *не* человека — даже если он имел полный доступ к предположительной информации.

Например, в одном из экспериментов по изучению клинического прогноза оценки 21 сотрудника психиатрической клиники были сопоставлены с подшивкой предъявленных (153:) пациентами претензий и пожеланий по поводу психиатрического обслуживания (Ласки, Ховер, Смит, Бостиан, Даффендэк и Норд, 1959). Эти претензии были использованы в качестве приблизительной оценки положения за время, проведенное в больнице. Когда информация была обобщена, оказалось, что оценка персонала не была существенно точнее оценки, полученной из анализа подшивки (соотношение было 0,62 и 0,61 соответственно). По-видимому, экспертиза персонала и польза от обладания дополнительной информацией были более чем компенсированы другими факторами. Поскольку клинические оценки обычно основаны на эвристике вроде репрезентативности — и порождают различные смещения — такие прогнозы редко бывают точнее прогнозов, основанных только на предположительных отношениях.

### Заключение

Исследования репрезентативной эвристики предлагают несколько способов совершенствования возможностей оценки и принятия решений, включая следующие рекомендации:

- ❖ **Не позволяйте детализированным сценариям вводить себя в заблуждение.** Спецификация, из-за которой детализированные сценарии кажутся более правильными, определяет также и их привлекательность. В общем, чем больше деталей

содержит сценарий, тем менее он вероятен — даже если кажется, что он в совершенстве отражает наиболее вероятный исход дела.

❖ ***По возможности обращайтесь внимание на базовую частоту.*** Базовые частоты особенно важны, когда возможность события точно определена или оно очень распространено. Например, поскольку вероятность очень низка, многие талантливые преподаватели никогда не бывают приняты в старшую школу (и было бы ошибкой интерпретировать это как показатель того, что преподавателю не достаёт компетенции). И наоборот, из-за высокой вероятности многие неквалифицированные водители получают права. Когда базовые частоты слишком высоки или низки, репрезентативность зачастую является плохим индикатором вероятности. (154:)

❖ ***Помните, что шанс не саморегулируется.*** Ряд неудач значит только ряд неудач. Это не значит, что впереди такой же ряд удач, и это не значит, что вещи роковым образом остаются неизменными. Если существует (как при подбрасывании монеты) конкретная вероятность определенного исхода или результата, прошлые события не имеют влияния на будущие.

❖ ***Не забывайте о регрессе к среднему.*** Даже если ряд неудач не обязательно компенсируется рядом удач (и наоборот), после ярких событий обычно следуют более обычные. Регресс к среднему типичен, от чего бы ни зависел исход. Каждый из факторов, приводящих к усредненному, может в иной комбинации привести к необычному, но в большинстве случаев события возвращаются к норме.

Не забывая эти советы, вы сможете избежать множества ошибок, происходящих от репрезентативной эвристики. Следующая глава посвящена другому широко известному виду эвристики — «эвристике доступности» и вызываемым ею субъективным смещениям.

## Глава 11. Эвристика доступности

Согласно Тверски и Канеману (1974, с. 1127) эвристика доступности — это интуитивный процесс, в котором человек, принимающий решение, «оценивает частоту или возможность события по легкости, с которой примеры или случаи приходят на ум». Обычно этот вид эвристики работает достаточно хорошо: все вещи эквивалентны, распространенные события легче вспомнить и представить, чем редкие. Используя доступность оценки частоты и возможности, человек способен на упрощения, применимые к самым сложным оценкам.

Однако, как при использовании любой эвристики, здесь бывают случаи, в которых общее работающее правило теряет силу и систематически возникают смещения. Некоторые события более доступны не потому, что они случаются чаще или с большей вероятностью, а потому, что о них легче думать, или из-за того, что они произошли недавно или были очень эмоциональны, и т.д. В этой главе вы найдете ответы на три главных вопроса: 1) В каких случаях эвристика доступности приводит к неверным оценкам? 2) Воспринимают ли люди событие как более привлекательное после того, как представят, что оно произошло? 3) Чем яркая, ясная информация отличается от прочей?

### Доступность выходит боком

От чего в США умирают чаще: от упавших на голову частей самолета или попадая на обед к акулам? Большинство людей считают нападение акул более вероятным, чем падение частей самолета с неба (взгляните на свой ответ на п. 7 Анкеты). Конечно, люди думают, что акулы убивают больше народу, чем отвалившиеся шасси, да и представить их легче (спасибо фильмам вроде «Челюстей»). Хотя шанс быть раздавленным частями самолета в 30 раз больше, чем смерть от нападения акулы (Death

## Отречение

Как ни убедительны эти результаты, но в исчерпывающем обзоре лабораторных исследований эффекта яркости Шелли Тейлор и Сьюзан Томпсон (1982, с. 172) пишут, что большинство исследований дают смешанные результаты или вообще не демонстрируют эффекта яркости, из чего они заключили, по крайней мере на основе лабораторных исследований, что эффект яркости «слаб, если вообще наблюдается».

Этот вывод должен, конечно, умерить пыл сторонников сильного влияния яркой информации на оценку. Но в то же время эффект яркости возникает, по крайней мере, в некоторых ситуациях. Во-первых, Тейлор и Томпсон отмечают несколько исключений из этого общего вывода. Например, они обнаружили, что различные случаи и истории зачастую бывают убедительнее статистической или абстрактной информации, а также, что при некоторых условиях видеoinформация более впечатляет, чем прочитанная или услышанная. Во-вторых, как прекрасно знали Тейлор и Томпсон, существует много способов объяснить *отсутствие* исследовательских данных. То, что в данном эксперименте не был обнаружен эффект яркости, можно объяснить как неправильной постановкой эксперимента, так и собственно его отсутствием, а в некоторых экспериментах яркость была смешана с другими факторами. И, наконец, также по замечанию самих Тейлор и Томпсон, есть основания думать, что лабораторные опыты не выявляют эффекта яркости, поскольку они основаны на темах, которые обычно не волнуют людей. Следовательно, лабораторные эксперименты могут серьезно снизить то значение, которое имеет эффект яркости в повседневной жизни.

Из последнего анализа ясно, что эффект яркости возникает, по крайней мере, в некоторых случаях, но его влияние ограничено. Кроме того, возвращаясь к эвристике доступности, яркие примеры событий могут повысить вероятность и частоту событий (в восприятии) людей больше, чем бледные примеры.

## Заключение

Во многих случаях эвристика доступности приводит к вполне резонным и точным оценкам частоты и вероятности. В некоторых ситуациях, однако, она может привести к критическим (165:) смещениям в оценке. Например, здравоохранение опирается на знания статистики смертности от таких страшных болезней, как рак желудка. Если распространенность болезней не оценена, люди с меньшей охотой будут проходить профилактику (Кристиансен, 1983). Точно так же яркие, но редкие случаи смерти переоцениваются, хотя следовало бы обратить внимание на более распространенные опасности. Некоторые авторы, например, пишут, что американцы переоценивают опасность террористических актов во время заграничных поездок (Паулос, 1986, 24 ноября).

Один из способов решения этой проблемы — ясное и подробное сопоставление переоцененных и недооцененных опасностей, обращая внимание на незамеченные детали, из-за которых искажается оценка. Например, Американская комиссия по раковым заболеваниям должна давать информацию по статистике смертности от рака желудка по сравнению с такими опасностями, как убийство или автокатастрофа. Должны появляться объявления: «В ЭТОМ ГОДУ ОТ РАКА ЖЕЛУДКА ПОГИБНЕТ БОЛЬШЕ ЛЮДЕЙ, ЧЕМ В АВТОКАТАСТРОФАХ». Подобные заявления, несомненно, заставят людей понять, что рак желудка более распространенная причина смерти, чем они думали (хотя это может иметь нежелательный эффект снижения безопасности на дорогах). Турагентства используют те же приемы, когда, пропагандируя туризм, утверждают, что у путешественника больше шансов попасть в автокатастрофу, чем стать жертвой теракта.

Когда доходит до оценки вероятности и частоты, никакая другая эвристика не играет столь важную роль, как эвристика доступности. Тем не менее важно помнить, что эвристика доступности — лишь один из факторов, формирующих оценку частоты и вероятности. В

следующей главе обсуждаются некоторые другие факторы, влияющие на оценку вероятности, и предлагается ряд советов, как снизить распространенные отклонения.

## Глава 12. Вероятность и риск

180

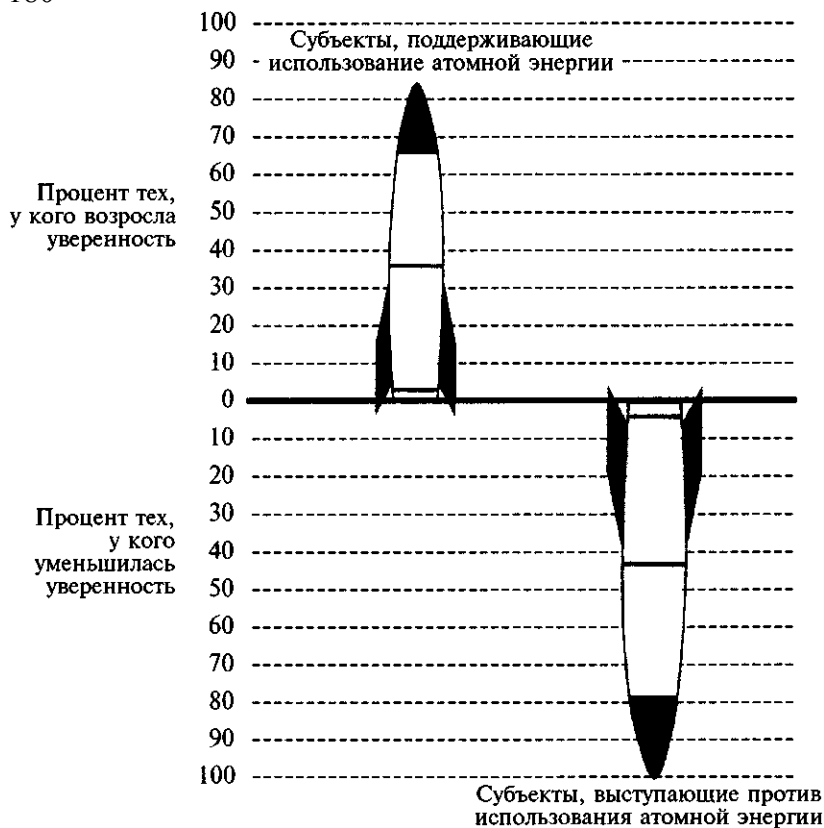


Рисунок 12.3

Эти процентные отношения основаны на ответах на следующий вопрос: «Несколько раз случились неполадки (и по вине людей, и по вине техники), но они не привели к атомной войне между супердержавами. Дают ли случаи вам большую уверенность в том, что атомная война не случится? Меньшую уверенность? Не влияют на уверенность?» (Плаус, 1991.)

серьезное. Более того, защитники и оппоненты использовали неполадки, чтобы делать различные выводы о возможности будущей катастрофы. Прочитав о данных неполадках, защитники атомных технологий оценивали вероятность катастрофы *ниже*, а противники — *выше*, чем раньше.

Эти результаты были получены независимо от того, произошли ли приведенные сбои по вине людей или техники, в Америке или в России, в связи с атомной энергетикой или военной (181:) техникой, широко они известны или нет. Поляризация позиций, видимо, также не зависела от того, насколько крайними были убеждения. Итак, после стольких примеров можно сказать, что восприятие риска находится под сильнейшим влиянием направленности первоначальных взглядов.

### Рекомендации

Принимающие решение могут предпринимать кое-какие шаги, чтобы снизить смещения в оценке риска и вероятности, в том числе следующие простые вещи:

- ❖ **Сохранять точные записи.** Сохраняя записи того, как часто отдельные события случались в прошлом, возможно до минимума снизить эффекты первенства и новизны, отклонения доступности, а также другие искажения, которые могут возникать после представления информации (например, Хинтсман, 1969; Уорд и Дженкинс, 1965).

- ❖ **Остерегаться думать о желаемом.** Во многих случаях вероятность едва ли осуществимых событий переоценивается, а вероятность осуществимых — недооценивается (несмотря на это, существуют очевидные исключения из правила, вроде случаев, в которых доступность пугающего результата увеличивает оценку вероятности). Один из лучших способов защититься от мыслей о желаемом — спросить совета у третьей — независимой, но информированной стороны.
- ❖ **Разбивать сложные события на простые.** Если сложное событие состоит из статистически независимых простых событий (т.е. событий, перспективы которых независимы), полезно оценивать вероятность того или иного исхода для каждого простого события в отдельности. Затем, если сложное событие — объединяющее, перемножить эти вероятности. Например, чтобы оценить вероятность того, что подброшенная монетка три раза подряд ляжет орлом (сложное событие, основанное на трех независимых исходах)  $1/2$  умножим на  $1/2$  и еще раз на  $1/2$  — окончательная оценка вероятности будет равна  $1/8$ . И наоборот, если сложное событие — разъединяющее, нужно вычесть каждую простую оценку из 1, перемножить получившиеся результаты и произведение вычесть из 1. Например, чтобы оценить (182:) вероятность того, что монетка ляжет орлом хотя бы один раз из трех, подсчитаем шансы выпадения трех решек ( $1/8$ ) и вычтем это число из 1. Окончательная оценка —  $7/8$ . Эта методика должна использоваться, когда сложное событие состоит из нескольких статистически независимых простых событий (вроде подбрасывания монетки), но не тогда, когда исходы простых событий зависят друг от друга.

## Заключение

Как показали три последние главы, оценка вероятности и риска подвержена ряду смещений. Некоторые из этих смещений являются порождением эвристики — репрезентативности или доступности, другие — следствием мотивационных факторов, третьи появляются из-за предварительной вероятности или того, как сформулирована проблема. Несмотря на то что многие из этих смещений могут быть устранены, они повышают погрешность оценок вероятности. В следующей главе обсуждается другой вид смещений, названный «привязка (anchoring) и подгонка (adjustment)» и влияющий на оценку вероятности и многие другие виды оценки.

## Глава 13. Привязка и подгонка

Перед вами рулетка. Периметр разбит на секторы с номерами. Раскрученное колесо останавливается, и стрелка указывает на 65. Вам задают вопрос: какой процент составляют африканские государства в ООН — больше или меньше 65? Независимо от того, задумывались ли вы над этим, вы уверены, что меньше 65%.

Теперь вас спрашивают: а сколько африканских стран в ООН? Подумав, вы отвечаете: 45%. Исследователь записывает ответ, благодарит вас и отпускает.

Теперь вы — другой человек, еще не отвечавший на вопросы об ООН, и когда колесо останавливается, вам выпадает 10 вместо 65. Исследователь спрашивает: сколько африканских стран в ООН — меньше или больше 10%? Больше, говорите вы — их, конечно, больше.

А сколько же процентов в ООН составляют африканские страны?

Подумав, вы отвечаете: 25%.

Практически, эту процедуру с подобными результатами провели в 1974 году Тверски и Канеман. Испытуемые, случайным образом отобранные для эксперимента, давали медианную оценку 45%, если стрелка указывала на 65, и 25%, если на 10. Тверски и Канеман объяснили этот феномен «привязкой (anchoring) и подгонкой (adjustment)», т.е. недостаточной (сверху или снизу) подгонкой к исходной величине или «anchor — привязке».

Со времени эксперимента Канемана и Тверски эффект *привязки* был зафиксирован в таких разнообразных оценках, как: оценка количества работающих матерей с детьми до 5 лет, пропорции иранцев, исповедующих ислам, оценка количества женщин — профессоров химии и мыльных опер, передаваемых по Эн- Би- Си (Куатрон, Лоренс, Уоррен, Суза-Сильва, Финкель и Эндрюс, 1984). Эффект *привязки* также был обнаружен Джорджем Куатроном (1982) в многочисленных других проблемах. Например, Куатрон и его коллеги в 1984 году показали, что случайно выбранные *привязки*, в форме позитивного или негативного

\* Глава частично взята у Плауса (1989) (184:)

опыта, могут влиять на мнения о договоре по контролю над вооружениями SALT II. И Дэниел Сервон и Филипп Пик в 1986 году обнаружили, что произвольные *привязки* могут влиять на то, как люди оценивают, насколько хорошо они справились с тем или иным заданием, а эти оценки, в свою очередь, влияют на их упорство при решении задач.

Неожиданно, но эффекты *привязки* не исчезали ни при возникновении денежного стимула (Тверски и Канеман, 1974; Райт и Андерсон, 1989), ни при абсолютной крайности *привязки* (Куатрон и др., 1984). В одном из экспериментов Куатрон и его коллеги просили дать точный ответ, больше или меньше 100025 было число альбомов Битлз, входивших в верхнюю десятку хит-парадов; больше или меньше 7128,53 долл. средняя цена учебника для колледжа; больше или меньше 558° средняя температура в Сан-Франциско. Команда Куатрона обнаружила, что абсурдно высокие *привязки* оказывают то же действие, что и более правдоподобные. Из этого результата они сделали вывод, что *привязка* — сильнейшее явление, в котором эффект растет вместе с несоответствием между *привязкой* и «оценкой до *привязки*» (средняя оценка, которую люди дают до того, как знакомятся с *привязкой*) до тех пор, пока дальнейшее усиление эффекта не станет совершенно невозможным. По правде говоря, эти открытия свидетельствуют, что коммерсанты, специалисты по рекламе, политики и другие специалисты по части убеждения могут добиться большего успеха, давая первоначально крайние обещания.

### Думая о невообразимом

К несчастью, большинство исследований *привязки* имеют тенденцию сосредоточиваться на вопросах, о которых люди имеют слабое представление: количество африканских стран в ООН, мыльных опер на Эн-Би-Си, женщин — профессоров химии и т.д. Относительно немного исследований, выясняющих, зависит ли оценка от *привязки* в случаях, когда люди хорошо знакомы с темой, когда они и раньше задумывались над вопросом или когда они подкованы в данной области. Возможно, наиболее яркий пример такого вопроса — вероятность атомной войны. В отличие от других тем, упоминающихся в литературе по *привязке*, вероятность атомной войны — это тема, над которой (185:) задумывалось большинство людей и которая их, безусловно, беспокоит. Вопрос в том, будет ли срабатывать такая простая манипуляция, как предоставление высокой или низкой *привязки*, будет ли она влиять на сложившееся убеждение о том, неизбежна ли атомная война. Чтобы ответить на этот вопрос, я использовал несколько вариаций опроса с *привязкой*, опросив с января 1985 по май 1987 года более чем 2000 респондентов.

В варианте с *низкой привязкой* спрашивалось, больше или меньше 1% вероятность атомной войны между Соединенными Штатами и Советским Союзом, а в варианте с *высокой привязкой* спрашивалось, больше или меньше эта вероятность 90% (или 99%). После того как респонденты отвечали на этот вопрос, их просили дать *точную* оценку этой вероятности в процентах. В третьем варианте — *без привязки* — респондентам не задавался первый вопрос, их просто просили оценить вероятность атомной войны.

Во всех вариантах опроса *привязка* оказывала сильное влияние на оценку вероятности атомной войны. Респонденты, которых предварительно спрашивали, превышает ли

вероятность атомной войны 1% или она ниже, потом давали более низкую оценку, чем субъекты третьей группы, тогда как респонденты, которых спрашивали, превышает или нет вероятность войны 90% (или 99%), давали оценки более высокие, чем субъекты контрольной группы. На эту разницу не оказывало влияние, задавался или нет вопрос, случится атомная война или не случится, а также не имело значения и то, насколько близко знакомы респонденты с вопросами атомной технологии и насколько они обеспокоены вероятностью атомной войны.

По крайней мере, два вывода следуют из этих результатов. Во-первых, вопросы, которые включают произвольные числовые рекомендации, могут иметь нежелательный эффект. Например, национальный опрос 1984 года содержал такой вопрос: «Поддерживаете ли Вы намерение правительства создать оборонительную систему против ядерных бомбардировщиков и ракет, если она будет способна сбить 90% всех советских ядерных бомбардировщиков и ракет?» (Грехам и Крамер, 1986.) Вводя цифру 90% (в большинстве случаев очень высокое отношение), этот вопрос может невольно дать *привязку* для последующих оценок эффективности стратегической обороны. Во-вторых, когда адвокаты используют наихудшие или наилучшие

190

Эффект *привязки* проявляется также в ответе на такой, близкий к приведенному в п. 13, вопрос:

Сколько человек должно быть в группе, чтобы была 50%-ная вероятность того, что хотя бы один человек имел конкретный день рождения, скажем, 4 июля<sup>9</sup>

Прежде чем читать дальше, попробуйте дать ответ сами.

Способ решения этой задачи похож на способ решения предыдущей. Вероятность того, что один человек *не* родился 4 июля, равна,  $365/366$ . Далее, поскольку дни рождения — события независимые друг от друга, вероятность того, что двое не родились 4 июля, равна  $(365/366)(365/366)$ , т.е.  $(365/366)^2$ . Короче говоря, вероятность того, что  $N$  людей не родились 4 июля, равна  $(365/366)^N$ . Выходит, что вероятность чуть меньше 50%, когда  $N = 254$ . Итак, в группе из 254 человек существует нужная вероятность того, что хотя бы один человек *родился* 4 июля. Как и в предыдущей проблеме, многие люди сначала думают, что в группе должно быть около 183 человек, и им трудно в процессе размышлений изменить этой первоначальной догадке.

Обсудив эту проблему, Паулос (1988, с. 37) делает следующий вывод: «Мораль... такова: некое маловероятное событие вероятно случится, тогда как значительно менее вероятно, что случится конкретное... Парадоксальность заключения состоит в том, что совершенно невероятно, чтобы маловероятное событие не произошло». В группе из всего лишь 23 человек возникает 50%-ная вероятность того, что двое из них родились в один *любой* день, но надо в 10 раз больше людей, чтобы возникла 50%-ная вероятность того, что как минимум один из них родился в *конкретный* день. Совпадения распространены, но конкретные совпадения — нет. В следующей главе подробно рассматривается несколько примечательных совпадений.

## Заключение

Эффекты *привязки* распространены и очень устойчивы. Более дюжины исследований доказали одно и то же: люди подгоняют несоответствующие величины под *привязку*, независимо от того, связана ли оценка с вероятностью атомной войны, ценой на дом или любой другой темой.

Трудно защититься от эффектов *привязки*, отчасти потому, что стремление к точности срабатывает редко, отчасти же потому, (191:) что сами *привязки* часто бывают незаметны. Первым защитным шагом, таким образом, является правило относиться сознательно к любой предложенной величине, кажущейся необычно высокой или низкой. Именно такие *привязки*

чаще всего создают смещения в оценке.

В идеале, принимающий решение не должен принимать в расчет эти величины, но на практике это трудно сделать (Куатрон и др., 1984). Наиболее эффективным средством может стать выработка альтернативной *привязки*, столь же крайней, как и данная, но в противоположном направлении. Например, прежде чем оценивать стоимость дома, как чрезмерно завышенную, человек должен представить, что та же стоимость может показаться на удивление низкой. Эта методика аналогична описанной в 6 главе в связи с игнорированием структуры вопроса.

И еще одно замечание. Поскольку крайние *привязки* производят наибольший эффект и поскольку эффект *привязки* остается незамеченным, важно помнить, что обсуждение лучших и худших примеров приводит к неожиданным результатам. Скажем, после обсуждения вероятности успеха рискованного дела в наилучших условиях, тяжело составить реалистичный прогноз. Точно так же после оценки наибольшего запаса ракет, который может иметь противник, трудно оценить его реальный военный потенциал. И опять, стоит представить многочисленные *привязки*, прежде чем пытаться принять окончательную оценку.

## Глава 14. Восприятие случайностей

194

что обе компании наняли людей по имени Майк Уэбб, и оба Майка Уэбба остановились в одном отеле в Саннивале (штат Калифорния) в одно и то же время. Затем, когда оба Майка Уэбба выехали из гостиницы, там получили пакет на имя одного из них. Пакет содержал документацию на Ат386 и был доставлен Майку Уэббу из «Интел», а тот передал его поверенному компании.

Второе совпадение имело место летом 1990 года, когда Фрэнк Уилльям Боума и его жена Труди послали фотографию со своей золотой свадьбы в *Grand Rapids Press* (Мичиганскую газету) Примерно в то же время газета получила извещение о 55- й годовщине свадьбы другого Фрэнка Уилльяма Боума и его жены Нелли. И что поразительно, обе четы праздновали свои годовщины в один день — 9 июля. Считая, что это совпадение может оказаться интересным, *Grand Rapids Press* выпустила статью, где отмечались другие совпадения между двумя Фрэнками, например, то, что у них обоих есть дочери по имени Марсиа (Мелон, 1990, 9 сентября). Эта история была замечена агентством *Associated Press* и затем появилась в *National Enquirer* (Карден, 1990, 25 сентября).

### Невероятное совпадение

Можете ли вы представить себе настолько невероятное совпадение, что можно было бы предположить, что это не простая случайность? Вот какую историю рассказал Ричард Блоджет (1983, ноябрь, с. 17):

Одна немка сделала фотографию своего маленького сына в 1914 году и оставила негатив в магазине в Страсбурге для проявки. В то время пластины для фотосъемки продавались по отдельности. Началась первая мировая война и, не имея возможности вернуться в Страсбург, женщина считала фотографию потерянной. Два года спустя она купила пластину для съемки во Франкфурте, за 200 миль от Страсбурга, чтобы сфотографировать свою новорожденную дочь. Когда фотографию напечатали, оказалось, что пластина использована дважды и снимок дочери наложен на старую фотографию ее сына. По странному стечению обстоятельств, первый снимок так и не был проявлен и вновь был продан ей, как пустая пластина.

Это совпадение широко известно, так как это одна из историй, приведших швейцарского психолога К. Г. Юнга к созданию теории «синхронности». Согласно Юнгу, совпадения случаются (195:) значительно чаще, чем можно предположить по теории вероятности, и являются результатом действия неизвестных сил вселенского порядка.

Во многом теория Юнга близка к религиозному восприятию совпадений, как Божественного промысла. Одно совпадение, широко интерпретированное таким образом, было опубликовано в журнале *Life* в 1950 году (Эдил, 1950, 27 марта). 1 марта этого года 15 членов Западной баптистской церкви в Небраске, должны были собраться в 7 часов 15 минут вечера для молитвы, но по разным причинам все 15 опоздали именно в этот вечер. Семья священника опоздала потому, что его жена гладила платье дочери до самой последней минуты, другая чета опоздала, поскольку у них не заводилась машина, пианист обычно приходил в церковь на полчаса раньше, но решил поспать после обеда и проспал, и т.п. В целом возникло, по крайней мере, 10 обыкновенных и явно независимых причин, по которым люди задержались в тот вечер.

Итак, опоздали все. Как писали потом в *Life*: «В 7 часов 25 минут с грохотом, слышным буквально во всех концах города, помещение Западной баптистской церкви взлетело на воздух. Стены рухнули, тяжелая деревянная крыша обвалилась, здание схлопнулось, как капкан... Пожарным удалось установить, что взрыв произошел из-за неправильного обращения с газом, [но] члены церкви... стали... утверждать, что это «Промысел Божий»».

Конечно, такое совпадение могло быть Божьей волей, да и теория Юнга о синхронности может быть верной. Такие объяснения не могут быть эмпирически ни подтверждены, ни опровергнуты. Даже самые невероятные события не могут превратить скептиков в верующих, поскольку скептик всегда может объяснить нечто невозможное стечением астрономического количества обстоятельств (см. Альварез, 1965). И точно так же верующему нет дела до рассуждений скептиков, поскольку его вера основана не только на теории вероятности.

Но при этом возникают два доступных эмпирическому исследованию вопроса: (1) Имеют ли люди тенденцию видеть осмысленные фигуры в случайных распределениях стимулов? (2) Могут ли люди совершать случайные поступки?

Ответ на первый вопрос частично дан в 10 главе при обсуждении иллюзии «горячей руки» в баскетболе. Ниже будут описаны еще некоторые исследования восприятия случайностей.

200

возросло, по сравнению с вариантом, в котором предлагалось лишь две кнопки. В повседневной жизни, где зачастую возникает больше двух альтернатив (таких, как «орел» и «решка», горизонталь и вертикаль), повторение любой из них кажется неслучайным. Люди уверены, что в случайной последовательности больше смен, чем это есть на самом деле.

### **Учиться поступать случайно**

В 1986 году Аллан Нюрингер опубликовал исследование, показавшее, что за достаточно большой промежуток времени людей можно научить поступать «случайно». Нюрингер составил компьютерную программу, обеспечивавшую субъектам обратную связь по 5 или 10 статистическим оценкам случайности, например, процентное отношение попыток, в которых был сделан правильный выбор, и т.п. Субъекты должны были просто нажимать одну из двух кнопок на клавиатуре, а компьютер давал оценку их ответа.

Нюрингер сделал наблюдение, что субъекты начинают с неслучайных решений, как это и обнаруживали Вагенаар и другие исследователи. Но, дав несколько тысяч ответов и получив за них оценку, субъекты могли вырабатывать длинные ряды (6000 событий), которые полностью подходили под параметры случайных последовательностей согласно всем статистическим показателям, использовавшимся Нюрингером при составлении своей программы. Итак, люди могут вести себя случайным образом, но только если они специально натренированы для этого. Несмотря на то что немногие из нас захотели бы проходить длинный курс тренировки, чтобы научиться вести себя случайным образом — да и не стали бы этого делать, даже если бы сумели, — эксперимент Нюрингера очень важен потому, что он подчеркивает тот факт, что ошибочное восприятие случайности не непреложно.

## Заключение

Каково практическое применение исследований по постижению случайности? Результаты повседневных случайных событий — не «орлы» и «решки», не вертикали и горизонталы. Это (201:) получение работы и увольнение, победы и поражения в игре, повышения и понижения курса акций. Безусловно, имеет смысл искать шаблоны и модели, по которым происходят эти события, исследовать восприятие случайностей, говорящее о том, что в людях заложена тенденция неправильно оценивать вероятность событий.

Например, несмотря на то, что колебания на фондовой бирже практически равны «случайной прогулке» по Уолл-стрит (Фейма, 1965; Малкиел, 1985), тысячи людей ежедневно прилагают бездну усилий, чтобы предсказать их направление. Хотя Барух Фишхофф и Поль Словик в 1980 году обнаружили, что при знании цен и основной информации 65% опрошенных говорили, что могут предсказать это направление. Правильно они это делали лишь в 49% случаев, т.е. так, будто подбрасывали монетку.

Как показали исследования, описанные в этой главе, очень легко увидеть структуру в случайных последовательностях. Видя, что три из четырех исходов одинаковы, большинство людей считают, что это шаблон. Конечно, если данный результат не осуществляется обычно, то три повторения из четырех возможных случаев могут что-то означать (например, три близко связанных смещения в одной компании свидетельствуют о реорганизации штатов). Если же ситуация включает независимые события с равновероятными исходами, нет ничего удивительного, что в трех из четырех случаев исход был один и тот же. В таких обстоятельствах люди сопротивляются соблазну считать короткие ряды повторения того или иного исхода значащими.

## Глава 15. Корреляция, причинность и контроль

214

ные, были уверены, что сделают более точные предсказания Лангер и Джейн Рот, также отметили, что 40% всех испытуемых верили, что их прогнозы со временем совершенствуются, 25% заявили, что их постоянно что-то отвлекало, и поэтому они были недостаточно точны — хотя их задача заключалась в том, чтобы предсказать случайное событие. Эти исследования совпадают с наблюдением за игроками, крутящими рулетку тихонечко для получения маленьких номеров и сильно — для получения высоких, или же полностью сосредоточивающимися на диске (Хенслин, 1967). Лангер и Рот (1975, с. 954) заключали: «Сначала случайная цепь успехов приводит к ощущению ложной компетенции, заставляющему людей рассчитывать и на будущие успехи»

В другом исследовании Лангер (1975) офисные работники принимали участие в лотерее, билеты которой содержали знакомые буквы или незнакомые символы, а участники могли либо выбрать билет, либо получить его. Когда участники получали по билету, им предлагался выбор: оставить билет у себя или поменять его на билет другой лотереи с большими шансами на выигрыш. Лангер обнаружила, что субъекты, выбиравшие билеты или же имевшие билеты со знакомыми буквами, предпочитали оставлять их у себя значительно чаще, чем остальные. Основываясь на этих результатах, Лангер сделала вывод, что знакомство и выбор влияют на иллюзию контроля. Подобные результаты были получены Камиллой Уортман в 1975 году.

### Помощь, которая не помогает

Ощущение контроля, даже если он является иллюзией, играет важную роль для здоровья. Например, Эллен Лангер и Джудит Родин в 1976 году опубликовали тематическое исследование, показавшее, что ограничение права выбора и платежеспособности пожилых людей может иметь серьезные последствия для здоровья. В эксперименте участвовал 91

человек в возрасте от 65 до 90 лет, проживающих в пансионе в Коннектикуте. На одном этаже пансиона администратор объявил пациентам, что персонал, в основном, должен лишь вести минимальный контроль за тем, как они проводят свое время, как выглядят их комнаты, и, если они захотят, они могут изменить что-то в порядках пансиона, и т. д. Кроме того, каждому из пациентов администратор выдал по растению, чтобы тот за ним ухаживал. На другом эта-

215

же администратор сказал пациентам, что персонал нужен для того, чтобы заботиться о них и делать их жизнь как можно приятнее. После этого администратор и здесь дал каждому пациенту по небольшому растению, но сказал, что за ним будет ухаживать сиделка.

Три недели спустя 71% пациентов, которым сказали, что персонал должен «помогать» им, значительно ослабли. И наоборот, из пациентов, которые могли сами принимать решения, 93% показали улучшение физической формы. Судя по их собственным оценкам и по оценкам персонала (которому не было сказано об эксперименте), эти пациенты проявляли большую активность и были довольны. К ним чаще приходили в гости, и они больше времени проводили в гостях. Лангер и Родин (1976, с. 197) писали: «То, что такая незначительная манипуляция дала такой эффект, показывает, какую роль играет увеличение контроля для таких людей, для которых возможность принимать собственные решения становится основой существования».

Одной из проблем в этом эксперименте, как и во многих других тематических исследованиях, оказалась сложность выяснения — являлись ли изменения, связанные с экспериментом, причиной полученных результатов, а если да, то какие. Речь администратора о контроле? Или цветок, за которым нужно ухаживать? Или сказались предыдущая жизнь пациентов с разных этажей? Узнать это точно нет никакого способа. Однако со времени этого эксперимента был проведен целый ряд исследований, подтвердивших связь между здоровьем и степенью контроля, особенно у пожилых людей (Родин, 1986). Эти опыты выявили центральную роль соотносительных оценок в повседневной жизни.

## Заключение

Одним из наиболее распространенных видов оценки является оценка того, связаны ли между собой две переменные. Во многих случаях эти оценки — простые обобщения от ранее установленных отношений. В некоторых ситуациях, однако, обобщений недостаточно, человек должен взвесить новую и противоречивую информацию и принять нестандартное решение.

Из исследований ковариационной оценки можно вывести несколько рекомендаций. Во-первых, нужно принимать во (216:) внимание не только положительные и подтверждающие примеры. При оценке непредвиденных обстоятельств то, что *не* произошло, зачастую не менее важно, чем то, что произошло. Во-вторых, прежде чем обсуждать наличие связи, принимающий решение должен задаться вопросом: основана ли его оценка на наблюдениях или на ожиданиях. Если на первом, ковариация может быть недооценена, если на втором — переоценена. Эта разница, пока еще очень обобщенная, имеет отношение к экспериментам по иллюзорной и невидимой корреляции (например, Дженнингс, Амабайл и Росс, 1982). И наконец, нужно точно понимать разницу между корреляцией и причинностью. Два события могут не только коррелировать без причинной связи, но могут иметь причинную связь, хотя корреляция между ними очень слаба. Следующая глава посвящена детальному разбору одной из наиболее важных оценок причинности — суждениям о причинах поведения.

## Глава 16. Теория атрибуции

Ваш друг сделал вам комплимент по поводу вашего вида. Что-то выбило вас из ритма, и дела пошли плохо. Вы делали важный доклад, но реакция аудитории оказалась негативной.

Попадая в подобные ситуации, как вы объясняете их?

Теория атрибуции — психологическая теория, объясняющая то, как люди создают «каузальные атрибуции», т.е. объясняют причины действий и событий. Эта теория была впервые систематизирована и описана психологом Гарольдом Келли в 1967 году, который основывался во многом на классических работах Фрица Хайдера (1958), Неда Джоунза и Кейт Дейвис (1965). Так же, как и в случае с теорией ожидаемой полезности, теория атрибуции стала нормативной теорией оценки (идеализированной теорией о том, как люди должны поступать), но в отличие от первой, она применяется и как описательная модель повседневного поведения.

В своей оригинальной формулировке Келли разработал модель атрибуции, которую он назвал «анализ переменной структуры» (назван в честь статистической методики, известной как анализ переменной, или *AN OVA*). Согласно этой модели, люди обычно объясняют поведение, исходя из трех возможных причин: 1) *личность* — что-то в самой личности определило ее поведение; 2) *объект* — какое-то объективное обстоятельство могло повлиять на поведение; 3) *время* — что-то, связанное с данной ситуацией и временным отрезком, также могло повлиять на поведение. Келли говорит о том, что эти три атрибуции во многом происходят из трех видов информации:

**1. Консенсус:** Так ли поведут себя другие люди в такой ситуации?

**2. Характерность:** Порождают ли другие ситуации или стимулы такое же поведение?

**3. Постоянство:** Случается ли такое постоянно?

Таблица 16.1 иллюстрирует некоторые предположения теории атрибуции Келли. В этой таблице «сильный консенсус» оз-

218

ТАБЛИЦА 16.1

# ПРОГНОЗЫ ТЕОРИИ АТТРИБУЦИИ

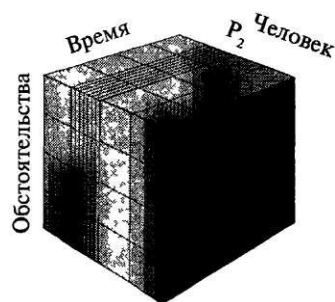
| Прогнозируемая<br>атттрибуция |        | ШАБЛОН ИНФОРМАЦИИ |               |             |
|-------------------------------|--------|-------------------|---------------|-------------|
|                               |        | Консенсус         | Характерность | Постоянство |
| Человек                       | Объект | Низкая            | Низкая        | Высокая     |
| Время                         |        | Высокая           | Высокая       | Высокая     |
|                               |        | Низкая            | Высокая       | Низкая      |

Примечание Эта таблица взята из статьи Брюса Орвиза, Джона Каннингема и Гарольда Келли (1975)

начает, что большинство людей ведут себя так же в подобных случаях, «высокая характерность» — что поведение провоцируется только характерной ситуацией или стимулом, а «высокое постоянство» — что такие вещи происходят при первой же возможности. Чтобы проиллюстрировать это, предлагаю вам представить себе единственного экзаменуемого («низкий консенсус»), ответившего хорошо на вопросы различных тестов («низкая характерность»), несмотря на ряд обстоятельств («высокое постоянство»). Келли предсказал бы «личную атрибуцию» — объяснение вашего поведения с точки зрения личных возможностей (объяснение в п. 24 Анкеты). На самом деле идея оценки основана на предпосылке, что наиболее верный способ создания личной атрибуции — оценка поведения на пересечении времени и ситуации. Используя структуру *AN OVA*, такой вид атрибуции можно представить в виде обода, параллельного осям времени и объекта, но подходящего только для одного человека (см. рис. 16.1)

РИСУНОК 16.1

Согласно модели ANOVA, приведенной Гарольдом Келли, данный шаблон информации должен приводить к персональной атрибуции (объяснению, основанному на факторах, специфических для личности) (*Перепечатано у Келли, 1973*)



219

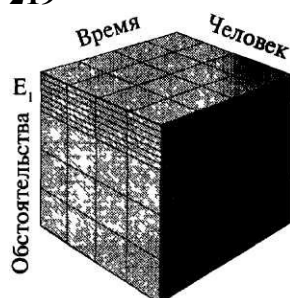


РИСУНОК 16 2

Согласно модели ANOVA, приведенной Гарольдом Келли, эта модель информации должна приводить к факторной атрибуции (модель объяснения, основанная на факторах или побуждениях, заключенных в вопросе) (*Перепечатано у Келли, 1973*)

С другой стороны, если обод параллелен осям времени и человека, но пересекает ось обстоятельств (данности), то Келли говорит об «обстоятельственой атрибуции». Например, если один («высокая характерность») тест каждый год предлагается студентам и они всегда отвечали на него хорошо («высокий консенсус» и «высокое постоянство»), то нужно объяснять хорошие оценки результатом качества теста (обстоятельством), а не знаниями отвечающих на него студентов (см. табл. 16.1 и рис. 16.2).

Согласно Келли каузальные атрибуции основаны на оценке ковариации (подробно обсуждавшейся в 15 главе). Эта связь выражена Келли в 1973 году (с 108) в его «принципе ковариации», говорящем о том, что «результат атрибутируется одной из возможных причин, с которой он устойчиво коварирует».

Келли понимал, насколько упрощенным является этот принцип, но он предлагал его, чтобы обдумать, как люди создают каузальную атрибуцию. С того времени как впервые была разработана теория атрибуции, она породила сотни опытов, чтобы выяснить, насколько прав был Келли. Более 900 статей опубликовано только в первые 10 лет после появления теории (Келли и Мичела, 1980). Возникло несколько примечательных ответвлений и продолжений теории (Ченг и Новик, 1990; Ферстер-линг, 1989; Хьюстоун и Джаспарс, 1987; Хилтон и Слугоски, 1986; Орвиз, Каннингем и Келли, 1975). (220:)

Действительно ли теория атрибуции раскрывает то, как люди объясняют свое собственное и чужое поведение? В основном — да, но есть несколько исключений.

### Недостаток консенсуса

В некоторых ситуациях люди отступают от предсказаний теории атрибуции, не обращая внимания на информацию о консенсусе (Нисбетт, Борджида, Крандалл и Рид, 1976). Неиспользование этих данных — пренебрежение базовой частотой, если считать информацию о консенсусе эквивалентом базовой частоты в той или иной ситуации. Например, в своем знаменитом исследовании покорности авторитету, Стэнли Милграм (1963) обнаружил, что 65% субъектов соглашались. А когда Гюнтер Биербрауэр в 1973 году предложил эксперимент Милграма с использованием обзоров, его базовая частота была полностью проигнорирована. Обзор атрибутов поведения показал, что испытуемые скорее находились под влиянием собственных личных характеристик, нежели ситуации, общей для

всех участников эксперимента.

Ричард Нисбетт и Юджин Борджида в 1975 году писали, что люди часто игнорируют базовые частоты вроде этого, когда создают каузальные атрибуции. Нисбетт и Борджида заметили, что если существуют значительные основания, чтобы информация о постоянстве и характерности влияла на каузальные атрибуции — очень небольшая вероятность того, что информация о консенсусе сыграет главную роль. Отчет об одном из первых экспериментов, проверяющих модель *AN OVA*, предложенную Келли, был опубликован Лесли Макартур в 1972 году и поддержал аргументы Нисбетта и Борджиды. Макартур обнаружила, что информация и о характерности, и о ситуации влияет на каузальные атрибуции в несколько раз чаще, чем информация о поведении других людей.

Дополнительную поддержку ее тезисы получили в двух экспериментах, проведенных Нисбеттом и Борджидой в 1975 году. В этих экспериментах студентам рассказывали о двух предварительно опубликованных опытах — одном, проведенном Ричардом Нисбеттом и Стэнли Шахтером в 1966, а другом — проведенном Джоном Дарли и Биббом Латанэ в 1968. Некоторым студентам давали информацию о консенсусе (субъекты объясняли свое поведение во время экспериментов), другим — нет. (221:)

Оба старых эксперимента были выбраны потому, что в их ходе была получена удивительная консенсусная информация. Нисбетт и Шахтер обнаружили, что 32 из 34 испытуемых с готовностью получили электрошок, который в эксперименте якобы предназначался для «проверки чувствительности кожи» (и около половины выдержали такой сильный удар, что потом у них тряслись руки). Еще более пугающими были результаты Дарли и Латанэ, обнаруживших, что 11 из 15 субъектов не приходили на помощь явно подвергнутому нападению человеку, пока тот не начинал задыхаться (а шестеро вообще никогда не помогали пострадавшим). Согласно модели *AN OVA* эта информация должна заставлять людей делать ситуационную атрибуцию, поскольку большинство субъектов поступали одинаково, столкнувшись с одинаковой ситуацией.

Нисбетт и Борджида (1975) задавали студентам различные вопросы, но два из них представляются особенно интересными. Во-первых, студентов просили оценить, насколько поведение отдельного субъекта первого эксперимента, Билла Дж., выдержавшего самое большое напряжение, или отдельного субъекта второго эксперимента, Грега Р., который никогда не помогал пострадавшим, обусловлено их личными качествами (а не характеристиками ситуации). Во-вторых, студентов просили сказать, как бы *они* поступили, оказавшись субъектами такого эксперимента.

Нисбетт и Борджида обнаружили, что информация о консенсусе не имела «ни малейшего эффекта». Студенты, которым сказали, что большинство испытуемых старых экспериментов вели себя одинаково, не сделали значительных скидок на ситуацию при оценке поведения Билла Дж. и Грега Р. Информация о консенсусе также совершенно не повлияла на то, что студенты думали о своем поведении в случае, если бы они участвовали в этих экспериментах. То, как вели себя другие люди, просто не имело значения.

Несмотря на то что некоторые исследователи оспаривают заключения Нисбетта и Борджиды (например, Рабл и Фельдман, 1976; Уэллз и Харви, 1977), их основные наблюдения были подтверждены другими исследователями. Когда тенденции поведения представлены в виде статистических базовых частот, люди часто недооценивают или игнорируют информацию (Фиск и Тейлор, 1991; Кассин, 1979; Нисбетт, Борджида, Крандалл и Рид, 1976).

222

Нисбетт и Борджида в 1975 году объясняли эту тенденцию абстрактностью, невыразительностью и невнятностью информации о базовой частоте. Согласно их предположениям, информация о постоянстве и характерности кажется более причинной, чем информация о консенсусе, потому что первая обычно бывает более конкретной, яркой и броской. Фактор яркости — фактор, привлекающий внимание, — обычно кажется более каузальным, чем другие.

## Выпуклость

Выпуклость во многом сродни доступности или яркости. Информация выпуклая, яркая или доступная производит большее впечатление. Обобщенно: 1) чем *доступнее* событие, тем более вероятным оно кажется; 2) чем *ярче* информация, тем легче ее пересказать и тем более убедительной она кажется; 3) чем более *выпукло* что-либо, тем больше оно походит на причину. Восприятие причинности частично зависит от влияния контакта с окружающей средой, а внимание обращается к более выпуклому, явному.

Связь между выпуклостью и каузальной атрибуцией была впервые выражена Хайдером в 1958 году и окончательно зафиксирована в конструктивном обзоре Шелли Тейлор и Сьюзен Фиск в 1978 году. Тейлор и Фиск обсуждали многие свидетельства, в том числе результаты нескольких собственных исследований. Например, в 1975 году они провели эксперимент, в котором шестеро наблюдателей следили за двумя беседующими мужчинами. Разговор наблюдался из одного из трех положений: из-за спины одного из говоривших, из-за спины другого, сбоку (см. рис. 16.3). Все наблюдатели следили за диалогом одновременно, так что разница между ними была только в точке наблюдения. Тем не менее Тейлор и Фиск обнаружили, что наблюдатели имели тенденцию оценивать человека, которого видели, как задающего тон разговора, имеющего решающую информацию и заставляющего собеседника отвечать так, как тот отвечал (сидевшие сбоку оценивали обоих мужчин как одинаково влиятельных).

В другом эксперименте испытуемым показывали слайды и записанные на пленку голоса шести мужчин, осененных внезапной идеей об общественной акции (Тейлор, Фиск, Клоус,

223

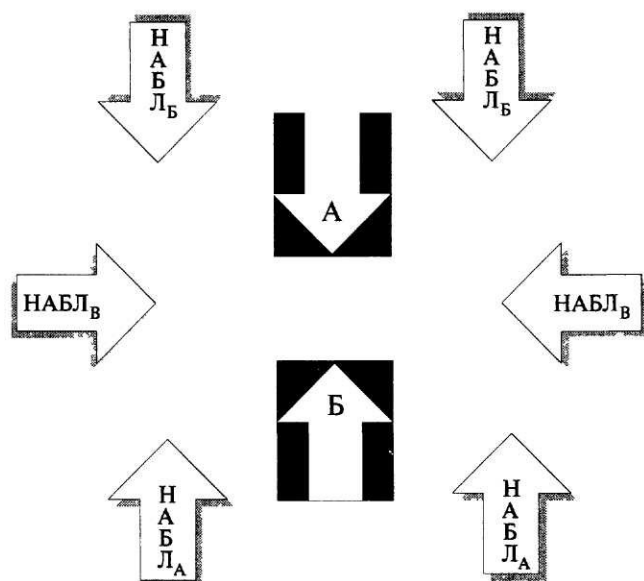


РИСУНОК 16.3

Эта диаграмма показывает положение сидящих участников в эксперименте Шелли Тейлор и Сьюзен Фиск (1975). Двое наблюдателей сидят лицом к персоне А, двое — лицом к персоне Б, и двое из контрольной группы — между персонами А и Б. Тейлор и Фиск обнаружили, что наблюдатели оценивали персону, к которой сидели лицом, как более влиятельную.

Андерсон, Рудерман, 1977). В одном из вариантов эксперимента каждый голос на пленке сопровождался фотографией белого мужчины; в другом варианте — половина голосов звучала параллельно с показом фотографий черных, а половина — с фотографиями белых; в третьем варианте пять голосов были соединены с фотографиями белых и один с фотографией черного мужчины (каждый раз использовалось одно и то же звуковое сопровождение). В соответствии с гипотезой, что более «выпуклый» индивидуум будет восприниматься как более влиятельный, Тейлор и ее коллеги обнаружили, что единственный черный в третьем варианте показался более влиятельным, дольше говорившим и оставившим более глубокое впечатление, чем тот же (224:) голос в окружении других «черных» голосов (когда он был

менее «выпуклым»). Итак, один и тот же человек, говоривший одно и то же, воспринимался как более влиятельный, когда он был единственным черным в группе.

В дополнительных экспериментах манипулировали выпуклостью и другими способами: одевая одного из говоривших в яркую рубашку, а других — в серые, заставляя его качаться в кресле- качалке, а других сидеть неподвижно, освещая одного сильнее, чем других — результаты были те же (Макартур и Пост, 1977). Броские («выпуклые») люди воспринимаются более каузальными. Практически одно из исследований показало, что когда человек сидит перед большим зеркалом, он тоже чувствует себя более каузальным (Дьювал и Уикланд, 1973).

### **Фундаментальная ошибка атрибуции**

В своей поворотной работе *The Psychology of Interpersonal Relations* (1958) Хайдер высказал соображение, что «поведение поглощает поле наблюдения». Он имел в виду под этим суждением, что наиболее значительным параметром в социальном положении является поведение (и, между прочим, «действующие лица», которым оно присуще). Такие факторы ситуации, как температура воздуха или время суток, в общем- то вторичны: на первом плане находятся люди, а все остальное отходит на второй план.

В 1977 году Ли Росс писал, что это сосредоточение внимания на действующих лицах и их поведении заставляет наблюдателей сверх меры атрибутировать поведение к диспозиционным факторам: возможностям, тенденциям и мотивам и недооценивать влияние ситуационных факторов. Росс говорил, что это стремление объяснить поведение с точки зрения диспозиционных факторов настолько широко распространено и универсально, что может быть названо «фундаментальной ошибкой атрибуции». Причина, по которой эта тенденция названа «ошибкой», а не предвзятостью или разницей во мнениях — в том, что диспозиционные атрибуции зачастую совершенно неверны (Ридер, 1982). Например, Артур Миллер и его коллеги (1973) обнаружили, что люди считают согласие испытуемых в исследовании Милграма (1963) результатом их холодности, непонимания и агрессивности, несмотря на то что это не так. (225:)

Дополнительное свидетельство сверхатрибуции дает самое первое из опубликованных исследований атрибуции к установке. В этом эксперименте, проведенном Недом Джоунзом и Виктором Харрисом в 1967 году, испытуемым предлагалось эссе, написанное либо кем- то, кто был явно принужден занять определенную позицию, либо кем- то, кто имел «свободный выбор» позиции. Даже когда испытуемым, подчеркивая это, говорили, что автора заставили встать на такие позиции, они имели тенденцию атрибутировать позицию к автору. Это открытие достаточно подтверждалось рядом других исследований (Джоунз, 1979; Шнайдер и Джоунз, 1974).

Фундаментальная ошибка атрибуции может быть очень стойкой, как это продемонстрировали Паула Пьетромонако и Ричард Нисбетт в 1982 году в своем исследовании «Против течения фундаментальной ошибки атрибуции». Пьетромонако и Нисбетт представили примерно половине своих испытуемых сокращенную версию опыта Дарли и Батсона (1973) с семинаристами, которые не помогли нуждающемуся человеку, потому что проводили лекцию о добром самаритянине (см. гл. 5). В этом эксперименте оказание помощи зависело от ситуационного фактора, т.е. спешки, а не от диспозиционного фактора религиозности (63% студентов помогли человеку, если не спешили, и лишь 10% — когда опаздывали). Остальным своим испытуемым Пьетромонако и Нисбетт не сообщали о результатах Дарли и Батсона. Всем дали два сценария, близких к исследованию Дарли и Батсона, и просили оценить, какой процент людей остановится, чтобы помочь пострадавшему.

Пьетромонако и Нисбетт обнаружили, что испытуемые, не знакомые с исследованием Дарли и Батсона, впали в фундаментальную ошибку атрибуции. Они имели тенденцию

предсказывать оказание помощи, основываясь на религиозности (диспозиционном факторе, на деле не связанном с помощью). Само по себе это открытие совершенно непримечательно; не зная результатов исследования Дарли и Батсона, большинство людей Посчитали бы помощь проявлением диспозиционных факторов. Значительно интереснее то, что те субъекты, которые читали об этих результатах, *тоже* основывались на религиозности, предсказывая поведение. Кроме того, они не намного меньше полагались на диспозиционные факторы, чем те, кто не читал об исследованиях Дарли и Батсона. (226:)

Эти результаты еще раз показывают, что базовая частота зачастую игнорируется, и фундаментальная ошибка атрибуции может быть труднопреодолимой. Даже когда людям специально говорят о вероятном раскладе в той или иной ситуации, они применяют диспозиционные факторы при оценке поведения людей в сходной ситуации. Несмотря на то что это отнюдь не «фундаментальная» ошибка, как обычно полагают (Харви, Таун и Яркин, 1981; Куатрон, 1982; Тетлок, 1985), нет сомнений, что наблюдатели часто переоценивают поведение с точки зрения диспозиционных факторов.

### **Моя ситуация — это ваша диспозиция**

Если поведение действующего лица поглощает сферу наблюдения зрителя, что же поглощает поле наблюдения действующего лица? Действующее лицо поглощено ситуацией. Лишь немногие ситуации заставляют людей взглянуть на себя со стороны.

Не упуская из виду эту разницу, можно понять, что действующие лица при объяснении своего поведения значительно чаще обращаются к ситуативным факторам, чем наблюдатели. Как писали Нед Джоунз и Ричард Нисбетт (1971, с. 2), первыми заметившие эту разницу между действующими лицами и наблюдателями: «Видение человеком своего собственного поведения придает особое значение роли внешних обстоятельств в момент действия. Видение же наблюдателя уделяет все внимание внутренним, диспозиционным качествам действующего лица. Нам хочется сказать, что *действующие лица имеют тенденцию атрибутировать свои действия качествами ситуации, тогда как наблюдатели имеют тенденцию атрибутировать те же действия личными качествами действующего лица*».

Одно из наиболее известных исследований разницы в атрибутировании между действующим лицом и наблюдателем было опубликовано в 1973 году Ричардом Нисбеттом, Крейгом Капуто, Патрисией Легант и Джин Марецек. Нисбетт и его коллеги поставили три отдельных эксперимента, каждый из которых выявил значительную разницу в атрибутировании между действующими лицами и наблюдателями. В одном эксперименте, например, Нисбетт и его товарищи просили студентов мужского пола написать три коротких текста, объясняющих: 1) почему им нравилась женщина, с которой они встречались последний год или около того; 2) почему они выбрали именно эту (227:) специальность; 3) почему их друзьям нравились те женщины, с которыми они встречались последний год; 4) почему их друзья выбрали те специальности, которые они выбрали. Эти тексты были оценены с точки зрения ситуационных и позиционных факторов. Например, утверждения типа: «Просто она человек, с которым можно расслабиться» или «Химикам хорошо платят» считались ситуационными, тогда как ответы «Мне нужен кто-то, с кем можно расслабиться» и «Я хочу заработать много денег» считались диспозиционными.

Нисбетт и его коллеги обнаружили, что когда студенты объясняли, почему им нравится девушка, то почти вдвое чаще использовали ситуационные фразы (характеризующие именно женщину), нежели диспозиционные (т.е. отражающие их собственные желания, интересы и наклонности). С другой стороны, когда студенты объясняли, почему их друзьям нравятся их девушки, они употребляли равное количество диспозиционных и ситуационных фраз. Когда они объясняли собственный выбор специальности, они употребляли равное количество ситуационных и диспозиционных фраз, когда же речь шла об их друзьях, диспозиционных становилось в 4 раза больше.

В среднем по обоим вопросам у студентов была тенденция давать больше ситуационных фраз, когда речь шла о них самих, но больше диспозиционных, когда речь шла о ком-то другом. Или они употребляли равное число диспозиционных фраз и в отношении себя, и своих друзей, но примерно в два раза больше ситуационных в отношении себя, чем других. Нисбетт и его коллеги объясняли это различие разницей между информацией, касающейся действующего лица и наблюдателя, — выпуклыми становились разные ее части.

В 1982 году Давид Уотсон опубликовал обзор, посвященный этому вопросу. Он хотел выяснить, происходит ли разница оценок действующего лица и наблюдателя из разного количества ситуационных и диспозиционных оценок или меняется количество и тех и других. Он обнаружил, что в большинстве исследований и действующие лица, и наблюдатели уделяли больше внимания причинным факторам, связанным с внутренними качествами. Но как и в опыте Нисбетта и других, наблюдатели и наблюдаемые различаются тенденцией составления ситуационных выводов. Люди куда больше внимания уделяют ситуации, когда речь идет об их поведении, чем о поведении других. (228:)

### Перемена мест

Если разница в атрибутировании между действующими лицами и наблюдателями — во многом результат точки зрения, то, должно быть, возможно переменить их взгляды, поменяв их местами. Эта логика легла в основу исследования Майкла Стормза (1973), в котором действующие лица и наблюдатели получили эту благоприятную возможность. Стормз заснял знакомство «действующих субъектов» с точки зрения двух «наблюдающих субъектов» и камер. Каждая камера стояла за плечом одного из «действующих субъектов», словно бы один из них смотрит на другого. Всего в эксперименте принимало участие 120 испытуемых.

После этого испытуемых разделили для участия в одном из трех вариантов эксперимента: (1) вариант *того же вида*, в котором действующие испытуемые видели на экране тех же людей, с которыми они говорили, так же, как видели их тогда, а наблюдатели видели тех, кого наблюдали; (2) вариант *нового вида*, где наблюдатели видели действующих испытуемых, за спиной которых стояли, а последние — себя; (3) вариант *без видео*, в котором испытуемые не видели записи разговора.

После этого Стормз просил испытуемых оценить степень, в которой характеристики ситуаций и людей отражены в различных аспектах поведения действующих лиц. Действующие испытуемые оценивали себя, а наблюдатели — испытуемого, на которого смотрели во время разговора. Стормз обнаружил, что испытуемые, смотревшие запись той же направленности или не смотревшие записи, продемонстрировали разницу атрибутирования наблюдателей и действующих лиц. Зато испытуемые, посмотревшие фильм, снятый с противоположной точки зрения, не выявили таких различий (см. рис. 16.4). Из этих результатов Стормз заключил, что визуальная ориентация сильнее всего влияет на каузальные атрибуции, которые создают люди.

### Клинические импликации

Большинство исследователей сходятся на том, что, объясняя случаи поведения, люди основываются на факторах, бывших более выпуклыми для них в тот момент. Для зрителя действующее лицо наиболее заметно, а для последнего — ситуация. Эта кажущаяся незначительной разница имеет глубокий смысл. Различие в интерпретации поведения, как ситуационно и диспози-

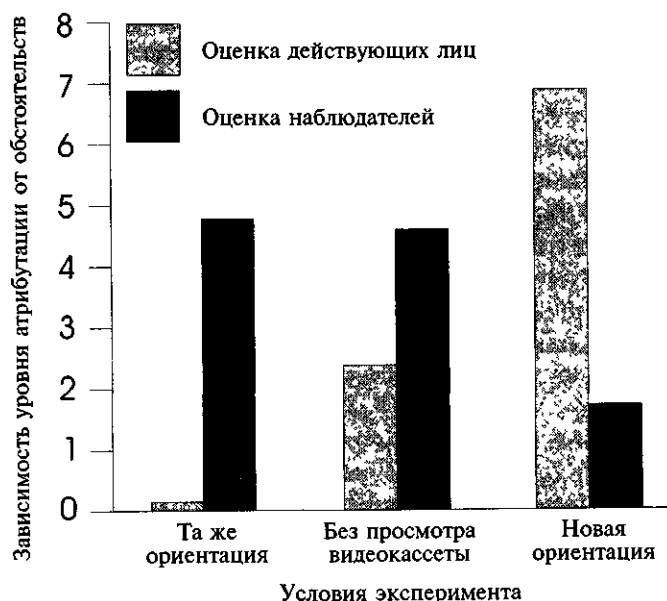


РИСУНОК 16.4

Разница в атрибутивности обратима, когда действующие лица и наблюдатели меняются точками зрения. (Результаты исследования Майкла Стормза, 1973.)

ционно обусловленного, является критическим во многих сферах социальной оценки, в том числе в юриспруденции, торговле, восприятии избиения жен и т.д. (Фриз, Бар-Тал и Кэрролл, 1979).

Одна из областей, в которых каузальные атрибуции особенно важны, — это психотерапия (Батсон и Мартц, 1979; Росс, Родин и Зимбардо, 1969; Шенкель, Шнайдер, Батсон и Кларк, 1979; Шнайдер, 1977; Валинз и Нисбетт, 1971). Терапия представляет особый интерес, поскольку направляющие рекомендации часто зависят от того, атрибутирована ли проблема клиента ситуационными или диспозиционными факторами (Батсон, 1975). Если к проблеме применены ситуативные выражения, усилия должны быть направлены на изменение ситуации. С другой стороны, если на первый план выходят диспозиционные факторы, то усилия должны быть в первую очередь направлены на работу с индивидуумом. К несчастью, эта установка требует от терапевта большей работы над своей ориентацией, чем может показаться (230:) на первый взгляд. Как показал эксперимент, поставленный мною с Филиппом Зимбардо, предвзятость в атрибутировании сильно окрашивает клинические заключения.

В этом исследовании мы использовали почтовый опрос, чтобы определить стиль атрибутирования знаменитых психоаналитиков, специалистов по бихевиоральной терапии и не имеющей отношения к медицине контрольной группы. Респондентов просили объяснить три гипотетические проблемы, касающиеся их самих, их лучших друзей того же пола и клиентов. Например, респондентов спрашивали, как они объясняют нарушение сна кошмарами. Эти ответы потом сортировались по измерениям: ситуационные—диспозиционные; физиологические—психологические.

Результаты показали ряд интересных тенденций. Во-первых, психоаналитики имели тенденцию объяснять проблемы с точки зрения личности пострадавшего, тогда как бихевиоральные терапевты и немедики объясняли, используя ситуационные или сплетение ситуационных и диспозиционных факторов. Во-вторых, когда гипотетические проблемы касались их клиентов и друзей, психоаналитики имели тенденцию видеть их как психологические отклонения, но когда те же проблемы касались их самих, они объясняли их с физиологической точки зрения. У бихевиоральных терапевтов и немедиков не было таких склонностей. И наконец, врачи больше склонялись к физиологическим объяснениям и меньше — к психологическим, чем немедики. Эти открытия привели к следующему заключению: «выбор терапевта может оказаться важным фактором в этиологии заключения и направляющих рекомендациях, независимо от конкретной проблемы» (Плаус и Зимбардо,

1986, с. 570).

### Другие предрассудки атрибутивности

В дополнение к разнице атрибутирования у наблюдателей и действующих лиц, фундаментальной ошибке атрибуции и тенденции игнорировать информацию о консенсусе, существует еще ряд смещений в атрибутировании, влияющих на социальные оценки. Например, люди охотнее признают ответственность за успехи, чем за неудачи (Миллер, 1976; Муллен и Риордан, 1988; Шленкер и Миллер, 1977). Дейл Миллер и Майкл Росс в 1975 году писали об этой тенденции как о «самовозвышающем» смеще-

231

нии в атрибутировании, и исследования говорят о том, что она возникает из сложного комплекса когнитивных и мотивирующих факторов (например, ложных надежд, стремления выглядеть лучше, необходимости защищать самооценку).

Еще зафиксированы смещения, известные как «эгоцентрические» смещения в атрибутировании, в которых люди признают большую свою ответственность за совместные результаты, чем другие участники атрибутируют им. Майкл Росс и Фиоре Сикולי в 1979 году провели первое эмпирическое исследование эгоцентрических смещений. В этом исследовании Росс и Сикולי просили 37 супружеских пар заполнить анкеты с вопросами об их взаимоотношениях. Каждого человека просили оценить, насколько он или она отвечает за каждое из 20 действий, таких как приготовление завтрака, мытье посуды и т.д. В 16 из этих действий проявились эгоцентрические смещения (т.е. когда оценки обоих партнеров были сопоставлены, их сумма значительно превышала 100%).

Несмотря на то что эгоцентрические смещения иногда просто признак чрезмерного роста кредита на положительные события и поведение, Росс и Сикולי обнаружили, что они возникают и в случаях негативных событий. Например, партнеры имели тенденцию так же смещенно оценивать *разжигание* конфликтов, как и их разрешение. Эти открытия говорят о том, что эгоцентрические смещения — больше, чем проявление самоусиления. В некоторых случаях они могут возникать из-за того, что собственные действия более доступны (легче вызываются в памяти), чем действия других людей (Томпсон и Келли, 1981).

Еще одно, близкое к описанным, смещение — «эффект позитивности», названный так Шелли Тейлор и Джуди Койвумаки в 1976 году. Эффект позитивности — это тенденция атрибутировать положительное поведение диспозиционными факторами, а негативное — ситуационными. В своем исследовании Тейлор и Койвумаки показывали женатым людям перечень позитивных и негативных поступков, совершенных ими, их половинами, друзьями и т.д. Например, в число положительных поступков входили комплименты, одобрение кого-либо, радость. В число негативных поступков входили резкость, грубость, забывчивость. Тейлор и Койвумаки просили испытуемых оценить, насколько эти поступки свойственны им или другим людям, чтобы выявить ситуативные и диспозиционные факторы. Они обнаружи-

232

ли (независимо от того, кому приписывался поступок), что позитивное поведение атрибутировалось в основном позиционными факторами, а негативное — ситуативными.

Конечно, Тейлор и Койвумаки не просили испытуемых оценивать поведение людей, которые им не нравились; в противном случае им пришлось бы говорить об «эффекте негативности» (см., например, Риган, Штраус и Фацио, 1974). Кроме того, Томас Петтигрю (1979) назвал эффект негативности за нелюбовь к окружающим «ультимативной ошибкой атрибутивности». Петтигрю, широко известный эксперт по расовым предрассудкам, писал: «Когда впутываются раса и этническая принадлежность, атрибуция принимает форму уверенности в том, что поступки определяются национальностью, генетической характеристикой презираемых людей в целом, и становится основой расистской доктрины» (с. 465).

Но мнение Петтигрю основано не просто на пустых предположениях. В 1976 году Берт Дункан связал атрибутивные смещения с расовыми предрассудками. В своем эксперименте он предлагал белым студентам просмотреть видеозапись, где двое людей горячо спорили. Под конец записи один из них толкал другого. Эксперимент имел четыре варианта: (1) черный толкает белого; (2) белый толкает черного; (3) оба спорщика белые; (4) оба черные. Испытуемые не только оценивали удар как более сильный, когда черный человек толкал белого, но и использовали при этом диспозиционные факторы, а ситуативные, когда это делал белый.

Еще одна форма атрибутивного смещения — смещение, которое часто предшествует предубежденной оценке — это тенденция приписывать себе большую гибкость, чем другим. Это смещение было впервые зафиксировано в Германии Дэниелом Каммером в 1982 году и было повторно исследовано в США Терри Бакстером и Льюисом Голдбергом в 1984. Каммер предлагал испытуемым 20 биполярных шкал для оценки, например, спокойный—резкий, осторожный—смелый и т.п., и просил их оценить, насколько они и их друзья проявляют эти качества от случая к случаю. Каммер обнаружил, что люди демонстрируют свое поведение как более гибкое, чем поведение своих друзей, видят себя более разнообразными и менее предсказуемыми, чем окружающих (Сенди, Готалс и Редлоф, 1988), и охотнее обсуждают внутренние состояния — тревоги, мысли, чувства — свои, (233:) а не других (Уайт и Янгер, 1988). Результатами такой недооценки окружающих безусловно являются расизм, нацизм и дискриминация по половому признаку.

## Заключение

Как вы объясняете то, что с вами происходит? Относите ли вы это на счет ваших собственных способностей, интересов и манер или внешних факторов? Типичны или специфичны обстоятельства?

Эта глава открывалась тремя краткими сценариями: (1) вы встретили друга, и он сделал вам комплимент по поводу вашего выступления; (2) вам не повезло, и дела пошли плохо; (3) вы выступали с важным докладом, но аудитория реагировала отрицательно. Все они взяты из *Attributional Style Questionnaire*, составленного Мартином Селигманом и его коллегами (Петерсон, Земмель, фон Байер, Абрамсон, Металски и Селигман, 1982). Они использовали этот вопросник, чтобы узнать, показывают ли люди, подверженные депрессии, иную атрибуцию, чем остальные. В предварительной записке Лин Абрамсон, Мартин Селигман и Джон Тисдейл в 1978 году предположили, что подверженные депрессии люди имеют тенденцию считать негативные события постоянными и глобальными (например, «Мне постоянно не везет»). Исследования, проведенные Селигманом и его коллегами, подтвердили эту гипотезу (Селигман, Абрамсон, Земмель и фон Байер, 1979), так же как и результаты статистического «мета-анализа», проведенного на основе более чем 100 опытов (Суини, Андерсон и Бейли, 1986). Способ атрибутирования действительно зависит от душевного здоровья и эмоционального состояния.

Но можно избежать большинства ловушек, описанных в этой главе. Например, один из способов уклонения от фундаментальной ошибки атрибуции состоит в том, чтобы уделять больше внимания информации о консенсусе. Поскольку большинство людей в одинаковых ситуациях ведут себя одинаково, диспозиционное объяснение, вероятно, не совсем правомочно. Вместо этого, наблюдатель должен учитывать ситуационные факторы.

Другим способом «избежать отклонений» является обдумывание того, как бы вы поступили в таком случае. Исследования подтверждают, что такой взгляд вперед может снизить разницу (234:) в атрибутировании между наблюдателем и действующим лицом (Галпер, 1976; Риган и Тоттен, 1975). Этот способ будет обсуждаться в послесловии.

Поскольку каузальные атрибуции часто зависят от более «выпуклых», более заметных факторов, важно разобраться в скрытых причинах. Джон Прайор и Митчелл Крисе в 1977

году обнаружили, что самые незначительные изменения в формулировке могут влиять на «выпуклость» и, следовательно, на атрибутирование. Например, утверждение вроде «Фред в восторге от машины» чаще вызывает диспозиционное объяснение, чем «машина вызвала восторг Фреда», поскольку в первом случае Фред оказался на первом плане, а во втором на переднем плане оказалась машина. Это наблюдение связано с темами глав 5 и 6 и подтверждает, что причинная атрибуция не менее гибка, чем другие суждения.

## **Раздел V. Социальная сторона оценки и принятия решений**

Предыдущие разделы этой книги были посвящены в основном поведению отдельных людей, но во многих случаях, люди оказывают сильное влияние друг на друга. Этот раздел освещает некоторые способы, которыми социальные факторы влияют на оценку и принятие решений (гл. 17), и сопоставляет поведение групп с поведением индивидуумов (гл. 18).

### **Глава 17. Социальные воздействия**

*Если бы мы смогли увидеть себя так, как видят нас другие, это, вероятно, подтвердило бы наши самые худшие подозрения на их счет.*  
Франклин П Джонс

Как было показано в 16 главе, люди, принимая решения, часто не придают значения или игнорируют консенсусную информацию. Значит ли это, что люди не согласуют свои действия и оценки с поведением и установками окружающих? Вовсе нет. Даже наиболее независимые находятся под сильным влиянием социальных факторов.

Кроме того, Филипп Тетлок (1985б) писал, что социальные факторы играют центральную роль в оценке и принятии решений. «Экспериментальные познавательные исследования оценки и принятия решений выбрали неверную узкую направленность на субъекта, на его значение и потребности и необходимо расширить ее, дабы принять во внимание влияние социального и организационного контекста». Тетлок предложил сравнить принимающих решение с «политиками», вынужденными считаться с «конституцией» (т.е. с друзьями, семьей, коллегами по работе), и постоянно сталкивающимися с вопросами: «Как отреагируют окружающие, если я сделаю это?» и «Как я смогу подтвердить свои взгляды в случае необходимости?» Важность внешних отношений — и их способности влиять на поведение людей — одно из первых открытий экспериментальной социальной психологии.

### **Социальная фасилитация**

В своей истории социальной психологии Гордон Оллпорт (1954, с. 46) писал следующее: «Первая экспериментальная проблема —

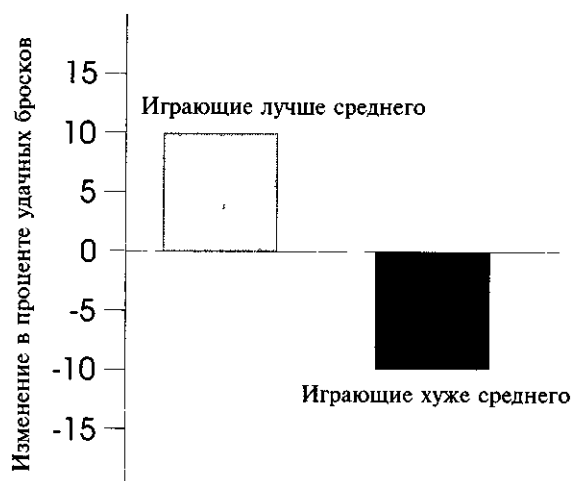


РИСУНОК 17.1

Игравшим лучше среднего наличие зрителей помогало, тогда как игравшим ниже среднего — мешало. (Майклз и др., 1982.)

и, наверное, единственная на первые 30 лет исследований — состоит в следующем: какая перемена произойдет в нормальном социальном поведении индивидуума, когда появятся другие люди?» Несмотря на то что работа над этим вопросом началась в конце XIX века, до 1965 года не было дано исчерпывающего ответа. В том году Роберт Зайонк высказал предположение, что, когда речь идет о простых, хорошо известных вещах, ответы обычно становятся более уверенными в присутствии наблюдателей, но ответы на комплексные, сложные вопросы в присутствии других людей имеют обратную тенденцию. Зайонк заключил, что этот эффект, известный как «социальная фасилитация», по крайней мере частично обуславливает возбуждение, вызванное физическим присутствием других людей. Последующие исследования показали, что улучшение или ухудшение имеют место даже при наличии перспективы оценки, а не только при физическом присутствии (Хенчи и Гласе, 1968).

Несмотря на то что социальная фасилитация была обнаружена при использовании различных грамматических и математи-

239

ческих заданий, одна из наиболее ярких демонстраций этого эффекта была обнаружена в бассейне колледжа (Майклз, Бломмел, Брокато, Линкус и Роу, 1982). В этом опыте ненавязчивые наблюдатели классифицировали игроков в поло как высокого или среднего мастерства, записывая число заброшенных ими мячей, а также наличие или отсутствие других наблюдателей. Как показывает рис. 17.1, наличие зрителей снизило число игравших выше среднего и повысило число тех, кто играл ниже среднего. Чарлз Бонд и Линда Титус в 1983 году обнаружили аналогичные, хотя и менее увлекательные, результаты в статистическом мета-анализе, включавшем более 200 исследований и 20 000 субъектов. Присутствие зрителей снижало точность в комплексных заданиях и немного повышало точность выполнения простых.

## Социальная лень

Социальная помощь проявляется не только в том, что ответы и решение различных задач находятся под влиянием присутствия или отсутствия других людей. Около 30 лет спустя после того как эффект социальной фасилитации был впервые зафиксирован, Уолтер Мод (1927) писал об эксперименте, демонстрирующем, что люди в группе работают не так упорно, как поодиночке. В этом эксперименте, поставленном студентом Мода Рингельманном, было обнаружено, что люди тянули за веревку сильнее, когда делали это в одиночестве, чем когда их объединяли в группы по два, три или восемь человек. В среднем отдельные испытуемые вдвоем тянули каждый лишь на 93% силы, чем в одиночку; втроем —

на 85%, а в восьмером — всего на 45%. В повторе этого эксперимента Аланом Ингемом, Джорджем Левинджером, Джеймсом Грейвсом и Боном Пекхамом в 1974 году были обнаружены сходные результаты даже в том случае, когда люди тянули в одиночку, но у них были завязаны глаза и они думали, что вместе с ними тянут и другие. Бибб Латанэ, Киплинг Уильяме и Стивен Харкинз в 1979 году назвали этот эффект «социальной леностью» и обнаружили, что он также возникает, когда людей просят крикнуть или похлопать в ладоши так громко, как они только могут (см. рис. 17.2).

Чем вызвана социальная леность? Ответ пока не ясен. Латанэ, Уильяме и Харкинз предположили, что социальная леность

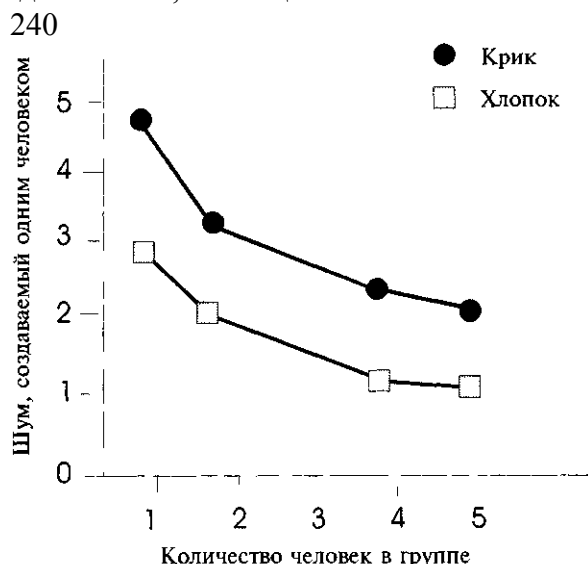


РИСУНОК 17.2

Рисунок иллюстрирует социальную безответственность. В среднем с ростом группы вклад каждого отдельного лица снижается. Здесь средний шум сравнивается с тем, как кричит или хлопает в ладоши один человек, причем оказывается, что одиночный испытуемый делает это примерно в два раза громче, чем находящийся в составе группы из шести человек. (Латанэ, Уильяме и Харкинз, 1979.)

возникает из-за того, что люди в группе не так ясно ощущают связь между своими усилиями и результатом, как это происходит, если они работают одни. В результате ответственность за конечный результат ложится на всех членов группы, тогда как работающий один несет личную ответственность за итог работы. Разделение ответственности может иметь сильнейшее влияние на оценку и принятие решений, что и проиллюстрируют три сцены.

### Сцена 1: «отстань от девушки!»

3 часа 20 минут утра, 13 марта 1964 года. Действие происходит на автостоянке рядом с железнодорожной станцией Кью Гарденс в Нью Йорке. Китти Дженовиз, 28-летняя менеджер бара возвращается домой с работы. Она припарковывает свой крас-

241

ный фиат, выключает фары, запирает двери и идет к дому, расположенному в 30 метрах от стоянки.

Внезапно она замечает мужчину с другой стороны стоянки. Китти бросается к ближайшей кабине вызова полиции, расположенной на проспекте, но не успевает сделать это вовремя. Мужчина хватает ее и ударяет ножом, она начинает кричать. Поперек улицы стоит десятиэтажный жилой дом, окна во многих квартирах открыты и Китти кричит: «О, Боже, он ударил меня! Помогите! Помогите, кто-нибудь!»

Мужчина из одной квартиры кричит: «Оставь девушку в покое!»

Нападавший отступает и Китти остается посреди улицы. У нее идет кровь. Огни в доме гаснут. Китти пытается добраться до своего жилища, но нападавший вновь появляется и бьет

ее. В этот момент она кричит: «Я умираю! Я умираю!» В многоэтажном доме зажигаются огни, люди высовываются из окон, и нападавший садится в машину и уезжает.

Через некоторое время Китти поднимается на ноги. Мимо проезжает городской автобус, следующий в аэропорт. 3 часа 35 минут утра.

Китти наконец-то доходит до дверей своего дома и падает на пол. Возвращается нападавший, еще раз ударяет ее ножом — она умирает.

Теперь эпилог, который совершенно не успокаивает: в первом сообщении об убийстве *New York Times* напечатала только пять предложений на 26 странице. Две недели спустя, однако, история попала на передовицу. Почему? Потому, что полиция обнаружила, что не менее 38 «добропорядочных, законопослушных граждан» видели, что происходит, но «ни один не позвонил в полицию во время нападения» (Гансберг, 24 марта 1964, с. 1). Первый звонок в полицию поступил 30 минут *спустя* после того, как Китти Дженовиз подверглась нападению. Другими словами, мужчина напал на нее три раза в течение получаса, она кричала и звала на помощь, но никто из 38 свидетелей не помог ей и даже не позвонил в полицию из своего дома.

## Сцена 2: видение в тоннеле

Воскресенье, 14 июля 1990 года. Горная дорога недалеко от Флоренции, Италия. Марко Моретти везет свою шестилетнюю дочь Ванессу на пляж, когда внезапно в одном из тоннелей с (242:) ним случается инфаркт. Марко смог остановить машину и сказать Ванессе идти домой. После этого, в возрасте 33 лет, Марко умер.

Ванесса вышла из машины на дорогу и встала, прося о помощи. Машины проносились мимо с такой скоростью, что ветер валил ее с ног, но она продолжала — в крови, слезах и ссадинах — тщетно звать на помощь. За 30 минут Ванесса прошла больше миль, и сотни машин проехали мимо, но никто не остановился, чтобы помочь ей. Наконец, ее подобрал мотоциклист, и вскоре делом занялась полиция.

Эта история, как и история Китти Дженовиз, попала на первые полосы национальных газет. Итальянцы спрашивали себя, как такое могло произойти, и восприняли это как свидетельство того, что Италия больше не такая теплая страна, какой была когда-то. Например, один итальянский психолог сказал, что Ванесса — «это символ Италии, которую мы стараемся не замечать — холодной Италии, порою просто ледяной, где каждый думает о себе или в лучшем случае о нескольких близких людях» (Хаберман, 1990, 19 июля, с. A11).

## Сцена 3: собрать кусочки

Начало 1970-х. Лифт в одном из крупных городов Колумбии, Сиэтла или Атланты. После того как двери лифта закрылись, некто «случайно» роняет 8 или 10 карандашей (в некоторых случаях — пятицентовиков или десятицентовиков).

Событие, являвшееся частью эксперимента Бибба Латанэ и Джеймса Даббза (1975), повторялось в 1497 случаях, в которых 145 различных людей роняли объекты перед 4813 наблюдателями. Латанэ и Даббза интересовал следующий вопрос: «Кто поможет человеку собрать рассыпавшиеся предметы?» Одним из сделанных ими тогда наблюдений было следующее: люди проявляют тем меньшее стремление помочь, чем больше народу в лифте.

## Вмешательство свидетеля

Распространенной тенденцией, наблюдавшейся во всех трех сценах, является то, что ответственность за помощь *разделена* между большой группой людей. Когда человек сталкивается с вопро-

Эта взаимосвязь между вмешательством и разделением ответственности была впервые зафиксирована Биббом Латанэ и Джоном Дарли (1969, 1970) в блистательной серии экспериментов по вмешательству свидетелей.

В одном из этих экспериментов Латанэ и Дарли пригласили студентов на интервью по «некоторым вопросам, возникающим в жизни современного университета». Когда студенты приходили, их сажали в комнату для ожидания в одиночестве или с двумя людьми (скажем, ассистентами экспериментатора), которым говорили вести себя пассивно. Спустя некоторое время, в комнату через вентиляционное отверстие начинала просачиваться струйка белого дыма. Латанэ и Дарли хотели пронаблюдать, когда студенты скорее сообщат о задымлении — если в комнате будут другие свидетели или если они будут сидеть в одиночестве.

Выяснилось, что три четверти студентов, ожидавших в одиночестве, сообщили о дыме, причем, половина из них — в течение первых двух минут. В то же время из 10 испытуемых, сидевших в компании двух бездействующих людей, только 1 сообщил о задымлении. Они кашляли, терли глаза, открывали окно, но не сообщали о дыме!

Когда же ожидали три студента вместе, получалась несколько иная картина. Если одиночные испытуемые сообщали о дыме в 75% случаев, то группа из трех человек должна была делать это в 98% случаев (потому что вероятность того, что никто из трех испытуемых не сообщит о дыме равна  $0,25 \times 0,25 \times 0,25 = 0,02$ , т.е. 2%). Однако в группах из трех человек о дыме сообщали лишь в 38% случаев.

Чтобы убедиться, что эти результаты не являлись следствием внешних факторов, например, большей боязни пожара, возникающей у одного человека по сравнению с группой, Латанэ и Дарли решили придать эксперименту другой контекст. В эксперименте, официальной целью которого были «исследования рынка», они просили испытуемых подождать в одиночестве, с другом, с незнакомым или пассивным наблюдателем. Потом, пока испытуемые ждали, их заставляли поверить, что в соседней комнате кто-то упал и ударился. Это было сделано путем включения записи, на которой женщина всхлипывала и повторяла: «Господи, моя нога... Я... я... не могу пошевелить ею... Ой, моя коленка... ой, как больно». (244:)

В ответ на ее плач 70% студентов, ждавших в одиночестве, предложили помощь. Это значит, что если бы двое, ждавшие вместе, поступали бы одинаково, они предложили бы помощь в 91% случаев (поскольку вероятность того, что оба субъекта не сделают этого, была равна  $0,3 \times 0,3 = 0,09$ , т.е. 9%). Однако пары предлагали помощь лишь в 40% случаев, если испытуемые были незнакомы, и в 70%, если это были друзья. Итак, даже несмотря на то что пары друзей чаще предлагали свою помощь, сдерживающий эффект все же проявлялся, если исходить из результата, полученного с одиночными субъектами. Сдерживающий эффект от присутствия другого человека еще ярче проявлялся, когда последний был совершенно пассивен. В этом случае помощь предлагали лишь 7% испытуемых.

Латанэ и Дарли получили те же результаты в нескольких дополнительных опытах, и со времени их первой работы многие другие исследователи подтвердили, что помощь сдерживается присутствием других людей. Фактически за годы, прошедшие после первого эксперимента Латанэ и Дарли, в 48 из 56 экспериментов обнаружено, что свидетели вмешиваются значительно реже, если присутствует кто-то еще (Латанэ и Нида, 1981). В среднем в ходе этих 56 опытов люди, являвшиеся единственными свидетелями, действовали в 75% случаев, а группы — только в 53%.

Существуют ли группы людей, защищенные от сдерживающего эффекта? Согласно результатам обзора, сделанного Биббом Латанэ и Стивом Нида в 1981 году, существует только одна такая группа в американском обществе — это дети до 9 лет. После этого возрастного рубежа на решение вмешаться сильно влияет присутствие других людей.

## Теория социального сравнения

Исследования социальной фасилитации, социальной лености и распределения ответственности подтверждают замечание Тетлока о том, что люди, принимающие решения, сродни политикам. Люди часто поступают как другие и очень беспокоятся о том, что о них подумают окружающие (Салз и Миллер, 1977). Наиболее тщательно продуманная теория того, как люди выносят эти оценки, известна как «теория социального сравнения». Эта теория была выдвинута в 1954 году Леоном Фестингером — человеком, создавшим теорию когнитивного диссонанса. (245:) Фестингер постулировал, что люди имеют необходимость в оценке уровня своих возможностей и точности своих суждений и поэтому, в отсутствие объективных несоциальных стандартов, они сравнивают себя с окружающими. Очерчивая теорию социального сравнения, Фестингер старался сделать ее как можно более точной и строгой. Теория содержит девять гипотез, восемь добавлений и восемь выводов, т.е. всего 25 положений. В переложении основные положения звучат так:

**Гипотеза I:** Люди имеют естественную тенденцию оценивать свои суждения и способности.

**Гипотеза II:** Чтобы компенсировать отсутствие объективного, несоциального критерия, люди оценивают свои суждения и способности, сравнивая их с суждениями и способностями окружающих.

**Добавление IIIA:** Если у людей есть выбор, они предпочитают сравнивать себя с теми, чьи мнения и возможности не сильно отличаются от их собственных.

Это последнее утверждение стало объектом особого интереса и исследования, которое, в целом, подтвердило мнение Фестингера. Люди обычно сравнивают себя с теми, кто похож на них, а не с теми, кто отличается. Например, если вы студент, то скорее всего вы сравниваете свои достижения с успехами других студентов, а не с достижениями дипломников, аспирантов или профессоров. Кандидат сравнивает себя с другими кандидатами, а не с профессорами.

## Сигналы тех, кто похож

Роль сходства в социальном сравнении была продемонстрирована в занимательном эксперименте, опубликованном Харви Хорнстайном, Элишей Фиш и Майклом Холмсом в 1968 году. В этом опыте более 100 пешеходов в центре Манхэттена находили подписанный, но неоплаченный конверт, содержащий потерянный бумажник и письмо к владельцу. Среди прочих вещей в бумажнике были: мелочь на 2 доллара, чек Е.М.Н.Со. (аббревиатура была получена из первых букв имен исследователей!), обрывок бумажки с телефонным номером и идентификационная карточка с именем, телефоном и адресом владельца. Имя владельца было Майкл Эрвин — тщательно выбранное, чтобы (246:) избежать каких-либо национальных или религиозных ассоциаций, — и в каждом случае бумажник и его содержимое были одинаковыми.

Разными были письма к владельцу. В некоторых вариантах письмо было написано кем-то, кто мог быть похож на субъекта-пешехода (т.е. человеком, говорящим по-английски, эдаким городским парнем), в других — кем-то, явно непохожим на субъекта (например, иностранцем, плохо знающим английский). Кроме того, в одной трети писем у автора был доброжелательный тон, в одной трети — нейтральный и в одной — негативный. Например, негативное письмо от англоязычного корреспондента звучало так:

Дорогой мистер Эрвин:

Я нашел ваш бумажник, который и возвращаю. Все в нем в таком виде, в каком я его нашел.

Должен сказать, что хранить ваш бумажник и пересылать его вам мне было очень неудобно и причинило мне массу неудобств. Надеюсь, вы оцените мои усилия.

С другой стороны, негативное письмо от непохожего на субъекта человека звучало так:

Дорогой мистер Эрвин:

При посещении вашей страны с чуждыми, незнакомыми мне обычаями я нашел ваш бумажник, который вам и возвращаю в целости и сохранности.

Беспокойство за бумажник и необходимость его возвращения причинили мне массу неудобств. Надеюсь, вы оцените мои усилия

Хорнстайн, Фиш и Холмс предположили, что люди окажутся под влиянием тона письма скорее, если писавший похож на них, чем если он от них отличается (т.е., они считали, что если автор письма похож на читающего, то доброжелательные письма скорее заставят вернуть бумажник, чем негативные. Если же автор не похож на читающего, тон не будет иметь значения). Как видно на рис. 17.3 это было точное предположение. Когда автором письма был горожанин, бумажники, сопровождаемые позитивными письмами, возвращались в семь раз чаще, чем сопровождаемые негативными письмами. И наоборот, возвращение бумажников с позитивными, нейтральными и негативными письмами, написанными не похожими на нашедших конверты людей, было почти одинаково интенсивным. Несмотря на то что сами по себе эти результаты не могут служить основанием

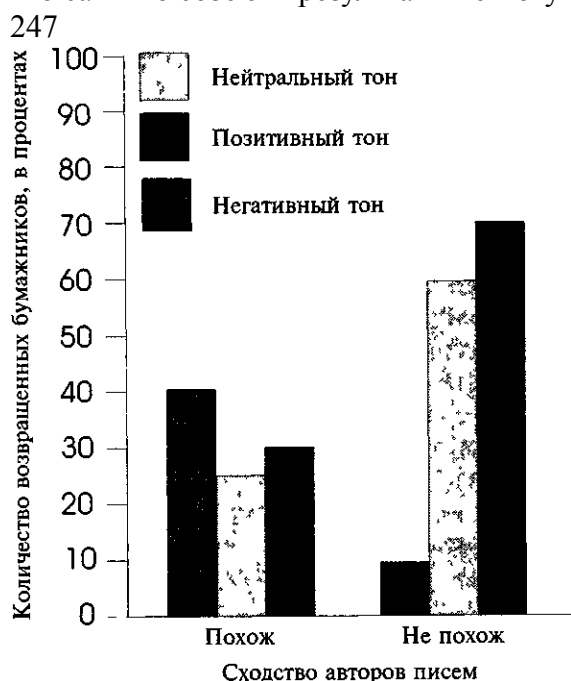


РИСУНОК 17.3

Это процентное отношение демонстрирует количество людей, возвративших пропавшие бумажники в эксперименте Харви Хорнстайна, Элиши Фиш и Майкла Холмса (1968).

для каких-либо выводов, они подтверждают предположение Фестингера о том, что люди сравнивают себя с теми, кто похож на них.

## Социальное болеутоляющее

В 1978 году Кеннет Крейг и Кеннет Пркачин продемонстрировали, насколько сильно социальные сравнения могут влиять на восприятие. Авторы обнаружили, что социальные сравнения с кем-то, кто испытывает большие страдания, действительно заставляют людей чувствовать себя менее несчастными.

Испытуемые в этом эксперименте получали электрошок в левую руку. Поначалу удары тока были еле заметными, но в ходе эксперимента постепенно сила тока увеличивалась (на 0,25 миллиампера). После каждого удара испытуемые по шкале

248

от 0 до 100 определяли, насколько неприятно они себя чувствуют. Когда они называли 100, эксперимент прекращался.

Было два варианта эксперимента: *терпимо-формирующий* и *контрольный*. В первом варианте испытуемых объединяли в пары с помощниками, изображавшими других испытуемых, причем помощники все время оценивали шок на 25% ниже, чем испытуемые (настоящие испытуемые всегда оценивали первыми). В контрольном варианте помощник просто наблюдал за испытуемым, и испытуемый был единственным, выносившим оценки (контроль состоял в присутствии другого человека).

Крейг и Пркачин обнаружили, что испытуемые, бывшие в паре с «терпеливыми» помощниками, не просто оценивали шок ниже — он и казался им ниже, они испытывали меньшую боль. Испытуемые в этом варианте эксперимента отвечали на повышение силы тока меньшими изменениями в ритме сердцебиения и меньшим вздрагиванием кожи предплечья (это два основных показателя физической активности), чем испытуемые контрольного варианта. Итак, социальная оценка влияет на физические процессы так же, как оценка боли.

## Конформизм

Взгляните на линии 1, 2 и 3 в п. 32 Анкеты. Какая из них равна по длине линии А? Большинство людей называют линию 3, и у Вас возникают может быть самые незначительные сомнения в том, что это так.

Но если бы в комнате кроме вас находилось еще семь человек, уверенно утверждавших, что линия 1 равна линии А? Вы бы подтвердили свое убеждение или последовали бы за большинством?

Это, по существу, та ситуация, которую Соломон Аш (1951; 1955; ноябрь 1956) создавал в своих классических экспериментах по исследованию конформизма. В большинстве этих опытов 7—9 студентов мужского пола сидели вокруг стола, и их просили сравнить длину «стандартных» линий, изображенных на других карточках. В эксперименте было 18 частей, и каждый раз оценку было сделать очень просто; контрольная группа независимых оценщиков дала больше 99% правильных ответов. Но в других случаях испытуемые не знали, что вокруг них сидят специально нанятые люди. В собственно экспериментальных действиях в группу входил только один настоящий испытуемый. (249:)

В первой части стандартная линия была длиной в 10 дюймов, а три сравнительные — 8,75, 10 и 8 дюймов. Студенты давали оценку по очереди по часовой стрелке, и все называли линию в 10 дюймов равной стандартной. Никаких проблем.

Во второй части стандартная линия была длиной в 2 дюйма, а сравнительные — 2, 1 и 1,5 дюйма. Снова студенты сопоставили стандартную и сравнительные линии без особых трудностей.

В третьей части, однако, что-то странно изменилось. Вместо того чтобы сказать, что 3-дюймовая стандартная линия равна 3-дюймовой сравнительной линии, подставные выбрали линию длиной 3,75 дюйма. Испытуемый, который всегда сидел ближе к концу группы, не знал, что Аш попросил подставных давать неверные ответы в 12 из 18 случаев. Аш хотел посмотреть, будут ли испытуемые соглашаться с мнением большинства.

В таких условиях Аш обнаружил, что испытуемые соглашались с неверной оценкой примерно в 1/3 случаев. Три четверти соглашались, по крайней мере, с одной ошибкой, а одна треть — с половиной или более. Другими словами, большинство людей выносят некоторые оценки на основании мнения окружающих, даже если оно противоречит их собственному.

Аш также поставил несколько вариантов этого эксперимента. Например, в одном цикле исследований он изменял число людей в группе (см. рис. 17.4). Когда испытуемые сидели в паре с одним подставным лицом, мнение которого противоречило их собственному, его мнение не оказывало на них влияния. Большинство испытуемых отвечали правильно почти всегда. Когда испытуемым противостояло два человека, они соглашались с их неверным

мнением в 13% случаев. Когда же три подставных лица — 33%. Выше этого уровня согласие не поднималось, хотя дальнейшие опыты, проведенные другими исследователями, показали, что увеличение числа членов группы приводит к росту числа случаев согласия с большинством (Латанэ и Вульф, 1981). Но независимо от того, как сформулирован вопрос, ясно, что даже незначительного большинства достаточно для того, чтобы склонить людей к конформизму.

В другой серии экспериментов Аш добавлял в группу второго испытуемого, который сидел на четвертой позиции и обычно давал правильные ответы. Аш хотел посмотреть, что произойдет, если отдельные испытуемые больше не будут единодушны. (250:)

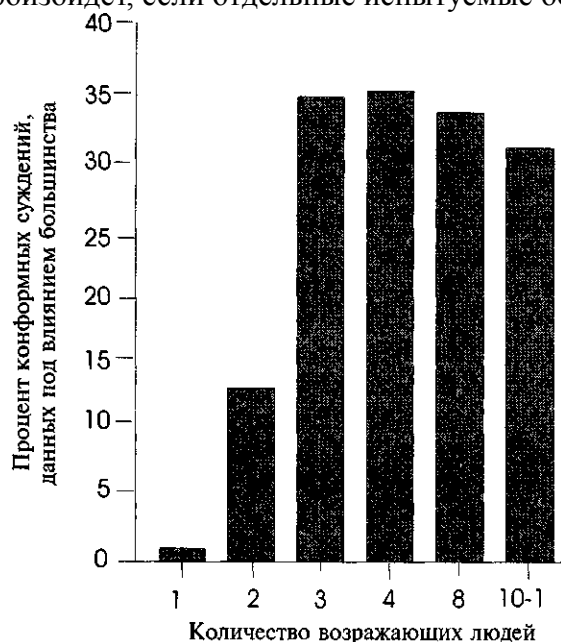


РИСУНОК 17.4

В своих экспериментах по конформизму Соломон Аш обнаружил, что в группе из трех человек конформизм возникает с такой же обязательностью, что и в группе, в пять раз большей.

Он добился удивительного эффекта. Конформизм стал встречаться в четыре раза реже, чем раньше — т.е. теперь, когда большинство не было единодушным, количество раз, когда испытуемые соглашались с неверными ответами, составило 1/4 наблюдавшегося ранее. То есть Аш обнаружил, что единодушное большинство из трех человек сильнее, влиятельнее, чем большинство из восьми человек с одним несогласным. Эти результаты показали, что в ситуации с сильной склонностью к конформизму, один несогласный может произвести огромный эффект.

### Влияние меньшинства

В 1969 году Серж Московичи и двое его коллег поставили экспериментальную парадигму Аша с ног на голову и использовали (251:) ее в исследовании влияния меньшинства на большинство (Московичи, Лейдж и Наффрешу, 1969). Вместо того чтобы наблюдать влияние большинства подставных на одного или двух испытуемых, они исследовали эффект влияния нескольких подставных на большую группу испытуемых. Московичи и его соавторы показали, что меньшинство может иметь значительное влияние на большинство, даже если оно не особенно сильно или уважаемо.

В серии экспериментов, составленных Московичи, группа состояла из четырех испытуемых и двух подставных. Все они сидели лицом к белому экрану, и им было сказано, что это эксперимент на восприятие цвета. После этого была показана серия слайдов и каждый раз задавались вопросы о яркости и цвете слайда. Все слайды показывали различные оттенки синего, но подставным сказали, чтобы они называли его в некоторых случаях зеленым. Московичи и его сотрудники обнаружили, что в среднем в 8% случаев

неправильных ответов испытуемые соглашались с ними и 32% субъектов называли цвет зеленым хотя бы один раз. В контрольной же группе испытуемые назвали цвет зеленым только 2 раза из 792.

Итак, Московичи и его коллеги обнаружили, что меньшинство способно влиять на большинство и заставлять его соглашаться с собой. Правда, с одной оговоркой, — меньшинство должно быть едино и последовательно. Если двое подставных колебались между синим и зеленым, случайно называя слайды синими в 1/3 случаев, испытуемые называли слайды зелеными только в 1% случаев. Меньшинство может иметь значительное влияние, только если занимает твердые, согласованные позиции (обзор и продолжение этой работы см. у Массе и Кларка, 1984; Немета, 1986; Немета и Чайлза, 1988).

## Групповое мышление

Когда группы способны к сцеплению и изолированы от внешнего влияния, лояльность и склонность к конформизму может привести к тому, что Ирвинг Джанис в 1982 году назвал «группомыслием» (с. 9). Наиболее известный пример группомыслия, приводящий к неверным решениям, — это фиаско операции, когда президентский кабинет Дж.Ф. Кеннеди рекомендовал необдуманное вторжение на Кубу. Более близкий (252:) к нам по времени пример, как считали Джеймс Эссер и Джоан Линдорфер (1989), — роковое решение 1986 года запустить *Челленджер* в неблагоприятную погоду.

Джанис пишет, что есть восемь наиболее распространенных признаков коллективного мышления:

- Иллюзия неуязвимости, разделяемая практически всеми членами группы, приводящая к чрезмерному оптимизму и неоправданному риску.
- Общее презрение к рациональным или недоверчивым высказываниям.
- Безоговорочная вера в присущую, коллективу мораль.
- Стереотипное восприятие советов как злобных или скрывающих под собой слабость и глупость.
- Давление на членов группы, не подчиняющихся большинству.
- Устойчивая иллюзия единодушия.
- Самоцензура во имя ненарушения консенсуса.
- Самопроизвольное появление «защитников умов», защищающих группу от информации, которая могла бы пошатнуть ее самодовольство.

Если в группе появляются эти тревожные сигналы, существует вероятность не избежать группомыслия. Чтобы защититься от него, Джанис рекомендовал несколько превентивных мер. Во-первых и прежде всего, лидеры группы должны всячески поощрять разногласия и здоровую критику, в том числе критику их собственных позиций. Во-вторых, всячески препятствовать закреплению чьих-то личных позиций и предпочтений. Джей Руссо и Поль Шумахер в 1989 году писали о том, что на японских фирмах это правило используется следующим образом: более низкие по рангу члены группы говорят первыми, затем более старшие по рангу, затем еще более старшие и т.д. И таким образом никто не боится высказать мнение, противоречащее мнению более влиятельных лиц.

Третьей мерой является отпочковывание более мелких групп со своими лидерами, которые должны решить тот же вопрос (всевозможными способами). В-четвертых, члены группы должны предварительно обсуждать будущие дебаты и делиться мнениями, а затем рассказывать об этих обсуждениях всей группе. В-пятых, группы должны приглашать сторонних экспертов или (253:) квалифицированных коллег для участия в собраниях и давать возможность им высказывать мнения, не совпадающие с мнениями группы. Практически, Джанис говорил о том, что один из лучших способов избежать группового мышления — официально выбрать человека, который бы постоянно отстаивал отличную от общей точку зрения (так называемого «адвоката дьявола»). Каждая из этих мер ограничивает согласие и

является залогом того, что мнение меньшинства будет противостоять конформизму.

## **Заключение**

Поскольку люди социальны по натуре, их оценки и решения находятся под социальным влиянием. Даже если человек принимает решение в одиночестве, он зачастую оценивает свое поведение, сравнивая его с поведением других людей в аналогичной ситуации. Однозначно, любое подробное исследование оценки и принятия решения должно включать исследование социальных факторов.

В некоторых случаях эти факторы влияют на решения, не влияя на оценки, лежащие в их основе. Например, многие люди подвержены коллективному мышлению и защищают вместе с группой идеи, которые лично не разделяют. В других случаях, оценка может меняться. Аш обнаружил, например, что многие из его испытуемых не подозревали, что, когда восприятие искажается, это происходит под влиянием большинства. Точно так же Латанэ и Дарли (1970, с. 65) писали: «[Эти] испытуемые совершенно одинаково говорили о том, что непременно оказали бы помощь, если бы в этом возникла реальная необходимость».

Социальное влияние, точнее, часть его, обсужденная в этой главе, — не более сотой доли того, с чем мы действительно сталкиваемся в реальной жизни. Это иллюстрация, не исчерпывающая и, как в случае с социальной помощью, показывающая, что социальные факторы могут и улучшать результаты, и ухудшать их. В следующей главе мы сравним результаты, продемонстрированные группой и отдельными людьми.

## **Глава 18. Групповые оценки и решения**

Если группа удачно преодолела соблазн группового мышления, будет ли она принимать лучшие оценки и решения, чем индивидуум? Используют ли группы те же эвристики и те же предубеждения, что и индивидуумы?

Немногие исследования сопоставляют эвристики и смещения, свойственные индивидууму, с эвристиками и предрассудками коллектива, а серьезных обзоров, посвященных этой теме, нет вообще. Однако из опубликованных исследований в основном следует, что смещения в атрибутировании и оценке — общие у отдельно взятых людей и групп. Первая часть этой главы посвящена некоторым из этих параллелей, вторая же часть — различиям групп и отдельных людей.

### **Ошибки и предубеждения групп**

Как отмечалось в 16 главе, фундаментальная ошибка атрибуции — это тенденция вынесения оценки в соответствии с диспозиционными причинами. Например, люди интерпретируют высказанную в эссе позицию как авторскую, несмотря на то что им сказали, что автор вынужден был встать на эту позицию (Джонунз и Харрис, 1967). Тенденция незаконной диспозиционной атрибуции в отношении групп известна как «групповая ошибка атрибуции». Как писали Скотт Аллисон и Давид Мессик (1985, с. 564), первыми зафиксировавшие групповую ошибку атрибуции: «Обе — и фундаментальная ошибка атрибуции, и групповая ошибка атрибуции — имеют широкое распространение. Это наша тенденция — игнорировать внешнее влияние на поведение и видеть связь между поведением и некоторыми особенностями склада ума». В своем исследовании Аллисон и Мессик обнаружили, что испытуемые оказали большую поддержку городскому управляющему, издавшему «пустопорожнее» постановление о (255:) необходимости свертывания мероприятий, хотя никаких мероприятий и не проводилось, так что не было и причины, по которой общественное мнение было затронуто решением отдельного правительственного служащего. Схожие результаты были обнаружены Дианой Маки и Скоттом Аллисоном в 1987 году.

Другая атрибутивная параллель возникает между «предпочтением эгоцентризма» и «предпочтениями, обслуживающими группу». Как уже говорилось, индивидуумы создают позиционную атрибуцию для своих успехов и ситуационную — для неудач. Члены группы также делают позиционную атрибуцию для успехов и ситуационную — для неудач группы. Дональд Тейлор и Джанет Дориан в 1981 году сопоставили «предпочтения эгоцентризма» и «обслуживающие группу» предпочтения среди межинститутских атлетических команд и обнаружили, что последнее, по меньшей мере, настолько же сильно, как и первое. Атлеты демонстрировали возвышение группы, когда речь шла о том, чтобы их команда выигрывала у сильных соперников, чаще, чем когда она проигрывала слабой команде.

Еще одно субъективное групповое смещение известно как «эффект однородности «чужой» группы». Подобно тому как каждый человек видит в себе больше разнообразия, чем в других людях, так и члены каждой группы считают членов других групп менее разнообразными, более однородными и «одноликими» (Маллен и Хью, 1989). Например, в одном эксперименте члены четырех студенческих клубов в Принстоне оценивали членов своего и остальных трех клубов соответственно как открытых и замкнутых на себе, скромных и высокомерных и т.д. (Джоунз, Вуд, Куатрон, 1981). Результаты показали, что студенты считали членов своей группы более разнообразными, чем членов любого другого клуба.

Вы можете сказать: «Конечно, они думали, что в их клубе хорошие люди: они их знали лучше, чем членов других клубов». Как выяснилось, однако, «предрассудок внегрупповой однородности» не был связан с тем, сколько членов своего и других клубов знали студенты. Более того, это смещение возникало и в группах, имевших небольшой, эпизодический опыт контакта, например, мужчин и женщин (Парк и Ротбарт, 1982). Итак, предрассудок внегрупповой однородности — не просто результат разницы в близости знакомства.

256

Одним из следствий этого смещения является то, что оно влияет на формирование стереотипов. Поскольку не члены своей группы воспринимаются однообразно, их индивидуальность стирается. К несчастью, тенденция воспринимать посторонних однообразно часто влияет на международные отношения. Например, когда советский лидер Юрий Андропов пришел к власти, бывший советник Президента США по национальной безопасности Бжезинский писал: «Неверно оценивать этих людей, как консерваторов или либералов, правых или левых, сталинистов или несталинистов. Дело в том, что они все жестокие и все они противники» (Шмеманн, 1985, 3 марта, с. 55). Последующие события показали, как Бжезинский ошибался.

Очень немногие эксперименты обращаются к тому, какую эвристику — доступности или репрезентативности — используют группы. Одно из редких исключений — опыт, проведенный Линдой Аргот, Марком Сибрайтом и Линдой Дайер в 1986 году. Они знакомили отдельных субъектов и группы из пяти человек с вариантом проблемы адвокатов—инженеров, приведенной в гл. 10. Аргот, Сибрайт и Дайер обнаружили, что группы склонны использовать эвристику репрезентативности чаще, чем индивидуумы. Скотт Тиндейл, Сьюзан Шеффи и Джозеф Филкинз в 1990 году также обнаружили, что группы из четырех человек более, чем индивидуумы, склонны делать ошибочные заключения, сталкиваясь с проблемами, подобными предложенной в п. 1 Анкеты.

Что же это все означает? Несмотря на то что необходимо, конечно, больше исследований, эти первые открытия свидетельствуют, что присущие индивидуумам эвристики и субъективные смещения продолжают действовать и при групповой оценке и принятии решений. Кроме того, эти предубеждения иногда усиливаются в группах. В случае с репрезентативностью, например, Аргот, Сибрайт и Дайер (1986, с. 74) писали следующее: «Групповые дискуссии усиливают отклонения в индивидуальной оценке из-за использования репрезентативности».

## Групповая поляризация

Свойство групповой дискуссии усиливать присущие каждому члену группы склонности известно как «групповая поляризация» (Московичи и Джаваллони, 1969). Этот феномен впервые

257

зафиксирован Джеймсом Стоунером в 1961 году. Он обнаружил, что субъекты скорее готовы поддержать рискованное действие, если они принимали участие в его групповом обсуждении. Стоунер называл это изменение «сдвиг к риску», и со времени его первого эксперимента сотни исследований были посвящены этой теме. В конечном итоге групповая поляризация приводит к тому, что люди идут в группе на больший риск, чем решились бы пойти одни. Открытия Стоунера касались национальной безопасности, бизнеса и других областей, в которых группы людей принимают важные решения.

Примерно в четырех из каждых пяти экспериментов по сдвигу к риску процедура выглядит следующим образом: сначала испытуемые заполняют анкету, где определяют свою склонность к риску. Обычно анкета построена на дилеммах. Одну из них в 1964 году составили Натан Коган и Майкл Валлач. В ней описывались 12 воображаемых ситуаций, в которых необходимо было выбрать риск или консервативное поведение. Например, в одном из пунктов 45-летний человек должен был выбрать между риском операции на сердце или жизнью с аритмией (см. рис. 18.1).

РИСУНОК 18.1

Это один из пунктов опроса по решению дилемм, проведенного Натаном Коганом и Майклом Валлачем (1964, с. 256-257).

Мистер Б., 45-летний служащий, узнал от своего врача, что у него, мистера Б., аритмия сердца. Это столь серьезная проблема, что мистер Б. должен полностью изменить свою жизнь: меньше работать, соблюдать диету, отказаться от многих привычек. Врач также отметил, что операция в случае успеха позволит ему вернуться к прежнему образу жизни. Но полной уверенности в успехе операции нет, и на самом деле она даже может привести к смертельному исходу.

Представьте, что вы должны дать совет мистеру Б. Внизу даны различные «за» и «против» того, что операция будет успешной.

*Пожалуйста, отметьте наименьшую вероятность успеха, при которой вы бы посоветовали согласиться на операцию.*

\_\_\_\_ Отметьте здесь, если вы считаете, что мистер Б. должен согласиться на операцию вне зависимости от шансов на успех.

- \_\_\_\_ Шансы на успех 9 из 10
- \_\_\_\_ Шансы на успех 7 из 10
- \_\_\_\_ Шансы на успех 5 из 10
- \_\_\_\_ Шансы на успех 3 из 10
- \_\_\_\_ Шансы на успех 1 из 10

258

В этом опросе субъектов просили определить, какие шансы на успех они рассчитывают иметь прежде, чем они дадут воображаемой персоне совет выбрать риск. Этап работы с вопросником называется «предварительной проверкой». После этого группы из пяти (или около того) человек обсуждают 12 проблем и ищут консенсус в вопросе, на какой риск можно пойти в каждой из воображаемых ситуаций. Эта фаза известна как «обрабатывающая проверка».

Несмотря на то что существуют десятки вариантов этой темы, результаты исследований постоянно совпадают. Групповые дискуссии заставляют людей выбирать риск чаще, чем они думали это сделать ранее. Однако, когда сначала уклон сделать в сторону осторожности, групповые дискуссии могут иногда привести к «сдвигу к осторожности». В общем, многие исследователи для объяснения этого феномена используют сейчас более общий термин «сдвиг в выборе».

Поскольку исследования поднятия выбора были так популярны, вопрос групповой поляризации был расширен еще несколькими темами, связанными с риском. Например, Давид Майерз и Джордж Бишоп в 1970 году обнаружили, что студенты, имеющие расовые предрассудки, еще более укрепляются в них, обсудив друг с другом эти вопросы, тогда как

относительно объективные студенты после беседы на те же темы склонны в еще большей мере отказаться от предрассудков. В 1975 году Майерз обнаружил, что расхождение во взглядах между «мужскими шовинистами» и «феминистками» углубляется после того, как члены каждой группы обсудят между собой женский вопрос. Этот тип исследований основан на парадигме «групповой композиции», где группы состояются из людей с одинаковыми взглядами (взглядами на темы, которые будут обсуждаться в группе).

Другой тип групповой поляризации исследуется с использованием парадигмы, в которой сама проблема порождает поляризующиеся уклоны. Давид Майерз и Мартин Каплан в 1976 году обнаружили, например, что когда группе предлагается для обсуждения достаточно мягкий приговор, вынесенный судом, то после окончания дискуссии ее участники склонны его еще более смягчить. Если же предложенный для обсуждения приговор суров, то субъекты приходят к выводу, что неплохо бы сделать его еще более суровым. Итак, начальные знания, основанные на данных сведениях, поляризуются в ходе групповой

<sup>259</sup>

дискуссии (обзор групповой поляризации можно найти: Майерз, 1982; Майерз и Ламм, 1976).

### О ЛОШАДЯХ

«Человек купил лошадь за 60 долл. и продал за 70 долл. Потом выкупил ее за 80 долл. и снова продал за 90 долл. Сколько он заработал?»

Эта проблема, приведенная в п. 20 Анкеты, послужила основой одного из исследований в классической работе Нормана Мэра и Аллена Соулера (1952). Мэр и Соулер обнаружили, что только 45% опрошенных студентов могли решить эту проблему в одиночку. Когда же они обсуждали ее в пятером или вшестером, они прекрасно справлялись с решением. Студенты, работавшие в группах с «инертным» лидером (просто наблюдавшим за обсуждением), отвечали верно в 72% случаев, а те, кто работал с «активным» лидером (побуждавшим всех членов группы высказывать свое мнение), отвечали верно в 84% случаев.

Чтобы увидеть, насколько эффективно группа справляется с заданием, перенесемся назад во времени и посмотрим на воображаемую группу, занятую дискуссией в лаборатории Мэра и Соулера:

ВЕНДИ (лидер группы): Эта проблема вызывает у меня подозрения: она кажется слишком простой, и я не доверяю психологам. Пусть каждый поделится своими мыслями об ответе и скажет, почему это решение кажется ему верным.

БЕННЕТ: Я совершенно уверен, что ответ 10 долл. Я рассуждал так: купив лошадь за 60 долл. и продав за 70 долл. мы выигрываем 10 долл. Затем, если купить ее за 80 долл., то можно потерять 10 долл., потому что 80 долл. больше 70 долл. и мы переплачиваем. Продав лошадь за 90 долл. мы снова выигрываем те же 10 долл. Вот так.

ДЖИЛЛ: Я думаю, 20 долл., потому что человек выиграл 10 долл. в первый раз, продав лошадь, и 10 долл. — продав ее во второй раз. Но после рассуждений Бена я уже не так уверена.

ВЕНДИ: Не думай о том, права ты или нет, мы просто пытаемся проиграть все возможные варианты. Как ты думаешь, Стив?

СТИВ: Я думаю, правильный ответ — 30 долл.: человек начал с 60 долл. и получил 90 долл. Что же он мог получить, как не 30 долл.?

<sup>260</sup>

ЭМИ: Он бы получил 30 долл., если бы больше не тратил денег. Но продав лошадь за 70 долл. он выкупил ее за 80 долл. и вложил в нее еще 10 долл. Так что получается 20 долл. (30 долл. минус 10 долл.).

ВЕНДИ: Все согласны с Джилл?

ЭМИ: Да. По правде говоря, мне кажется, что единственная причина, по которой эта проблема вызывает смущение, состоит в том, что покупается и продается одна и та же лошадь. Если бы в условии речь шла о двух разных лошадях, ответ был бы очевиден.

БЕННЕТ: Что ТЫ Имеешь В ВИДУ?

ЭМИ: Ну, представь, что человек купил лошадь за 60 долл. и продал за 70 долл. Сколько он выручил?

БЕННЕТ: 10 долларов.

ЭМИ: Теперь представь, что человек купил вторую лошадь за 80 долл. и продал за 90 долл. Сколько он получил прибыли?

БЕННЕТ: Еще 10 долларов.

ЭМИ: Итак, всего 20 долларов. Его доходы не определяются тем, одну или разных лошадей он торгует — и так, и так он получит 20 долл. Ошибка думать, что, покупая лошадь за 80 долл., человек теряет 10 долл. Для того чтобы потерять деньги, он должен продать ее дешевле, чем купил.

А теперь остановите действие и представьте, что вы — член этой группы. Эми закончила свое объяснение, и теперь вы рассказываете, как и почему вы ответили на вопрос. После того как и вы закончили свою речь, группа еще несколько минут обсуждает проблему. Экспериментатор просит каждого написать ответ.

У вас есть выбор: написать тот ответ, который вы дали в п. 20 Анкеты, или изменить его.

Большинство людей в такой ситуации дают правильный ответ — 20 долл. Члены группы, давшие с самого начала правильный ответ, редко меняют его в ходе дискуссии, а остальные обычно исправляют ответ после обсуждения.

Тем не менее Мэр и Соулем обнаружили: независимо от того, был лидер «активен» или «инертен», все члены группы высказывали свои мнения, но точность ответов была выше, если лидер был активен и побуждал всех членов группы высказывать свое мнение.

261

Результаты активного, терпеливого руководства явно проявляются в группах, где сначала только один человек дал правильный ответ. В таких случаях в группах у активных лидеров 76% студентов отвечают верно, тогда как у инертных — лишь 36%. Это открытие соответствует двум пунктам из предыдущей главы: (1) лучший способ избежать группового мышления — выслушать все точки зрения (Джаниз, 1982); (2) в определенных условиях меньшинство может сильно влиять на точность оценки всей группы (Немет, 1986).

Мэр и Соулем в 1952 году показали, что открытая дискуссия может привести к заметному росту точности. Но, несмотря на советы, высказанные во время обсуждения, не все члены группы в эксперименте Мэра и Соулема правильно решили задачу. Несмотря на то что 63 из 67 групп имели по крайней мере одного человека, правильно ответившего на вопрос, примерно пятая часть субъектов дала неверный ответ даже после обсуждения. Эдуин Томас и Клинтон Финк в 1961 году обнаружили близкие результаты, используя ту же задачку о продаже лошади. В их эксперименте 29 из 44 групп включали в себя, по крайней мере, одного человека, знающего правильный ответ, но только у 15 групп была тенденция давать правильные ответы после обсуждения. Итак, групповые дискуссии приводят к заметному повышению точности, но не дают гарантии того, что *все* члены группы ответят верно.

### **ОДНА ГОЛОВА ХОРОШО, А ДВЕ ЛУЧШЕ?**

Групповые оценки в основном точнее индивидуальных, но это не всегда так. Групповая точность зависит от нескольких факторов, в том числе от природы и сложности задачи, от компетентности членов группы, способа общения и т.п. Рейд Хейсти в 1986 году опубликовал обзор, в котором рассматривались многие факторы, влияющие на групповую оценку, и сравнивались группы и индивидуумы по трем различным типам: (1) оценке количества и величины, например, количества бобов в стакане;

(2) оценке в ответе на головоломки, вроде задачки о лошади;

(3) оценке в ответах на вопросы из области общего знания, например, абсент — это ликер или минерал?

В отношении количественных суждений Хейсти заключил, что группы обычно несколько более точны, чем индивидуумы

262

(для читателей, знакомых со статистикой, Хейсти сообщает, что разница равнялась одной

восьмой единицы стандартного отклонения). Более современные исследования Джанет Снайзек и Бекки Хенри (1989, 1990) показали, что в некоторых случаях эта разница может быть больше, чем оценивал ее Хейсти. Используя меру, известную как «стандартизированное отклонение», Снайзек и Хенри обнаружили, что группы из трех человек были на 23—32% точнее, чем индивидуумы, т.е. в 2—3 раза больше, чем установил Хейсти.

В том, что касалось головоломок и других вопросов, связанных с логикой, Хейсти обнаружил, что группы обычно превосходили индивидуумов общим развитием, но что самый умный представитель группы в одиночку работал лучше, чем вся группа в целом. Точно так же Хейсти обнаружил, что группы обычно превосходят среднего индивидуума в ответах на вопросы, связанные с общим знанием, но что лучший член группы не уступал или превосходил группу в целом.

Подобные результаты рассмотрела Гейл Хилл в 1982 году в своей статье «Group versus Individual Performance: Are  $N+1$  Heads Better Than One?», представляющей собой обзор исследований индивидуальных и групповых показателей за 50 лет. Несмотря на то что она уделяла больше внимания поведению, а не оценке и принятию решений, одна из частей ее работы посвящена творчеству и решению проблем. Хилл обнаружила, что группы зачастую превосходили средних индивидуумов, но группы нередко уступали наилучшему индивидууму, находящемуся в статистическом коллективе (невзаимодействующей группе того же размера). В отношении простых вопросов увеличение группы означало всего лишь, что она вероятнее будет включать в себя хотя бы одного человека, способного решить задачу. Для решения сложных вопросов командная работа имеет неоспоримое преимущество: члены группы могут поделиться мнением и исправить ошибки друг друга.

Хилл также обратила внимание и на брэйнсторминг (мозговой штурм). В частности, она сравнивала количество идей, выработанных группой, с количеством идей, предложенных той же численностью людей, которые сначала «штурмовали» по-отдельности и позднее сложили свои идеи вместе. Хилл обнаружила, что брэйнсторминг был более успешным, когда идеи вырабатывались независимо, а потом комбинировались, нежели

263

когда они выдвигались при групповом обсуждении. Она сделала вывод, что превосходство группы проявляется из-за того, что больше людей занято решением проблемы, а не из-за самого взаимодействия. В практическом смысле это означает, что лучший способ выработать решение трудной проблемы состоит в следующем: несколько людей независимо работают над этим, а затем делятся своими идеями.

### **ДОСТОИНСТВА ДИКТАТУРЫ**

Несмотря на то что группа выносит более верные оценки, чем индивидуум, точность зависит и от того, каким образом члены группы комбинируют свои ответы (Дейвис, 1973). Исследование, иллюстрирующее это замечание, было опубликовано Джанет Снайзек в 1989 году. Снайзек сопоставила пять типов методик принятия решений, применяемых группами: (1) «консенсус», когда в лобовом, открытом обсуждении выбирается оценка, принимаемая всеми членами группы; (2) «диалектическая» методика, в которой члены группы обсуждают факторы, которые могут повлиять на их оценку; (3) «диктатура», когда обсуждение заканчивается выбором субъекта, чья оценка и станет оценкой группы; (4) метод Дельфи, когда члены группы не встречаются лицом к лицу, а вместо этого представляют ответы анонимно в серии «раундов», пока не будет достигнут консенсус или принято среднее решение (приятное качество этой методики состоит в том, что члены группы застрахованы от того, что кто-то один может монополизировать дискуссию и незаметно влиять на остальных); (5) «коллективная» методика, предотвращающая все интриги среди членов группы, поскольку просто усредняет индивидуальные оценки для получения оценки коллективной (в исследовании Снайзек коллективная методика устанавливала базовую линию точности, поскольку не зависела от социальных факторов).

Каждая группа состояла из пяти студентов, и каждая использовала все пять методик. Группы начинали с использования коллективной методики, после чего использовали прочие в

переменном порядке. Задачей студентов было оценить, насколько большую выручку получит принадлежащий колледжу магазин в следующем месяце за одежду, журналы, открытки, сувениры, косметику и лекарства. Снайзек определяла точность оценок

264

относительно реальной выручки в «абсолютном проценте отклонения».

Она обнаружила, что каждая из четырех первых методик (консенсус, диалектика, диктатура и дельфийская) достигала более точных результатов, чем простое усреднение (коллективная методика), но наибольшие успехи принесла диктатура, при которой процент ошибки был в среднем в три раза меньше. Интересно, однако, что в каждом случае применения «диктатуры» диктатор группы изменял свое конечное мнение в направлении коллективного среднего, тем самым увеличивая величину ошибки. Другими словами, группы были способны выбирать диктаторов, дававших точные ответы, но диктатор тут же становился демократом и, таким образом, снижал общую точность ответов.

Конечно, открытия, сделанные Снайзек, специфичны, относятся только к группам определенного размера (пять человек), определенной категории (студенты) и к определенной задаче (определение доходов магазина). Было бы глупо считать, что метод диктатуры работает лучше во всех ситуациях. Тем не менее эксперимент Снайзек показал, что точность решения, принятого группой, зависит и от того, каким образом оно выработано. Ее результаты продемонстрировали, что в некоторых случаях экспертное решение, принятое группой, оказывается лучше, чем статистическое усреднение оценок, предложенных не совещающимися людьми. Итак, по крайней мере, в конкретной ситуации результат зависит не только от того, лучше ли две головы, чем одна, но и от того, как эти головы соединены.

## Заключение

Поскольку результаты, продемонстрированные группами, определяются столькими факторами, трудно делать какие-то обобщения (Тиндейл, 1989). По этой же причине трудно объединить отдельные результаты исследований групп. Кроется ли расхождение в разнице тем? В размерах группы? В правилах принятия решений? В самой интерпретации результатов?

Это опять-таки результат того, что групповой оценке и решениям не уделялось столько внимания, сколько индивидуальным, несмотря на наличие комитетов, комиссий, судов, штабов и других групп, предназначенных для выработки решений. Более того, граница между исследованиями групп и

265

индивидуумов не проводилась, поскольку группы, видите ли, тоже состоят из индивидуумов. Например, исследование групповой ошибки атрибуции — это, фактически, исследование того, как *индивидуумы* оценивают группы. Точно так же сдвиги к выбору могут изучаться и путем сравнения групповых решений с индивидуальными, и как сравнение индивидуальных решений до и после групповой дискуссии. Только в первом случае это действительно *групповое* решение.

Однако исследования групповой оценки и принятия решений позволяют сделать следующие заключения:

- ❖ Многие личностные виды эвристики и смещений проявляются и в групповой оценке.
- ❖ Групповая дискуссия часто усиливает первоначальные склонности (тенденции).
- ❖ Группы обычно добиваются лучших результатов, чем индивидуумы, особенно если лидер добивается, чтобы *свое* мнение высказали *все* члены группы.
- ❖ Лучший член группы в одиночку может добиться большего (что может иногда сыграть на пользу «диктатуры»).
- ❖ Мозговой штурм эффективнее, если члены группы генерируют идеи независимо.

Каждое из этих заключений обосновано достаточным числом экспериментов, но

поскольку на группы влияет слишком много факторов, их можно воспринимать как общие советы. Несмотря на то что люди часто объединяются для принятия решений, сотрудничество — не всегда гарантия успеха.

## Раздел VI. Типичные ловушки

Этот раздел посвящен трем распространенным проблемам, окружающим принимающего решения человека. Глава 19 посвящена излишней самонадеянности, глава 20 — обсуждению предсказаний, которые сбываются сами собой, а глава 21 рассказывает о специфических затруднениях, известных как «поведенческие ловушки». Каждая глава содержит практические советы и подсказки, как избежать этих проблем.

### Глава 19. Самоуверенность

*Авария случается раз в 10 000 лет*

Виталий Скиларов, министр энергетики Украины, за два месяца до Чернобыльской трагедии

Ни одна из проблем оценки и принятия решений не таит в себе такой угрозы, как излишняя самоуверенность. Как отмечал Ирвинг Джанис в 1982 году в работе, посвященной групповому мышлению, американская самоуверенность позволила японцам уничтожить *Pearl Harbor* во время второй мировой войны. Самоуверенность сыграла также роль в гибельном решении о запуске космического корабля *Челленджер*. До того как челнок выполнил свою двадцать пятую миссию, НАСА официально оценило риск как одна катастрофа на 100 000 запусков (Фейнман, 1988, февраль), что означало, что если запускать корабль каждый день в течение 300 лет, то взорвется он всего один раз.

### Случай Джозефа Кидда

Действительно ли НАСА было слишком уверено в успехе или ему просто было необходимо продемонстрировать уверенность? Поскольку реальную уверенность в такой ситуации измерить трудно, наиболее точную оценку должен дать тщательно контролируемый эксперимент.

Одним из первых и наиболее известных исследований такого рода стал опыт, результаты которого были опубликованы Стюартом Оскампом в 1965 году. Оскамп попросил 8 клинических психологов, 18 аспирантов- психологов и 6 студентов последних курсов психологических факультетов прочитать исследование случая «Джозефа Кидда», 29- летнего человека, у которого были проблемы (комплекс неполноценности) в подростковом возрасте. Эксперимент был разбит на четыре стадии. Часть 1 представляла Кидда как прошедшего воинскую службу и работающего бизнес- ассистентом в студии садово- паркового дизайна. (270:)

Часть 2 была посвящена детству Кидда (до 12 лет). Часть 3 отражала его школьные и студенческие годы. Часть 4 — армейскую службу и последующую жизнь.

Респонденты четыре раза отвечали после прочтения каждой части на один и тот же набор вопросов. Эти вопросы были построены на основе фактического материала исследования, но требовали от респондентов формирования клинической оценки, основанной на общем впечатлении о личности Кидда. В вопросах всегда предлагалось выбрать одну из пяти альтернатив ответа, и после каждого ответа респонденты оценивали свою уверенность в его правильности в границах от 20% (нет особой уверенности) до 100% (абсолютная уверенность).

Несколько удивительно, что особой разницы в ответах профессиональных психологов, аспирантов и студентов не было, так что Оскамп подводил итоги по всем трем группам респондентов вместе. Он обнаружил, что уверенность росла вместе с количеством информации, полученной респондентами, но точность — нет.

Прочитав первую часть, респонденты ответили верно на 26% вопросов (несколько выше уровня случайного угадывания), а их уверенность составляла 33%. Эти результаты довольно близки. Когда же респонденты получили больше информации, разрыв между точностью и уверенностью вырос (см. рис. 19.1). Несмотря на то что с получением дополнительной информации точность ответов не увеличилась, чем больше респонденты читали, тем увереннее они становились. К тому времени, когда они заканчивали читать четвертую часть, более 90% субъектов Оскампа были более уверены в своих ответах.

За годы, прошедшие со времени описания этого эксперимента, в ряде опытов было обнаружено, что люди имеют тенденцию быть слишком уверенными в своих оценках, особенно когда точное решение принять трудно. Например, Сара Лихтенштейн и Барух Фишхофф в 1977 году провели серию экспериментов, в которых наблюдали, что люди были уверены в своей правоте на 65—70%, хотя на самом деле были правы примерно наполовину.

В первом опыте Лихтенштейн и Фишхофф просили людей оценить, какие из 12 детских рисунков присланы из Европы, а какие — из Азии, а также оценить вероятность того, что тот или иной ответ верен. Несмотря на то что только 53% ответов были верными (почти случайная вероятность: угадал—не угадал), средняя уверенность достигала 68%. (271:)

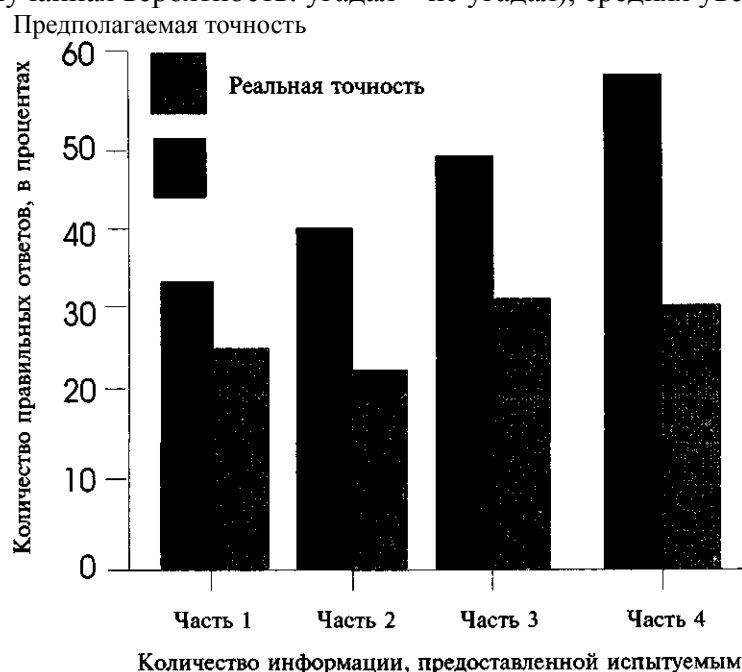


Рисунок 19.1

Стюарт Оскамп (1965) обнаружил, что когда испытуемые получают больше информации, разрыв между предполагаемой точностью их ответов (уверенностью в своей правоте) и реальной точностью растет.

В другом эксперименте Лихтенштейн и Фишхофф давали людям отчеты о продажах из 12 магазинов и просили оценить, доходы каких магазинов за определенный период вырастут, каких — упадут. И опять, несмотря на то что точность ответов была только 47% (даже меньше, чем у ответов наугад), уверенность достигала 65%.

Проведя еще несколько дополнительных опытов, Лихтенштейн и Фишхофф сделали следующие заключения о связи между точностью и уверенностью в двухальтернативных суждениях:

- Самоуверенность является самой высокой, когда точность близка к уровню случайного угадывания.
- Самоуверенность уменьшается, когда точность растет от 50 до 80%, а если точность превышает 80%, то люди (272:) становятся *недостаточно* уверенными. Другими словами, разница между точностью и уверенностью наименьшая, если точность около 80%, и она возрастает, когда точность отклоняется от этого значения.
- Несоответствие между точностью и уверенностью не зависит от умственного развития респондента.

Несмотря на то что первые критики этой работы писали, что эти результаты во многом являются порождением вопросов, которые были неясными или бессмысленными, последующие исследования показали, что факты Лихтенштейн и Фишхоффа подтверждаются и при использовании более обыденных, знакомых респондентам тем. Например, в серии экспериментов, включавшей более 10000 отдельных оценок, Ли Росс и его коллеги обнаружили, что люди на 10- 15% переоценивали точность своих ответов, когда их просили предсказать свое поведение и поведение других людей (Даннинг, Гриффин, Милойкович и Росс, 1990; Валлон, Гриффин, Лин и Росс, 1990).

Нельзя сказать, что люди *всегда* излишне самоуверенны. Давид Роунис и Фрэнк Йетс в 1987 году обнаружили, например, что самоуверенность частично зависит от того, как оценивать уверенность и какой тип оценки был сделан (суждения из области общего знания обычно выносятся с относительно высокой уверенностью). Существуют также некоторые основания считать, что игроки в бридж, профессиональные оценщики, работники метеорологической службы — все, кто получает регулярную обратную связь на свои оценки, — не склонны к излишней самоуверенности (Керен, 1987; Лихтенштейн, Фишхофф и Филлипс, 1982; Мерфи и Браун, 1984; Мерфи и Уинклер, 1984). Однако большая часть исследований свидетельствует о том, что переоценка присутствует всегда.

### Экстремальная самоуверенность

Если люди уверены в правильности ответа, насколько часто они имеют для этого основания? В 1977 году Барух Фишхофф, Поль Словик и Сара Лихтенштейн провели серию экспериментов, чтобы ответить на этот вопрос. В первом опыте респонденты отвечали на сотни вопросов из области общего знания и оценивали вероятность того, что их ответы верны. Например, ответив (273:) на вопрос, является ли абсент ликером или минералом, они оценивали свою уверенность по шкале от 50% до 100% (эта проблема приведена в п. 21 Анкеты). Фишхофф, Словик и Лихтенштейн проверяли правильность только тех ответов, в которых респонденты были абсолютно уверены.

Они обнаружили, что люди отвечали верно в 70—85% таких случаев. Насколько были уверены вы в вашем ответе на вопрос п. 21? Правильный ответ: абсент — это ликер, но многие люди путали его название с названием камня аметиста.

Чтобы быть уверенными в том, что их результаты не являются порождением неверных представлений о вероятности, Фишхофф, Словик и Лихтенштейн в 1977 году провели второй эксперимент, в котором самоуверенность оценивалась в форме пропорции, отношения. Испытуемым в этом эксперименте давалось более 100 пунктов, в каждом указывалось две причины смерти, например, лейкемия и вождение машины. Их просили определить, от чего в США умирают чаще, и назвать вероятность того, что они правы, в виде отношения (например, 2:1, 3:1 и т.д.). Таким образом, испытуемые могли не путаться с процентами вероятности и говорить вместо 75%, что они оценивают шансы того, что они правы, как 3:1.

Словик, Фишхофф и Лихтенштейн обнаружили, что точность и уверенность вполне соответствовали друг другу, пока уверенность не превышала 3:1, но если она вырастала до значения от 3:1 до 100:1, точность оказывалась значительно ниже. Когда люди говорили, что они правы и уверены в этом на 100 против 1, они были точны в ответах в среднем на 75%. Если же уверенность колебалась от 10000 против 1 до 1000000 против 1 — просто невероятных величин — точность ответов достигала 85- 90% (что примерно соответствует уверенности от 6:1 до 9:1)\*.

И наконец, в качестве последнего штриха, необходимого для уверенности в том, что испытуемые понимают и воспринимают задачу серьезно, Фишхофф, Словик и Лихтенштейн провели три беседы. В одной из них отношения между случаем и вероятностью были тщательно разъяснены в двадцатиминутной лекции.

\* Несмотря на то что эти результаты могут показаться противоречащими предыдущим открытиям, сделанным Лихтенштейн и Фишхоффом (где речь, в частности, шла о том, что переоценка минимальна, если

точность превышает 85%), на самом деле противоречия нет. Тот факт, что субъекты были только на 70- 90% точны, будучи при этом уверенными в своей правоте, не означает, что они всегда были слишком уверены, будучи правы на 70- 90%. (274:)

Испытуемым давали таблицу, показывавшую взаимосвязь между оценкой в виде отношения и вероятностью, и рассказывали о тонкостях выражения неуверенности при помощи отношений (приводились специальные примеры использования отношений между 2:1 и 1:1 для выражения неуверенности). Даже после этих инструкций испытуемые выражали невероятную уверенность в своих ответах. Они давали отношение никак не меньше 50:1, когда оно должно было быть равно 4:1, и 100:1, если на самом деле оно было 5:1.

В другом опыте испытуемых спрашивали, согласны ли они держать денежное пари по поводу верности тех ответов, в которых они сами оценят ее как 50:1. Из 42 испытуемых 39 сказали, что приняли бы предложение — несмотря на то что их ложная самоуверенность должна была привести к потере почти 140 долларов. В последней беседе Фишхофф, Словик и Лихтенштейн действительно заключали с испытуемыми пари. В этом опыте 13 из 19 испытуемых согласились поставить деньги на точность своих ответов, даже если они были неправы в ответах на 12% вопросов, точность которых оценили как 50:1 и выше (проигрыш должен был составить от 1 до 11 долларов, и экспериментаторы намеревались отдавать деньги). Эти результаты показали, что: 1) люди самоуверенны, даже если их правота — кажущаяся; 2) самоуверенность — это не просто результат восприятия задачи как легкой или непонимание того, как составляются оценки точности. Кроме того, Джоан Сибер в 1974 году обнаружила, что самоуверенность *возрастает* вместе с желанием показать хорошие результаты.

### **Когда самоуверенность становится уголовным преступлением**

Склонны ли люди к переоценке, если ставка превышает несколько долларов? Несмотря на то что соображения этического характера, очевидно, в ограниченных рамках можно исследовать в лабораторных условиях, есть по крайней мере одно свидетельство того, что переоценка может возникнуть, даже если на карту поставлена человеческая жизнь. Это свидетельство получено при исследованиях, связанных со смертной казнью.

В исчерпывающем обзоре несправедливых приговоров Хьюго Бедау и Майкл Раделет в 1987 году обсуждали 350 (275:) зафиксированных в США случаев, в которых ложно обвиненные в уголовных преступлениях, несмотря на то что обвинения «вызывали обоснованные сомнения», были осуждены. В пяти случаях ошибка была обнаружена до вынесения окончательного приговора. Другим обвиняемым повезло меньше: 67 были заключены в тюрьмы на срок до 25 лет, 139 — на срок более 25 лет и 139 были приговорены к смерти. На тот момент, когда Бедау и Раделет писали свой обзор, 23 человека из приговоренных уже были казнены.

### **Градуирование**

«Градуирование» — это согласование уверенности и точности. Человек, принимающий решение, может считать свою градуировку совершенной, если во всех оценках уровня уверенности отношение точности равно вероятности правоты. Другими словами, 90% всех оценок верны — 90% уверенности в том, что ответы верны; 80% оценок верны — 80% уверенности в ответах и т.д.

Когда оценки индивидуальны, особого смысла говорить о градуировании нет. Насколько хорошо градуировано решение человека, ответившего 70% на вопрос п. 216 Анкеты? Градуировка важна, когда речь идет о сотнях оценок (Лихтенштейн, Фишхофф и Филлипс, 1982).

Поскольку существует множество способов измерения уверенности, существует ряд методик измерения градуировки. Одна из них — обычный подсчет разницы между средним

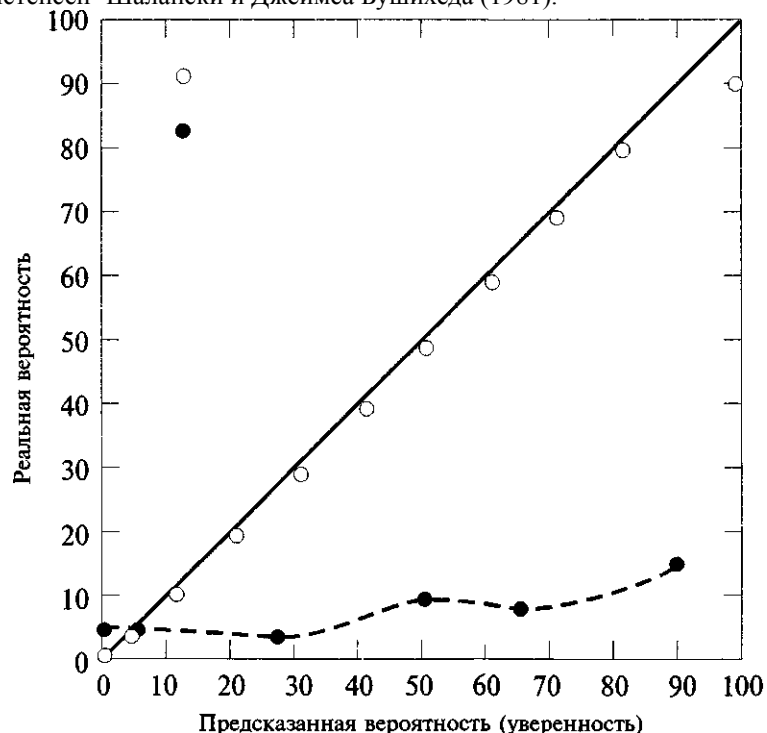
уровнем уверенности и общей пропорцией правильных ответов. Скажем, человек имеет 80% уверенности в своих ответах на ряд вопросов из области общего знания, но правильно ответил только на 60%. Этот субъект переоценил свои силы на 20%.

Несмотря на то что такой способ градуирования очень удобен, он не всегда может быть применен. Представьте себе, например, человека, уверенность и точность оценок которого равны 80% каждая. Этот человек обладает совершенной градуировкой? Необязательно. Он мог быть на 60% уверен в половине ответов и на 100% — в другой половине (в среднем — 80% уверенности), а верно ответить на 80% вопросов и в первой, и во второй половине. Такой человек имеет заниженную самооценку, когда уверен в 60% ответов, и завышенную, когда уверен во всех. (276:)

Более совершенной методикой является оценка точности через ряд условий уверенности. Если точность подсчитывается для разных уровней уверенности, то появляется возможность создать «кривую градуирования», где горизонтальная ось будет обозначать уверенность, а вертикальная — точность. Рисунок 19.2 содержит две кривые градуирования: одна — для предсказания метеослужбами выпадения осадков, другая — для диагнозов пневмонии. Как вы можете видеть, предсказания погоды почти

Рисунок 19.2

Этот рисунок содержит кривые градуирования для прогнозов погоды (незакрашенные кружки) и диагнозов пневмонии (закрашенные кружки). В то время как прогнозы погоды почти безупречно проградуированы, врачи демонстрируют чрезмерную самоуверенность (при наличии или отсутствии у пациента пневмонии). Данные о прогнозах погоды взяты из отчета Аллана Мерфи и Роберта Уинклера (1984), а данные о врачах — из исследования Джей Кристенсен-Шалански и Джеймса Бушихеда (1981).



277

совершенно проградуированы, в среднем их прогнозы почти всегда совпадают с погодой (вопреки традиционным взглядам!). А вот диагнозы проградуированы очень плохо; большинство предсказаний этого характера лежат ниже линии, символизирующей совершенную градуировку.

Существует еще несколько способов оценивать градуировку, некоторые из них подразумевают хорошее знание математики. Например, одна из наиболее распространенных методик состоит в следующем: необходимо подсчитать так называемый «показатель Брайера» (названный по имени статистика Гленна Брайера). Показатель Брайера может быть разложен на три компонента, одна из которых соотносится с градуировкой. Эта компонента числа Брайера представляет собой взвешенную среднюю величину между

среднеквадратичными отклонениями пропорциональной точности во всех категориях и вероятности для каждой категории (более подробно см. Йетс, 1990).

Одна из наиболее интересных оценок градуировки известна как «индекс неожиданности». Индекс используется для оценок промежутков, точность которых известна. Например, представьте, что вы почувствовали 90%-ную уверенность в том, что правильный ответ на вопрос п. 12 Анкеты находится где-то между дюймом и милей (см. п. 126). Поскольку правильный ответ больше мили, этот ответ должен быть засчитан как неожиданность. Индекс неожиданности — это простое процентное выражение оценок, лежащих за границей уверенности.

В фундаментальном обзоре исследований градуирования Лихтенштейн, Фишхофф и Филлипс (1982) оценивали некоторые исследования, в которых респондентов просили указать интервалы, в которых они уверены на 98% (т.е. интервалы, которые с вероятностью 98% включали бы в себя верный ответ). В каждом исследовании ожидаемый индекс неожиданности составлял 2%. В среднем по данным всех экспериментов (всего около 15 000 оценок) индекс неожиданности составил около 32%. Другими словами, когда респонденты были уверены на 98%, что правильный ответ в названном ими промежутке, они оказывались правы на 68%. Еще раз переоценка подтвердила правило, а не исключение.

Склонны ли вы к переоценке? Эдуард Руссо и Поль Шумахер в 1989 году придумали легкий тест для самопроверки (см. рис. 19.3). Несмотря на то что исчерпывающая оценка градуировки (278:) требует сотен ответов, этот тест дает вам общее впечатление о том, каков ваш индекс неожиданности при ответе на вопросы из области общего знания при одном уровне уверенности. Руссо и Шумахер предложили этот тест более чем 1000 человек и обнаружили, что менее 1% респондентов смогли верно ответить на 9 или все 10 вопросов. Большинство людей неверно отвечали на 4-7 вопросов (индекс неожиданности 40-70%), опять-таки подтвердив свойство переоценки.

### Тест для самопроверки переоценки себя

Для каждого вопроса отметьте верхнюю и нижнюю границы, в которых (вы уверены на 90%) находится этот ответ. Вы не должны ни переоценить, ни недооценить свою правоту. Если вы успешно справитесь с заданием, у вас будет 10% непопадания, т.е. одна ошибка.

|                                                  | Уверенность на 90% |         |
|--------------------------------------------------|--------------------|---------|
|                                                  | Нижняя             | Верхняя |
| 1. Мартин Лютер Кинг умер в возрасте             |                    |         |
| 2. Длина Нила                                    |                    |         |
| 3. Количество стран — членов ОПЕК                |                    |         |
| 4. Количество книг в Ветхом Завете               |                    |         |
| 5. Диаметр Луны в милях                          |                    |         |
| 6. Вес Боинга 747 в фунтах                       |                    |         |
| 7. Год рождения Вольфганга Амадея Моцарта        |                    |         |
| 8. Период беременности (в днях) азиатского слона |                    |         |
| 9. Прямое расстояние от Лондона до Токио         |                    |         |
| 10. Самая большая глубина океана (в футах)       |                    |         |

Рисунок 19.3

Этот тест может навести вас на мысль о том, не переоцениваете ли вы свои знания (*перепечатано с разрешения Руссо и Шумахера, 1989*).

### Корреляция между уверенностью и точностью

Переоценка не является чем-то неизменным, оценку вполне возможно привести в

согласие с точностью. Например, (279:) представьте себе человека, который был на 50% точен, будучи на 70% уверен, на 60% точен, будучи на 80% уверен, и т.д.

В таком случае возникает вопрос: связана ли уверенность с точностью — независимо от наличия или отсутствия переоценки? Если уверенность возрастает, когда возрастает точность, то точность может быть представлена как функция уверенности. Если нет, то тогда уверенность не может быть индикатором точности.

Было проведено много исследований с целью разобраться в этом вопросе, и их результаты зачастую показывали очень незначительную связь между уверенностью и точностью. Чтобы проиллюстрировать это, обратимся к следующим двум проблемам из области истории:

**Проблема 1.** Правительство страны, расположенной недалеко от супердержавы А, после обсуждения неких перемен в своей партийной системе начало расширять торговые отношения с супердержавой Б. Чтобы остановить эти перемены в правительстве, супердержава А посылает свои войска в эту страну и путем военного вмешательства восстанавливает status quo. *Какая держава скрывается под буквой А — США или СССР? Насколько Вы уверены в своем ответе?*

**Проблема 2.** В 1960-х годах супердержава А организовала неожиданное нападение на небольшую страну у своих границ с намерением свергнуть правящий режим. Вторжение провалилось, и большинство оккупантов были убиты или взяты в плен. *Что за страна супердержава А? Насколько вы теперь уверены в своем ответе?*

Версии этих проблем были предложены в п.п. 9 и 10 Анкеты. Если вы выбрали СССР в первом случае и США — во втором, вы были правы. Первая проблема описывает вторжение советских войск в Чехословакию в 1968 году, вторая — американскую военную операцию на Кубе. Большинство людей, по крайней мере, на один вопрос отвечают неверно, независимо от того, насколько они уверены в ответе.

В ноябре 1984 года в журнале *Psychology Today* Филипп Зимбардо и Скотт Плаус опубликовали результаты опроса читателей, содержащего как эти две проблемы, так и описания других конфликтов. Опросный лист включал в себя 10 описаний событий или утверждений политического характера, касавшихся (280:) советского и американского милитаризма, но в каждом описании обозначения США и СССР менялись. Задачей читателей было определить, какая страна скрывается под обозначением «супердержава А» и определить по 9-балльной шкале свою уверенность в каждом ответе.

Основываясь на ответах 3500 человек, мы смогли сделать два заключения. Во-первых, респонденты путали американские и советские милитаристские акции. Несмотря на то что просто подбрасывая монету, можно было бы угадать в среднем 5 ответов из 10, среднее количество верных ответов, данных читателями *Psychology Today* — людьми образованными — было 4,9. Только 54% респондентов определили, что супердержава А в проблеме 1 — это СССР во время вторжения в Чехословакию, и 25% перепутали СССР и США, отвечая на вопрос проблемы 2. Эти результаты говорят о том, что американцы осуждали политику СССР не потому, что она отличалась от политики США, а потому, что она была *советской*.

Во-вторых, мы обнаружили, что уверенность людей не имела ничего общего с их правотой (в среднем связь между ними не превышала 8%, что очень близко к нулю). В целом, люди, ответившие правильно на 8—10 вопросов, были не более уверены в себе, чем менее удачливые респонденты, а более уверенные в себе показывали такие же или более низкие результаты.

Это не значит, что оценки уверенности определяются случайно; респонденты, действительно очень уверенные в своих ответах, кое в чем отличаются от остальных. Две трети уверенных респондентов (уверенных на 8-9 баллов по 9-балльной шкале) были мужчинами, несмотря на то что и мужчины, и женщины приняли одинаково активное участие в опросе и большинство из них были старше 30 лет. Они в два раза чаще неуверенных респондентов хотели укрепления обороны страны и в два раза чаще были уверены, что СССР нельзя доверять. И средний их результат был 5,1 — чуть больше, чем

можно получить, подбрасывая монету. Итак, очень уверенные в себе респонденты не могли отличить действия СССР от действий США, но они были предвзяты в оценке и выступали за укрепление обороны.

Как было отмечено выше, в результате многих других опытов обнаружена незначительная связь между уверенностью в ответах и их точностью или вовсе не было обнаружено такой связи (Пайз и Снайзек, 1991; Райбек, 1967; Снайзек и Хенри, 1989; (281:) 1990; Снайзек, Пайз и Свицер, 1990). Эта общая тенденция особенно ярко проявилась в исследовании свидетельских показаний. Более того, эти исследования показали, что уверенность свидетелей в своих показаниях имела самое незначительное отношение к тому, насколько точны были эти показания на самом деле (Браун, Деффенбэйкер и Стеджилл, 1977; Клиффорд и Скотт, 1978; Луэпп, Уиллз и Остром, 1978). При обзоре 43 отдельных исследований связи между точностью и оценкой в свидетельских показаниях Кеннет Деффенбэйкер в 1980 году обнаружил, что в 2/3 «судебных» исследований (например, исследований, в которых респонденты должны были оценивать приговоры) связь между оценкой и точностью не была ярко выраженной. Открытия вроде этого заставили Элизабет Лофтус, автора *Eyewitness Testimony*, заключить: «Нельзя воспринимать уверенность как абсолютную гарантию чего-либо» (1979, с. 101).

Те же результаты были обнаружены и в клинических исследованиях. В одной из первых работ на эту тему Льюис Голдберг в 1959 году исследовал связь между точностью и уверенностью в ней при клиническом диагностировании. Голдберга интересовало, могут ли врачи точно поставить диагноз нарушения дыхательных функций на основе наиболее широко применяющихся методов диагностики. Он показывал результаты 30 исследований 4 врачам, 10 практикантам и 8 неврачам. Половина исследований была проведена с больными, половина — с абсолютно здоровыми людьми. Респондентов просили подтвердить или опровергнуть диагноз и давали им следующие варианты ответов относительно их уверенности: «да, однозначно»; «скорее всего да»; «мне кажется, да»; «может быть» и «не знаю».

Голдберг обнаружил два удивительных факта. Во-первых, члены всех трех групп (врачи, практиканты и неврачи) правильно оценили состояние 65- 70% пациентов. Клинический опыт ничего не значил, неврачи и врачи со стажем от 4 до 10 лет справились с задачей одинаково. Во-вторых, не было обнаружено серьезной связи между диагнозом и уверенностью в его точности. Уверенность была примерно одинаковой и в случае ошибки, и в случае точного диагноза (см. рис. 19.2). Тот же результат был получен и при исследовании диагностирования рака, пневмонии и т.д. (Сентор, Далтон и Йетс, 1984; Кристенсен-Шалански и Бушихед, 1981; Уоллстен, 1981). (282:)

### **Как можно снизить переоценку?**

В двух экспериментах по исследованию путей определения градуировки Лихтенштейн и Фишхофф в 1980 году обнаружили, что люди, сначала страдавшие переоценкой, постепенно вырабатывают лучшую градуировку после 200 оценок и получения правильных ответов. Хол Арке и его коллеги пришли к выводу, что переоценка может быть снижена, если давать респондентам трудные задачи (Арке, Кристенсен, Лей и Бламер, 1987). Эти исследования показали, что переоценка может быть устранена, хотя прикладная ценность этих открытий ограничена: немногие люди могут пройти специальную тренировку для снижения переоценки.

Более полезной методикой является постепенное снижение переоценки от оценки к оценке. Это даже не похоже на методику. Просто надо каждый раз говорить себе:

*Остановись и подумай, почему твой ответ может быть неверным!*

Ценность этой методики была зафиксирована Ашер Кориат, Сарой Лихтенштейн и Барухом Фишхоффом в 1980 году. В их исследовании субъекты отвечали на две серии

вопросов из области общего знания, в каждом вопросе давалось по 2 варианта ответа. Одна серия была *контрольной*, а другая — *инструктивной*. Отвечая на вопросы в первой серии, респонденты оценивали также вероятность того, что их ответы верны (от 50 до 100%). Во второй серии вопросов их просили, прежде чем давать ответ, перечислить контраргументы для каждой из альтернатив.

При этом обнаружилось, что если в первой серии испытуемые продемонстрировали обычный уровень переоценки, то во второй за счет аргументации они достигали очень хорошей градуировки (как и испытуемые, прошедшие специальный курс подготовки в эксперименте Лихтенштейн и Фишхофа). Испытуемые теперь были склонны оценивать свою уверенность величиной, более близкой к 50%, чем к ста, да и ответы их стали точнее (поскольку они думали над ответами).

В следующем эксперименте Кориат, Лихтенштейн и Фишхофф обнаружили, что не аргументирование, как таковое, снижает переоценку, а именно приведение *контраргументов*. Испытуемые, прослушавшие ряд доводов в поддержку той или иной (283:) оценки, не снижали оценки своей уверенности. Это происходило, только если приводились причины, по которым тот или иной ответ мог оказаться неверным. Хотя частично такие результаты могли стать следствием того, что контраргументы заставляли их чувствовать себя неуверенно; другие исследования подтвердили, что, в целом, приведение контраргументов снижает уверенность в правильности ответа (например, Хох, 1985).



Рисунок 19 4

Трудная задача учитывания множества перспектив (Калвин и Хоббс, перепечатано с разрешения, все права защищены, 1990 Universal Press Syndicate)

Эти результаты являются реминисценцией исследования Словика и Фишхоффа (1977), обсуждавшегося в гл. 3, где уверенность в предсказуемости результатов снижалась по мере приведения причин, по которым итоги могли бы быть иными. С того времени было поставлено множество опытов, показывающих, как различные смещения в оценке снижались путем предоставления возможности получения иных результатов или ответов (Гриффин, Даннинг и Росс, 1990; Хох, 1985; Лорд, Леппер и Престон, 1984). (284:)

Как писали последние (1984, с. 1239): «Наблюдение, что люди слепы в отношении иных возможностей, — не новость. В 1620 году Фрэнсис Бэкон писал, что «особая и постоянная ошибка человеческого разума в том, что его более привлекают утверждения, а не отрицания!» В следующей главе это ослепление — и некоторые его последствия — будут обсуждаться в деталях.

## Заключение

Исследования переоценки очень важны. В большинстве исследований средний уровень уверенности людей в своей правоте превышал точность их ответов на 10- 20%. Казалось бы, переоценка не является катастрофой, просто люди уверены, что их оценки правильны до тех пор, пока ставка не слишком высока, но как показали исследования, переоценка, излишняя самоуверенность — одна из наиболее разрушительных форм человеческих заблуждений.

Собранные вместе, обсуждавшиеся в этой главе исследования наталкивают на мысль о следующих способах защиты от излишней самоуверенности:

- ❖ Во- первых, постарайтесь сделать задачу более легкой для конкретного рассмотрения. Чем сложнее задача, тем значительнее сверхуверенность.
- ❖ Во- вторых, постарайтесь сравнить свою оценку уверенности с оценками других людей. Если исследованиями установлено, что 90%- ная уверенность обычно соответствует 70-75% точности, возможно, стоит «переделать» ощущаемую уверенность с 90% на 70-75%.
- ❖ По тем же причинам не стоит быть уверенным на 100%. И это особенно важно, если вы предсказываете поведение других людей.
- ❖ И, наконец, если вы чувствуете полную уверенность в своем ответе, прикиньте, почему он может оказаться неверным. Может быть, вы и не измените мнения, но зато ваша оценка будет лучше проградуирована. (285:)

## Глава 20. Пророчества, сбывающиеся сами собой

Представьте, что на каждой из карточек, изображенных на рис. 20.1, с одной стороны изображена цифра, с другой — буква. Вам говорят: «если с одной стороны карточки — гласная, то с другой стороны — четное число». Какие карточки вам надо перевернуть, чтобы убедиться в истинности этого утверждения? (см. п. 39 Анкеты).

Когда Питер Уэйсон и Фил Джонсон-Лайрд в 1972 году задавали вопросы такого типа\* 128 студентам университета, они обнаружили, что «Е и 4» — наиболее распространенный ответ (его (286:) дали 59 субъектов), а «Е» — второй наиболее распространенный (42 субъекта). Другими словами, большинство студентов выбрали карточки, изображения на которых были *названы* в вопросе. Только пять студентов дали верный ответ: «Е и 7».

Рисунок 20.1



\* В некоторых версиях этого вопроса использовались другие символы, но логика и структура проблемы оставались прежними. (286:)

Если этот ответ вам кажется удивительным, подумайте над проблемой следующим образом. Утверждение звучало так: «Если гласная — то число четное» или более обобщенно «Если X, то Y». Единственный способ доказать, что это не так, — найти случай, где «X и не Y» (т.е. гласная и *нечетное* число). Итак, две карточки, которые могут удовлетворять этому последнему условию, — это карточка с гласной «Е» и карточка с нечетным числом «7».

Карточки с гласной и четным числом не имеют никакого отношения к проблеме.

Хотя объяснение кажется простым, проблема вызывает затруднения у большинства людей. Робин Доус в 1975 году нашел, что четверо из пяти хорошо знающих математику психологов не могли решить эту задачу. Возникает вопрос, почему такие проблемы трудны и какое значение это имеет для принятия решений.

### Опять угадал

Вам будут даны три числа, подчиняющиеся некоторому правилу, которое я знаю. Это правило основано на родстве чисел, а не на их абсолютной величине, т.е. это не правило, вроде того, что все числа меньше (или больше) пятидесяти.

Ваша задача — узнать это правило, создавая цепочки по три числа, о каждой из которых я буду говорить, удовлетворяют они правилу или нет. Вы должны стремиться угадать правило, используя как можно меньшее число комбинаций.

Помните, что ваша задача — не просто найти числа, удовлетворяющие правилу, но разгадать само правило. Когда вы почувствуете себя абсолютно уверенным в том, что разгадали его — но не раньше — запишите его. Есть ли у вас вопросы?

Уэйсон в 1960 году давал эти инструкции вместе с простым рядом чисел (2, 4, 6) 29 студентам в эксперименте, посвященном выдвижению гипотез. Правило было: «три числа, расположенные в порядке возрастания». В результате только шесть субъектов смогли указать его, не делая дополнительных попыток. Типичная беседа звучала следующим образом:

Субъект — 19-летняя девушка

(С): 8, 10, 12.

Экспериментатор (Э) Эти числа подходят. (287:)

(С): 14, 16, 18.

(Э): Эти числа также подходят.

(С): 20, 22, 24.

(Э): Подходят.

(С): 1, 3, 5.

(Э): Подходят.

(С): Правило состоит в том, что, начиная с любого числа, каждое последующее больше предыдущего на два.

(Э): Это неверно. Продолжайте, пожалуйста...

Так же, как в проблеме с четырьмя карточками, Уэйсон обнаружил, что люди чаще стараются подтвердить правило (например, 8, 10, 12), чем нарушать его (12, 10, 8). Эта тенденция известна как «смещение к подтверждению». Несмотря на то что термин «смещение к подтверждению» используется чуть ли не во всех случаях жизни (Фишхофф и Бейт-Маром, 1983), в данном случае мы будем применять его для обозначения использования информации, соответствующей гипотезе, вместо информации, противоречащей ей.

В тонком анализе того, как люди проверяют свои предположения (гипотезы, правила, теории и т.д.), Джош Клейман и Янг Ван Ха (1987, с. 220) писали, что смещения к подтверждению являются результатом «стратегии позитивной проверки», являющейся полезным видом эвристики, но «как и любая эвристика... не всегда оптимальным и могущим привести к серьезным трудностям в некоторых ситуациях». Ряд таких трудностей уже обсуждался в главе 15 — это проблемы, возникающие при соотносительной оценке, когда люди сосредотачиваются только на подтверждающих, позитивных примерах (например, как в исследовании Яна Смедслунда, 1963). Есть и другие примеры.

### Самосохраняющиеся социальные убеждения

В 1979 году Марк Шнайдер и Нэнси Кантор описали три эксперимента по смещению к

подтверждению в социальном восприятии. В первом из этих экспериментов всем субъектам дали одинаковое описание женщины по имени Джейн — она была открытой в одних ситуациях и замкнутой в других. Например, Джейн могла свободно разговаривать с незнакомыми людьми во (288:) время прогулок, но становилась замкнутой, скажем, в супермаркете. Через два дня после прочтения описания субъектов попросили оценить два утверждения: 1) в целом Джейн подходит для работы, требующей открытости (например, агент по продаже недвижимости); 2) в целом Джейн подошла бы работа, которой не вредит замкнутость (например, в библиотеке). Некоторым субъектам говорили, что Джейн ищет работу, другим — что она уже работает. Для простоты мы рассмотрим вариант, в котором субъекты думали, что Джейн ищет работу.

Эту группу субъектов попросили перечислить все факторы, по которым Джейн подошла бы на ту или иную работу, и определить, насколько она для нее подходит. Шнайдер и Кантор обнаружили, что респонденты, предлагавшие Джейн на работу торговым агентом, считали преобладающим качеством в ней открытость, а те, кто считал ее подходящей на роль библиотекаря, называли замкнутость ее преобладающим качеством. Другими словами, и те и другие считали подходящее качество более сильным, чем неподходящее. Более того, это предубеждение соответствия было связано с оценкой того, насколько Джейн подходит для той или иной работы. Большинство респондентов считали ее подходящей на отведенную ей роль — какой бы она ни была.

Второй эксперимент повторял первый с незначительными изменениями (термин «насколько подходит» был заменен на «пригодность», чтобы исключить некоторую расплывчатость), а третий состоял в следующем: респонденты выслушивали все, что хотели знать о кандидате на работу для того, чтобы определить, насколько он подходит на роль агента или библиотекаря. Как и раньше, подходящая информация использовалась респондентами чаще, чем неподходящая. Например, когда они считали, что кандидат подходит на роль агента, то спрашивали: «Насколько он открыт?», а не «Насколько кандидат замкнут?» Примерно такие же результаты были обнаружены в нескольких экспериментах Марка Шнайдера и Уильяма Суонна в 1978 году.

Использование этих результатов может помочь в некоторых ситуациях. Как писали Шнайдер и Суонн (с. 1211- 1212):

[Люди] могут создавать для себя мир, в котором гипотезы и убеждения превращаются в прогнозы, сбывающиеся сами собой... Из этого предположения легче понять, почему такое количество популярных убеждений о других людях (в особенности совершенно ошибочных (289:) социальных и культурных стереотипов) настолько тяжело изменить. Даже если бы кто- то выразил сомнение в точности этих убеждений и попытался бы проверить их, кто-нибудь обязательно «нашел» бы все необходимые подтверждения и доказательства И, наконец, у кого-то обязательно остается чувство уверенности (совершенно необоснованной) в том, что эти убеждения должны быть верными, поскольку они выдержали (как может показаться) суровые процедуры проверки их точности.

## Эффект Пигмалиона

Относитесь к людям так, как если бы они были тем, чем им следует быть, и вы поможете им стать тем, чем они способны быть.

Иоганн Вольфганг Гёте

Термин «предсказания сбываются сами собой» был введен в 1948 году Робертом Мертоном. Говоря его словами (1948, с. 195- 196): «Предсказания, сбывающиеся сами собой, это, прежде всего, *ошибочное* определение ситуации, вызывающее новое поведение, которое заставляет изначальную *ошибочную* концепцию становиться *правдой*. Специфические качества этого заблуждения постоянно порождают ошибки. Люди воспринимают все события

как подтверждение того, что они были правы с самого начала... Так извращается социальная логика». Короче, сбывающиеся сами собой предсказания — это ошибочная концепция, но ошибочная концепция, постоянно кажущаяся правдой.

В 1968 году Роберт Розенталь и Ленора Якобсон опубликовали результаты на сегодня самого знаменитого эксперимента по исследованию этого заблуждения. В этом эксперименте учителям старшей школы давали прогнозы, из которых следовало, что 20% их учеников улучшат результаты своих экзаменов в будущем году. Хотя, как показывали результаты тестов IQ, проведенные восьмью месяцами позже, эти ученики оказались лучше своих товарищей.

Что делает эти открытия примечательными, так это то, что «перспективные» ученики были выбраны *наугад*. Учителя же стали уделять им больше внимания, чем остальным, и в результате эти ученики действительно показали лучшие знания. Розенталь и Якобсон назвали этот феномен «эффектом Пигмалиона» (после того как Бернард Шоу написал свою пьесу, в которой профессор превращает цветочницу в леди). (290:)

Со времени эксперимента Розенталя и Якобсон было проведено более 400 исследований природы сбывающихся предсказаний в различных условиях, и более 100 из них были посвящены учителям (Брофи, 1983; Джассим, 1986; Розенталь, 1987, декабрь). В целом, эти исследования показали, что уверенность учителей в успехах учеников влияет на появление этих успехов, хотя порою эффект бывает очень умеренным (Брофи, 1983). Интересно, что действительно встречаются «ученики — «пигмалионы»». Роберт Фельдман и его коллеги обнаружили, что и в случае, когда в будущих успехах уверен сам ученик, и когда в этом уверены его учителя, эффект был одинаково сильным (Фельдман и Прохазка, 1979; Фельдман и Тейсс, 1982).

## В умах людей

Несмотря на то что Розенталь и Якобсон исследовали отношения учителей и учеников, эффект Пигмалиона не ограничивается пределами классной комнаты. Одной из наиболее захватывающих иллюстраций этого явления был опыт Марка Шнайдера, Элизабет Танк и Эллен Бершейд (1977), исследовавших, как стереотипы, складывающиеся у мужчин относительно женской привлекательности, подтверждаются сами собой.

В первой части этого эксперимента случайным образом разбитые на пары мужчины и женщины разговаривали в течение 10 минут по телефону, причем разговор записывался на пленку. Без ведома женщин, однако, мужчины были уведомлены экспериментатором, что, мол, «другие участники эксперимента сказали нам, что они чувствуют себя более комфортно, если имеют описание или фотографию человека, с которым разговаривают». Поэтому мужчин фотографировали поляроидом, а им выдавали фотографии женщин (их мнимых партнеров). На самом деле, эти снимки были наугад выбраны из архивов восьми фотографов. Четыре из них изображали женщин, которые были очень привлекательны, а другие — не очень привлекательных женщин. Таким образом, мужчины думали либо, что их собеседницы внешне привлекательны, либо, что они внешне непривлекательны. Фотографии же мужчин были попросту выброшены, и женщины так ничего и не узнали.

После телефонного разговора каждый мужчина заполнял анкету, где интересовались его впечатлением от женщин, с (291:) которыми он говорил. В эти анкеты было включено множество стереотипных характеристик — общительность, самообладание, чувство юмора и т.д. Неудивительно, что мужчины, разговаривавшие с женщинами, которых они считали физически привлекательными, позже называли их более общительными, раскрепощенными, веселыми и т.п., чем называли своих собеседниц те мужчины, которые думали, что говорят с не очень привлекательными женщинами. Это пример эффекта ореола, обсуждавшегося в 4 главе.

Более важными были оценки нескольких независимых субъектов, слушавших записи разговоров. Одни из них слушали только реплики мужчин, другие — только реплики женщин

(среди тех и других были и мужчины, и женщины, но в их оценках не было существенных различий). Согласно оценкам, сделанным этими субъектами — не знавшими ничего ни о цели эксперимента, ни о личностях говоривших, — реплики мужчин, думавших, что они говорят с привлекательными женщинами, звучали более свободно, сексуально, интересно, в них было больше юмора и т.д., чем в репликах мужчин, думавших, что их собеседницы не очень привлекательны. В этих предположительных оценках также было сказано, что женщины, которых считали привлекательными, говорили более живо, свободно, весело, нежели женщины, которых считали непривлекательными, несмотря на то что респондентов для эксперимента отбирали случайным образом и представления респондентов- мужчин не имели ничего общего с тем, насколько действительно были привлекательны их собеседницы.

Как писали Шнайдер, Танк и Бершейд (1977, с. 661 и 663): «То, что было в голове у мужчин, отразилось на поведении женщин и даже на оценках людей, которые слушали только запись реплик этих женщин... Первоначальная гипотеза подтвердилась: стереотип — это действительно предсказание, сбывающееся само собой».

## **Расовые стереотипы**

Этот вид сбывающихся предсказаний — неизменные стереотипы — играет критическую роль в расовой дискриминации. Исследование этой темы было опубликовано Карлом Уордом, Марком Занной и Джоелом Купером в 1974 году. (292:)

Уорд, Занна и Купер предваряли свой отчет замечанием, что люди часто обнаруживают свое отношение к окружающим своей многословностью. Например, когда люди хорошо относятся к кому-либо, они обычно стараются быть ближе к этому человеку, стараются чаще его видеть, придерживаться схожего мнения и т.д. С другой стороны, люди имеют тенденцию избегать тех, кто им неприятен. Например, скорее забывать разговоры с такими людьми, отстоять от них на некоторой психологической дистанции. Уорд, Занна и Купер изучали эти отклонения в двух экспериментах — в одном из них белые субъекты разговаривали с белым и черным ассистентами, а в другом белые субъекты говорили с белым ассистентом. Все субъекты и ассистенты были мужчинами.

В первом эксперименте респондентов приглашали в лабораторию, где они встречались с двумя другими «респондентами» (ассистентами). Потом приходил еще один ассистент и, наконец, экспериментатор. Он сообщал четырем «респондентам», что они будут соревноваться с четырьмя другими командами в создании компании. Он объяснял, однако, что их команде нужен еще один человек и кто-то из них должен поговорить с ассистентами, чтобы выбрать из них пятого члена команды.

Всего проводилось четыре интервью. В первом ассистент разговаривал с другим ассистентом, а четвертого никогда не происходило — последний кандидат всегда отказывался. Интерес же представляли второй и третий разговоры. Половина субъектов разговаривала сначала с белым ассистентом, половина — с черным (хотя впоследствии оказалось, что порядок ничего не значил). Ассистенты были специально обучены вести себя стандартным образом и ничем не выдавать цели опытов.

Уорд, Занна и Купер выделили несколько основных характеристик этих разговоров: (1) продолжительность; (2) число ошибок в речи, допущенных субъектом (они отражали ощущение дискомфорта); (3) расстояние, на котором находились друг от друга субъект и ассистент. Первая величина оценивалась экспериментатором, вторая — независимыми респондентами при прослушивании аудиозаписи (в нее входили повторения, оговорки, заминки и т.п.). Третья величина просто создавалась: когда испытуемый входил в комнату, ассистент уже сидел там, но второго стула не было и испытуемому предлагалось принести его из (293:) соседней комнаты и сесть на том расстоянии от ассистента, на каком ему заблагорассудится.

Уорд, Занна и Купер обнаружили, что респонденты говорили на 35% дольше с белыми

ассистентами, чем с черными, делали при разговоре с черными на 50% больше речевых ошибок и сидели от черных на 7% дальше, чем от белых. Все различия высчитывались статистически.

Но это еще не все. Зафиксировав эти различия, Уорд, Занна и Купер провели еще один эксперимент, чтобы проследить такую дискриминацию во время приема на работу. Белые ассистенты разговаривали с белыми респондентами и относились к ним то как к белым в первом опыте, то как к черным в первом опыте — т.е. садились дальше от них, запинаясь и оговаривались и быстро заканчивали разговор (или наоборот).

Было обнаружено, что испытуемые, к которым относились как к черным в первом опыте, хуже отвечали на вопросы (оценивалось независимыми респондентами по аудиозаписи), сами сбивались и оговаривались и позже оценивали ассистента, как недружелюбного. Итак, такое отношение, которое было к черным ассистентам в первом опыте, заставило белых респондентов чувствовать себя неуютно во время второго эксперимента — яркая демонстрация того, что расовые стереотипы превращаются в самоподтверждающиеся.

## Заключение

Несмотря на то что исследования самоподтверждающихся стереотипов обычно проводятся с респондентами- мужчинами (Кристенсен и Розенталь, 1982), смещения и предрассудки такого рода проявляют и мужчины, и женщины, что зафиксировано в нескольких обзорах (Дарли и Фацио, 1980; Миллер и Тернбулл, 1986; Шнайдер, 1984). Тенденция людей искать подтверждения — неважно, при решении ли логических задач, при собеседованиях, при учебной аттестации и т.д. — широко распространена и известна.

Более того, как показали эксперименты Клиффорда Майнатта, Майкла Доуэрти и Райана Туэни, эти смещения иногда бывает очень трудно устранить. В первом своем опыте эти исследователи создали ситуацию, в которой респонденты должны были «проводить исследования» с помощью компьютерной программы. (294:)

При этом испытуемым давали одну из трех установок: 1) дело исследователя — *подтверждать* гипотезы; 2) дело исследователя — *опровергать* гипотезы; 3) дело исследователя — *проверять* гипотезы.

Майнатт и его коллеги обнаружили, что дальше в «опровергающем» варианте эксперимента установка не оказывала влияния на предубеждения соответствия. Независимо от установки респонденты в 70% случаев искали подтверждение, а не опровержение гипотезы.

Во втором эксперименте исследователи тщательно пояснили субъектам суть установки на опровержение гипотезы. Используя ту же процедуру, что и раньше, Майнатт, Доуэрти и Туэни проверили эксперимент с двумя группами: первой не дали инструкций — она была контрольной, а во второй провели тщательный инструктаж по методам проверки гипотез. Но результат остался прежним. Предубеждение соответствия не снижалось или снижалось очень незначительно.

Так как же можно устранить предубеждение соответствия и самоподтверждающиеся предсказания? Хотя исследования дают не слишком ясный ответ, одной из стратегий может оказаться уделение большего внимания мотивирующим факторам (Шнайдер, в прессе). Например, Шнайдер, Кэмпбелл и Престон (1982) снижали предубеждение соответствия, объясняя субъектам, что их собеседник может воспринять некоторые их вопросы как проявление предрассудков и отреагировать адекватно. В этих случаях в ходе разговора опровержения и подтверждения находились одинаково часто.

Другой действенный способ — задавать вопросы, вызывающие ответ- опровержение. Исследователи Джей Руссо и Поль Шумахер рассказывали историю о своем бывшем студенте, Джее Фридмане, который весьма успешно использовал эту стратегию. Фридман работал аналитиком и всегда советовал старательно опровергнуть любое мнение прежде, чем

давать финансовые рекомендации. Руссо и Шумахер (1986, с. XIV-XV) описывают его метод так:

Фридман всегда старался задавать вопросы, ответы на которые должны были доказать его неправоту, какого бы мнения он ни придерживался. Например, если он считал, что курс упадет, то задавал вопрос, который наталкивал собеседника на противоположный ответ, например: «Правда ли, что курс растет?» Вопросы такого рода позволяли ему точнее видеть реальное положение дел. (295:)

Как отмечалось в предыдущей главе, люди могут снижать переоценку и корректировать свои решения, задумываясь над тем, почему их мнение может быть ошибочным (Кориат, Лихтенштейн и Фишхофф, 1980; Лорд, Леппер и Престон, 1984). Тем же способом можно избавиться и от самоподтверждающихся прогнозов, и от самоподтверждающихся стереотипов. Эта возможность используется, что и подтверждается — или *опровергается* — психологическими исследованиями.

## Глава 21. Поведенческие ловушки

«Спасибо за звонок. Все наши операторы в настоящий момент заняты. Пожалуйста, не кладите трубку, и ваш звонок будет принят при первой же возможности».

Проходит минута. Две минуты. Вас начинает интересовать, подойдет ли кто-нибудь вообще к телефону. Может это какая-то холостая линия — эдакая телефонная мертвая зона? Скажем, звонок в лесу, где просто некому снять трубку...

С другой стороны, может быть в эту секунду вас уже соединяют. Другие люди заканчивают разговор, и вы можете упустить свою возможность, если положите трубку. Кто знает, может вы — следующий в очереди.

Вы ждете невыносимо долго. Три минуты. Четыре минуты. *Сколько можно говорить\*?*

Наконец, вы решаетесь. Если оператор не снимет трубку в ближайшие 60 секунд, вы бросите эту затею. Проходит 30 секунд, 40 секунд, 50 секунд и никакого ответа. Время проходит, вы ждете еще несколько мгновений и кладете трубку.

Звучит знакомо? Эта ситуация имеет все признаки «поведенческой ловушки». Поведенческая ловушка — это ситуация, в которой индивидуумы или группы выбирают некую линию поведения, которую затем бывает очень трудно изменить. Это определение близко к данному Джоном Платтом в 1973 году в работе, посвященной социальным ловушкам, и настоящая глава во многом основана именно на анализах и выводах Платта и его коллег Джона Кросса и Мелвина Гайера (1980). Поскольку ловушки не всегда носят социальный характер, то заменим традиционный термин «социальные ловушки» на более общий — «поведенческие ловушки».

## Классификация ловушек

В 1980 году Кросс и Гайер опубликовали классификацию ловушек и контрловушек. Говоря их собственными словами (с. 18), «контрловушки (грехи оплошностей) возникают, когда мы (297:) избегаем потенциально выгодного поведения, тогда как ловушки (грехи обязательств) появляются, когда мы выбираем потенциально опасный путь». Как было отмечено выше, одна из распространенных ловушек — ожидание ответа телефонного оператора. Обычной контрловушкой может оказаться уборка (если ее не делать, потом будет сложнее разобраться) или просмотр корреспонденции (количество которой со временем растет).

Существует несколько четких видов ловушек, каждому из которых соответствует одноименный вид контрловушек. Беря классификацию Кросса и Гайера за основу, ловушки можно подразделить следующим образом:

- ❖ ловушки отсрочки,
- ❖ ловушки неведения,
- ❖ ловушки вклада,

- ❖ ловушки ухудшающейся ситуации,
- ❖ коллективные ловушки.

Несмотря на то что отдельные элементы всех пяти видов ловушек комбинируются и образуют гибридные ловушки, в основе каждого из видов свой характерный принцип.

### Ловушки отсрочки

Если вы находите, что соблюдать диету или регулярно заниматься спортом сложно, вы знакомы с силой ловушек отсрочки. В основе их лежит сиюминутное потакание своим слабостям, влекущее за собой долго тянущиеся последствия. Все начинается достаточно невинно — с любимого десерта и нескольких сигарет, а может закончиться через много лет ожирением и раком легких. Или, в версии контрловушек, стремление отсрочить неприятный момент (аэробiku — для одних, визит к дантисту — для других) в конце концов приводит к инфаркту или к необходимости в зубных протезах. Главное в ловушках и контрловушках то, что относительно небольшая боль или удовольствие сегодня могут породить серьезные проблемы в будущем.

Любая ситуация такого типа грозит большими неприятностями, вызываемыми отсрочкой. Например, сегодняшнее застолье с выпивкой завтра отзовется похмельем; краткое удовольствие от секса без предохранения может привести к СПИДу; логика «покупать — сейчас, платить — потом» может привести к потере (298:) кредита и отложенным планам; быстрые, но непродуктивные результаты оплачиваются крахом. Даже яблоко в Эдемском саду может быть расценено как наживка в ловушке отсрочки — символ искушения и его потенциальных последствий.

### Ловушки неведения

Люди, попадающие в ловушки отсрочки, часто понимают, что им грозит. Люди с излишним весом знают опасность переедания, а курильщики иногда даже называют сигареты «раковыми палочками». Беспокойство об излишнем весе или болезни редко бывает эффективным средством против отсроченной ловушки.

Ловушки неведения действуют иначе. В этом случае люди не понимают и не предвидят опасности. Например, в XIX веке курильщики не знали, что курение может привести к раку. Если бы им была доступна такая информация, многие вообще не начинали бы курить (конечно, сейчас курение по-прежнему остается одной из самых распространенных ловушек отсрочки, и миллионы людей продолжают попадать в нее).

Ловушки неведения наиболее распространены, когда выбираются новые жизненные пути. Например, студенты выбирают специальность, которая оказывается совсем не такой интересной, какой она казалась. Рабочие оказываются занятыми работой, которая не отвечает их ожиданиям. Влюбленные расстаются, потому что обманулись друг в друге. От этих ловушек не застрахован никто, они — неотъемлемая часть жизни, однако существуют методы снизить вероятность попадания в них (эти методы далее будут обсуждаться).

Одним из самых трагических примеров ловушки неведения является история применения инсектицидов в американском сельском хозяйстве. Когда в 1940 году были предложены такие средства от насекомых, как ДДТ, они показались наиболее эффективным средством борьбы с вредителями. Когда эти средства вскоре стали доступны, американские фермеры стали повсеместно их применять.

Это вызвало, по меньшей мере, два катастрофических последствия: (1) птицы и насекомоядные животные стали вымирать; (2) вредители же приспособились к ядам, и их количество стало *расти*. Были изобретены новые яды, но насекомые приспособились и к ним. После миллионов лет эволюции они не собирались сдаваться без боя. (299:)

За десятилетия такой борьбы стало ясно, что каждый виток использования химикатов ведет лишь к ухудшению ситуации. Производство сельскохозяйственной продукции в США

за период с 1950 по 1974 год упало, а количество насекомых удвоилось (Роббинс, 1987). Кроме того, согласно данным энтомологов Калифорнийского университета, 24 из 25 видов наиболее опасных вредителей теперь имеют повышенную устойчивость к ядам (Лак, ван ден Бош и Гарсиа, 1977). Каждый год более 40 тысяч тонн химикатов используется в США, принося огромный вред природе, загрязняя воду и ставя под угрозу безопасность людей.

### **Ловушки вклада**

Кросс и Гайер не включили ловушки вклада в свою классификацию, но в последнее время именно этот вид заблуждений стал объектом пристального внимания исследователей. Ловушки вклада возникают, когда предыдущие вложения времени, денег и других ресурсов заставляют людей делать выбор, который в других условиях они никогда бы не совершили. На языке исследователей эти ловушки приводят к «эффекту погубленных затрат». Хол Арке и Катрин Бламер в 1985 году проиллюстрировали «эффект погубленных затрат» в 10 миниэкспериментах. В одном из этих экспериментов группе субъектов был задан следующий вопрос:

Если бы вы были президентом авиакомпании и вложили 10 миллионов долларов в разработку самолета, невидимого для радаров, самолета-невидимки, но в тот момент, когда проект был завершен на 90%, другая фирма выпустила бы самолет-невидимку быстрее и экономичнее того, который строился на ваши деньги, вложили бы вы в разработку оставшиеся 10% средств?

Посмотрите, что вы ответили, столкнувшись с этой проблемой в п. 6 Анкеты. Арке и Бламер обнаружили, что 85% респондентов высказались за окончание разработок, несмотря на то что это было бессмысленно, если самолет конкурентов уже готов и они завоевывают рынок. Когда же другой группе предложили версию этой проблемы, не предполагавшую предварительных инвестиций, только 17% соглашались вложить деньги в проект. 10 миллионов долларов создавало существенную разницу.

В другом эксперименте 1985 года Арке и Бламер показали, что «эффект погубленных затрат» влечет за собой далеко идущие (300:) последствия. Испытуемыми в этом исследовании были 60 театралов, которые хотели купить абонемент на спектакли театра университета в Огайо. Им в случайном порядке продавали билеты одного из трех видов: 1) обычные, за 15 долл.; 2) уцененные на 2 долл.; 3) уцененные на 7 долл. Испытуемым, покупавшим билеты со скидкой, говорили, что это часть рекламной кампании.

Каждый тип билетов был определенного цвета, так что по оторванным корешкам исследователи могли без труда подсчитать, сколько субъектов приходило посмотреть ту или иную пьесу. Для анализа театральный сезон был разбит на две части, на каждую из которых приходилось по пять спектаклей абонемента. Правда, результаты, полученные по итогам двух частей, не особенно различались. Было обнаружено, что за первые шесть месяцев испытуемые, заплатившие за билет полную стоимость, посетили больше спектаклей, чем покупавшие билеты со скидкой. Итак, даже разница в цене в 2 долл. могла оказать влияние на поведение людей в течение шести месяцев.

Этот опыт важен по двум причинам. Он демонстрирует, во-первых, что «эффект погубленных затрат» достаточно реален, а, во-вторых, что величина вклада оказывает влияние на поведение. Как писали Барух Фишхофф и его коллеги (1981, с. 13) в книге *Acceptable Risk* (Приемлемый риск): «тот факт, что ни одна важная дамба в США не была оставлена незаконченной, если уж была начата, говорит о том, насколько далеко может зайти наличие разделяющей бетонной стены в решении проблем».

### **Ловушки ухудшающейся ситуации**

Ловушки ухудшающейся ситуации похожи на ловушки вклада, за одним исключением: стоимость или выгода той или иной линии поведения меняется с течением времени. Эти

ловушки — которые Кросс и Гайер в 1980 году назвали «ловушками скользящих обоснований» — возникают, когда изначальный образ действий постепенно становится менее обоснованным и/или более вредоносным.

Символом ловушки ухудшающейся ситуации может быть пристрастие к героину (которое может, впрочем, составить пример ловушки отсрочки или ловушки неведения). Во-первых, использующие героин получают от этого удовольствие. В то же время, (301:) однако, у них возникает физическая зависимость от него. Им требуются все большие дозы, и постепенно наркотик становится для них больше, чем просто средством достижения эйфории. То, что начиналось как приятное баловство, оборачивается кошмарной зависимостью.

Примерно те же процессы действуют и в случае с использованием средств против насекомых. Несмотря на то что их использование сначала представляло собой пример ловушки неведения, постепенно оно переросло в ловушку ухудшающейся ситуации (см. «Ловушки неведения»).

Ловушки и контрловушки ухудшающейся ситуации часто заставляют людей вести себя абсурдно или саморазрушающе, но так кажется только наблюдателям, не способным оценить ситуацию во всей ее полноте. В своих воспоминаниях, вышедших под названием *Записные книжки*, Б.Ф. Скиннер (1980, с. 150-151) описывает пример такого поведения:

Грузовик был для Билла единственной поддержкой, как лодка для рыбака или корова и кляча для бедного фермера. Соленый воздух на острове, плохие дороги и неправильное обращение пьяного водителя — это должно было доконать машину. Ветровое стекло забрызгано капельками масла. Бампер в грязи. Обивка лишь кое-где сохранилась на сидениях...

Я попросил Билла помочь отбуксировать нашу лодку. Грузовик был припаркован у деревенской лавочки. Я влез внутрь и сел на то, что было остатками правого сидения. Билл толкает грузовик, заскакивает внутрь, дает небольшую скорость... Билл переключает скорость мягко, не снимая руки с рычага. Убедившись, что мотор завелся, мы разворачиваемся возле магазина. Грузовик застревает посреди дороги. Втроем или вчетвером мы толкаем его — нам помогают два молодых человека из машины, которая из-за нас не может проехать... Мы снова заводим грузовик, начинаем разворачиваться и останавливаемся. Время от времени Билл выскакивает наружу, открывает капот и что-то там делает. Но стоит нам проехать с десятую часть мили, как мотор начинает кашлять и глохнет. Билл жмет газ. Конечно, стартер не работает... Мы решаем вернуться через несколько часов. Грузовик не приехал. Спустя 48 часов Билл все еще припарковывал его у магазина. Никто не помогает ему толкать.

Почему он это делает? Есть только одно объяснение — он пропивает свои заработки... Но это еще не все. Его возня с грузовиком была результатом [того, что уменьшение производительности вызывало увеличение усилий]... Билл не получал от грузовика ничего. Если бы это была лошадь, он давно бы забил ее насмерть, потому что лошадь чувствует характер своего хозяина, работает и ждет от него благодарности за работу. Но грузовик Билла тоже был забит насмерть. (302:)

Для стороннего наблюдателя, не знавшего историю Билла, его действия могут показаться неразумными и даже абсурдными. Примерно такие же механизмы действуют в социальных и романтических отношениях. Когда личные отношения постепенно ухудшаются, создаются контрловушки, которые не приносят никакой радости.

### Коллективные ловушки

В отличие от предыдущих ловушек, коллективные ловушки предполагают участие более, чем одного партнера. Здесь стремления одного лица ведут к неблагоприятным последствиям для коллектива. Простейшим примером коллективной ловушки является движение в час пик. Сотни людей предпочитают ездить в одно и то же время, но каждый в этом случае думает

только о себе, и каждый страдает.

Коллективные ловушки близки к «социальной дилемме» в теории математических игр (Доус, 1980). Исследователями им уделяется больше внимания, чем всем остальным ловушкам. Наиболее ярким примером коллективной ловушки является дилемма заключенного, в которой речь идет о двух преступниках, которые получили разные сроки и которым было предложено следующее:

ОКРУЖНОЙ ПРОКУРОР: Послушай-ка, Билли. Мы можем засадить и тебя, и твоего дружка на год. Но если ты донесешь на него, то получишь свободу, а он — 10 лет. Если ты не сделаешь этого, мы освободим твоего дружка и засадим на 10 лет тебя.

ДИКИЙ БИЛЛ: А если мы *оба* донесем — каждый получит по 10 лет?

ОКРУЖНОЙ ПРОКУРОР: Нет. Тогда оба получите в награду за вашу честность по пять лет.

В стандартной дилемме заключенного оба они сталкиваются с одним и тем же выбором, независимым от выбора друг друга. Если один выберет заключение — другой свободен. Если нет — они все равно защищены от возможности просидеть 10 лет. Дилемма состоит в том, что оба заключенных преследуют своекорыстные цели и в итоге просидят в пять раз дольше, чем если бы оба молчали (см. рис. 21.1). (303:)

Другую знаменитую коллективную ловушку биолог Гаррет Хардин назвал в 1968 году «трагедией сообществ». В классической версии этой ловушки несколько стад пользуется общими пастбищами, и кормятся на них стада все вместе. Сначала никаких проблем не возникает. Но постепенно стада разрастаются и пищи перестает хватать на всех. В таком случае добавление новых животных к стаду имеет два последствия — позитивное и негативное. Позитивное последствие состоит в выгоде, которую можно извлечь из добавления еще одного животного — сила стада в борьбе за пастбища увеличится. Негативное же последствие — добавление лишнего брюха. И это касается всех животных в стаде. Как только они теряют силу, они начинают приносить одни неприятности... «Примерно те же механизмы, — писал Хардин, — действуют и среди людей, когда речь идет о перенаселении, загрязнении или производстве атомных ракет».

Рисунок 21.1

Пример дилеммы заключенного. Число над диагональю в каждом квадрате показывает срок заключенного А, а число под диагональю — срок заключенного Б. (304:)

|               |                      | Заключенный А   |                      |
|---------------|----------------------|-----------------|----------------------|
|               |                      | Признание       | Отсутствие признания |
| Заключенный Б | Признание            | 5 лет<br>5 лет  | 10 лет<br>0 лет      |
|               | Отсутствие признания | 10 лет<br>1 год | 1 год<br>1 год       |

Трагедия сообществ во многом похожа на не слишком известную «проблему тьюфяка», коллективную контрловушку, впервые описанную Томасом Шеллингом в 1971 году. В «проблеме тьюфяка» тысячи машин проезжают по двухполосному шоссе в горах в конце выходных, и в это время с крыши одной из них на дорогу вываливается тьюфяк. Вопрос: кто остановится, чтобы убрать его с дороги?

Ответ: никто. Люди, попавшие в пробку, но находящиеся далеко от места событий, просто не знают, в чем дело. Люди, которые объезжают матрасы, ждали слишком долго, чтобы еще

задерживаться на дороге. В такой ситуации меньше всего им хочется потерять еще несколько минут, стаскивая матрац с шоссе. А уж те, кто проехал мимо, не остановятся ни за что.

Проблема тьюфяка напоминает тип коллективной контрловушки, обнаруживаемой в экстремальных ситуациях (в которых ответственность распределена среди многих людей и у них нет желания вмешиваться). Это также частично объясняет политическую «апатию», столь распространенную в США. К несчастью, как заметил Дуглас Хофштадтер (1985, с. 757), «апатия на индивидуальном уровне перерастает в апатию массовую».

### **Сколько вы заплатите за доллар?**

Одна из наиболее известных ловушек поведения — шуточный аукцион по продаже доллара; эта игра соединяет в себе элементы трех видов ловушки: коллективной, инвестиционной и неведения. В этой игре, придуманной Мартином Шубиком в 1971 году, долларовая банкнота выставлена на аукцион. Как замечено Платтом (1973), в этом аукционе — четыре простых правила:

1. Никаких переговоров между покупателями в ходе аукциона.
2. Цена должна быть кратна 5 и начинаться с пяти центов.
3. Назначенная цена не должна превышать 50 долл. (дабы предотвратить слишком сильный накал страстей).
4. Двое, сделавшие самые большие ставки, платят, хотя доллар достается только заплатившему больше всех (это нужно для того, чтобы продавец хоть как-то покрыл свои расходы).

Несмотря на то что игра кажется достаточно невинной, есть в ней два подвоха. Один из них связан с тем, что две самые (305:) большие суммы могут вместе составлять больше, чем 1 доллар, что обеспечивает продавцу выгоду (например, один из участников предложил 50 центов, а другой — 55). В таком случае аукцион продолжает казаться прибыльным (получение доллара за 55 центов), таким образом стремление к личной выгоде уже приводит к коллективным потерям.

Другая скользкая дорожка появляется, когда кто-то назначает цену выше 1 доллара. Чтобы понять, почему люди согласны заплатить больше доллара за доллар, представьте себе кого-то, кто предлагает 95 центов только для того, чтобы его соперник предложил доллар. Что вы будете делать в такой ситуации? Если вы прекращаете игру в этом месте, вы теряете 95 центов. С другой стороны, предложив доллар и пять центов, вы теряете только пять центов. Проблема в том, что человек, который пытается перебить вам цену, рассуждает точно так же.

В результате, предложения могут достигнуть нескольких долларов.

Причина, по которой этой игре уделяется столько внимания, в том, что она наглядно демонстрирует механику гонки вооружений и других международных конфликтов (Констанца, 1984). В 1980 году Аллан Тегер опубликовал книгу *Too Much Invested to Quit*, посвященную исследованию игры по продаже доллара, и многие его заключения касаются военных конфликтов. Тегер писал, что субъекты сначала уделяют слишком много внимания собственной выгоде, но постепенно их мотивация меняется. Рост цены продолжается, субъектов увлекает стремление выиграть торг, сохранить лицо, сделать потери меньше, заставить соперника раскошелиться и т.д. (обычно на этой стадии соперников остается двое). Тегер обнаружил, что, когда цена приближается к одному доллару, оба соперника чувствуют, что их вынуждает продолжать торг их противник, тогда как остальные субъекты считают, что для этого нужно быть сумасшедшим — они не видят, что одинаковые силы движут обоими участниками. А ведь именно по такому принципу «зеркальности» работают механизмы гонки ядерных вооружений.

### **По колено в грязи**

Когда игроки долларового аукциона захвачены азартом — «увязли по колено в грязи», как

выразился Барри Стоу в 1976 году, они (306:) играют «до последнего», подстегивая один другого пока, один из них не уступает. Это явление в 1985 году Джоэл Брокнер и Джеффри Рубин назвали «захлопыванием мышеловки», описывая его как «процесс принятия решений, в котором индивидуумы увеличивают свои обязательства в отношении первоначально избранной, хотя и ошибочной, линии поведения с тем, чтобы оправдать прошлые вложения».

Одно из первых исследований этого явления провел в 1976 году Стоу. Он предлагал студентам экономического факультета гипотетичную, но детально разработанную проблему о предоставлении одному из крупных отделов фирмы 10 миллионов долларов для дополнительных исследований. В первой части эксперимента некоторым студентам сказали, что они сами должны определить получателя денег (т.е. возлагали на них ответственность), а другим — что это уже сделал другой человек (т.е. не возлагали на них ответственность). При этом студенты рассудили, что одному отделу дополнительные средства необходимы и благодаря им он добьется лучших результатов в ближайшие пять лет (т.е. вложения станут позитивным фактором), а другому отделу они повредят (т.е. вложения станут негативным фактором).

Во второй части студентам сказали, что в результате перерасчетов, проведенных специалистами компании, было решено распределить 20 миллионов долларов между двумя отделами. Как показано на рис. 21.2, студенты, которые должны были нести ответственность за решение, предлагали вложить 13 миллионов в тот отдел, которому они предполагали отдать деньги в первой части эксперимента (а это было на 4 миллиона больше, чем предложили студенты из другой группы). Таким образом, ответственность вызывала более однозначные решения, т.е. увеличение, а не уменьшение вложений.

Эксперимент Стоу вызвал огромное количество дополнительных исследований и появление нескольких теоретических обзоров (лучшие из них — Брокнера и Рубина, 1985 и Стоу и Росса, 1987). Несмотря на то что открытия в этой области делаются постоянно, исследователи установили следующее: 1) ситуации, где выбор механичен, приводят к «захлопыванию мышеловки» чаще, чем те, в которых выбор должен производиться активно (Брокнер, Шоу и Рубин, 1979); 2) по крайней мере, для мужчин социальные ситуации более опасны, чем несоциальные (Рубин, Брокнер, Смол- Уэйл и Натансон, 1980); 3) в «захлопывающиеся (307:) ловушки» попадают одинаково часто и отдельные субъекты, и группы (Базерман, Джулиано и Аппельман, 1984), по крайней мере, женщин (Брокнер и Рубин, 1985).

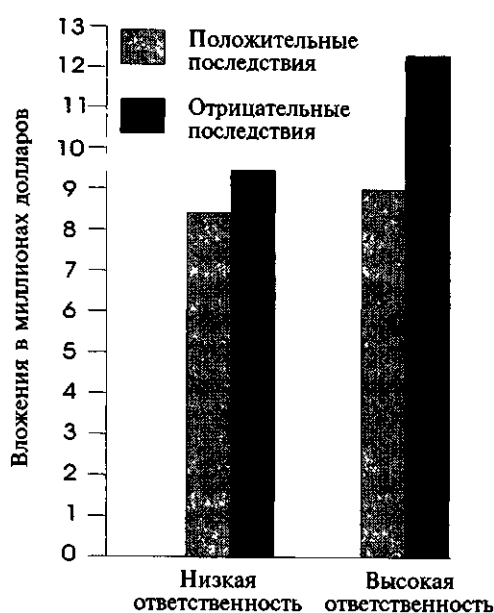


Рисунок 21.2

Этот рисунок демонстрирует пример ловушки. Барри Стоу (1976) обнаружил, что

студенты, изучающие бизнес, которые неудачно вложили воображаемые фонды в непродуктивные отделы компаний, распределяя вложения во второй части эксперимента, вложили больше денег в эти отделы, чем студенты, которые не вкладывали деньги в первый раз или чьи первоначальные решения дали положительные результаты.

Существуют некоторые данные о «мышеловках» в романтических отношениях. Карил Расбалт в 1980 году обнаружила (в ролевом эксперименте), что студенты чаще расстаются с партнерами, если отношения продолжались месяц, чем если они были вместе год. Количество времени испытуемые воспринимали как вклад, побуждающий к продолжению отношений.

## Великий исход

Как ни неприятны ловушки, они редко длятся вечно. В конечном счете, люди, ждущие телефонного ответа, вешают трубку. (308:) Корпоративные служащие перестают швырять средства на ветер. Неудавшиеся партнеры расстаются. Дело не в том, что поведенческие ловушки навсегда «улавливают» людей, а в том, что, оглядываясь, люди жалеют, что не вышли из ловушки раньше.\*

Итак, есть несколько способов снижения или устранения зависимости от ловушек (см. Брокнер и Рубин, 1987; Кросс и Гайер, 1980; Стоу и Росс, 1987). Один из способов, предложенный в 1987 году Барри Стоу и Джерри Россом, состоит в том, что прежде, чем принимать решение или выбирать линию поведения на большой срок, надо оценить их границы и последствия. Эксперименты (Брокнера, Рубина и Ланга, 1981; Натансона и др., 1982) доказывают, что попадание в ловушки может быть уменьшено или сведено на нет, когда цена участия объявляется с самого начала.

В своей книге о ловушках Брокнер и Рубин (1985, с. 203) советуют принимающим решения ставить ограничения, где только возможно, используя их следующим образом:

Вместо того чтобы выходить автоматически, необходимо вводить ряд ограничений и требований и пользоваться ими так, чтобы решения основывались на опыте, прогнозе, анализе вероятных последствий и *независимо от факта прежних вложений*.

В том, что касается практики, Стоу и Росс советуют (1987, март-апрель) задавать себе вопросы типа «Если бы сегодня я первый раз взглянул на эту работу и нашел бы, что процесс продолжается, поддержал бы я его или отказался от него?». Этот вопрос может быть легко приспособлен не только к деловому контексту (например: «Если бы я сегодня впервые увидел этого человека, понравился бы он мне?») и т.д.

Еще одна из методик заключается в том, чтобы предложить разным людям принимать первоначальные и последующие решения (Базерман, Джулиано и Аппельман, 1984; Стоу и Росс, 1987). Например, решение дать деньги в кредит может быть сделано одним служащим и пересмотрено — другим. Преимущество этого метода заключается в том, что последующие решения делаются людьми, не принимавшими предыдущих и, (309:) следовательно, свободными от ослепления ими (у них меньше оснований усугублять привязанность). Недостаток, однако, состоит в нарушении непрерывности процесса и в возможных провалах в «памяти учреждения».

\* Конечно, это не касается коллективных ловушек, которые зачастую являются исключением из этого правила. Такие ситуации, как перенаселенность, голод, гонка вооружений и т.п., начинают казаться безысходными, не подвластными чьей-либо воле, и человечество должно продемонстрировать свою способность их решать. (309:)

## Заключение

Поведенческие ловушки — это лишь часть нашей повседневной жизни, но если их не фиксировать, могут возникнуть серьезные последствия. Стоу в 1981 году писал, что многие из личных и политических решений, имевших неблагоприятные последствия, вытекают из последовательных и все возрастающих обязательств (таких, как в случае вьетнамской войны). Платт (1973, с. 651) пошел дальше, утверждая, что «все наши наиболее трудно

уловимые проблемы сегодняшних городов, так же как и многие национальные и интернациональные проблемы, основаны на ловушках».

Но ловушки — это не всегда плохо. Брокнер и Росс в 1985 году заметили, что во многих случаях люди сознательно пытаются попасть в ловушку. Например, лечащиеся от алкоголизма, курения, а также люди, соблюдающие диету, часто, не рассчитывая на свое мужество в отказе от привязчивых дурных привычек, помещают себя в «ловушки» здорового образа жизни.

Когда ловушки *желанны*, люди должны:

- ❖ Избегать информации о том, сколько придется платить за ловушку.
- ❖ Воздерживаться от накладки на себя ограничений и от оценки «цены» продолжения.
- ❖ Публично заявлять о своих намерениях.
- ❖ Соревноваться с другими людьми, стремящимися к той же цели.

Так же, как и в отношении эвристики и многих предубеждений, обсуждавшихся в этой книге, о поведенческих ловушках можно сказать, что сами по себе они не плохи и не хороши, и в задачи психологического исследования не входит делать выводы по этому вопросу. Цель исследований ловушек и принятия решений, скорее, состоит в том, чтобы углубить наше понимание процессов оценки и улучшить качество принятия решений.

## Послесловие: взгляд назад

После 21 главы, посвященной проблемам мышления и неожиданным результатам, настало время оглянуться назад и задать себе вопрос: что же все это означает? Принимаются ли решения иррационально? Имеют ли методы снижения предубеждений в оценке и принятии решений какие-либо общие принципы? Насколько ограничены заключения, сделанные в этой книге? Насколько сами исследователи следуют этим принципам? Послесловие призвано ответить на все эти вопросы.

### Предубеждения не всегда иррациональны

Как отмечалось в предыдущей главе, цель психологических исследований состоит не в том, чтобы определить, являются предубеждения положительными или отрицательными. Большинство открытий, рассмотренных в этой книге, имеют как положительные, так и отрицательные следствия. Например, существует огромное количество доказательств того, что раздутая самооценка напрямую связана с психологическим здоровьем и благополучием (Тейлор и Браун, 1988). Несмотря на то что главы этой книги отражают «риторику иррациональности», доминирующую сегодня в исследованиях решений (Лопес, 1991), очень важно отметить, что предубеждения в оценке и принятии решений *не* обязательно вредны и иррациональны. Как Лола Лопес отмечала в 1982 году, рациональность означает нечто большее, чем правоту во всех возможных случаях. Та стратегия рациональна, которая приводит к желательным для принимающего решения результатам.

В некоторых случаях принимающие решение больше заботятся о том, чтобы избежать катастрофы, а не о том, чтобы польза была максимальной. В других случаях они могут принимать решения, более полезные их семье или друзьям, нежели им са-

311

мим. В некоторых же ситуациях они могут стремиться получить максимальную пользу так, как это сделало бы идеальное «рационально действующее лицо», следуя теории ожидаемой выгоды. Люди, принимающие решения, могут стремиться к любой цели, и было бы ошибкой оценивать рациональность их действий с помощью примитивного стандарта.

Более того, даже если люди, принимающие решения, рассматриваются как рациональные действующие лица в определенной схеме ожидаемой выгоды, нет оснований считать, что

оптимальная аккуратность всегда приводит к максимальной выгоде. Лопес аргументирует этот пункт при помощи примера фундаментальной ошибки атрибуции (обсуждавшейся в 16 главе). Как писала Лопес (1982, с. 633), фундаментальная ошибка атрибуции — «это предрасположенность большинства из нас атрибутировать поведение других людей скорее их устойчивыми персональными качествами, чем преходящими и двусмысленными ситуационными факторами. Но, может быть, в этом и нет ошибки. Наше физическое и социальное выживание требует от нас, чтобы мы учились как можно лучше предсказывать и контролировать воздействие на нас других людей. Итак, если результат обусловлен, хотя бы в незначительной степени, присутствием определенного лица, очень важно это установить». Тенденция преимущественно атрибутировать поведение предрасположением может привести к рациональному подходу к атрибутированию.

Чтобы разобраться, почему это так, представьте себе воображаемую и крайне упрощенную схему выплат, приведенную на рис. А1. Если заключение Лопес о важности обнаружения предрасположенности верно, выплата за точную оценку предрасположенности будет высокой (+3), а за ошибочную оценку — низкой (—3). С другой стороны, разница в выплате при правильной или ошибочной оценке ситуации будет не слишком сильно различаться (+1 и —1). Если мы предположим, в порядке дискуссии, что ситуативная атрибуция имеет место в 60% случаев, а принимающий решение не знает, какой тип атрибутирования ему выбрать, какова будет «рациональная» реакция на выплаты в рис. А1?

В таком случае атрибутирование по *предрасположенности* даст наибольшую выгоду. Человек, постоянно использующий такую атрибутацию, в среднем добьется выгоды +0,60 (в 60% случаев

312

|           |                | Реальность     |             |
|-----------|----------------|----------------|-------------|
|           |                | Диспозиционное | Ситуативное |
| Атрибуция | Диспозиционное | +3             | —1          |
|           | Ситуативное    | —3             | +1          |

РИСУНОК А.1

Эти цифры отражают выплаты по четырем атрибутивным исходам. Согласно этой схеме, фундаментальная ошибка атрибуции (верхний правый угол) приводит к меньшим потерям, чем неверное ситуативное объяснение (нижний левый угол), но зато дает большую прибыль (верхний левый угол), чем последнее (нижний правый угол). Поэтому имеет смысл оценивать поведение диспозиционно.

выплата будет составлять —1, но в оставшихся 40% — она составит +3), тогда как человек, пользующийся *ситуативной атрибуцией*, в среднем будет получать выгоду —0,60 (обычно +1, но иногда —3). Даже если ситуативная атрибуция будет *верной* чаще, чем атрибуция по предрасположенности, наиболее *выгодной* стратегией все-таки останется именно последняя (т.е. совершение фундаментальной ошибки атрибутирования).

Конечно, выплаты, приведенные на рис. А1, гипотетичны. Невозможно определить выгоды попаданий и промахов в результате того или иного типа атрибутирования, получаемые на протяжении жизни, так же как невозможно оценить, насколько часто верным оказывается тот или иной способ атрибутирования. Однако компьютерное моделирование эвристики в принятии решений показало, что «цена» некоторых смещений может быть невелика. Например, Уоррен Торнгейт в 1980 году обнаружил, что эвристика, при которой

игнорируется информация о вероятности, влияет на точность не больше, чем обычные сме-  
313

щения в оценке вероятности, а Дон Клейнмунц в 1985 обнаружил, что эвристика, связанная с пренебрежением информацией о базовом рейтинге, дает достаточно хорошие результаты, когда обеспечена обратная связь. Итак, в случаях, когда информацию о вероятности или базовом рейтинге трудно получить или оценить, эвристика обеспечивает притягательную альтернативу нормативным правилам принятия решений.

Эти результаты не означают, что вовсе не имеет значения, подвержены принимающие решения предубеждениям или нет. Существует множество случаев, когда предубеждения могут привести к печальным последствиям (например, при неверном медицинском диагнозе). Эти открытия лишь должны указать, какое место занимают смещения в процессе оценки и принятия решений, а также продемонстрировать, что смещения необязательно подразумевают иррациональность.

### **СПЛЕТЕНИЯ**

Несмотря на то что рациональность означает не что иное, как правильность, в большинстве случаев люди, принимающие решения, стремятся давать точные оценки. И точно так же исследователи принятия решений стараются найти эффективные методы борьбы с предубеждениями (т.е. методы, снижающие предубеждения и ошибки в оценке). В некоторых случаях достаточно простого знания о возможных проблемах, чтобы избежать их. Например, люди, которые знают о наличии ловушек, попадают в них реже (см. Натансон и др., 1982). Но в большинстве случаев, однако, предупреждения недостаточно, чтобы избежать предубеждений и ошибок.

Некоторые из этих методов обсуждались на протяжении книги — методы снижения переоценки, непредусмотрительности, влияния структуры фразы, группового мышления, предубеждений, связанных с атрибутированием, и т.д. Вполне естественно задать вопрос: а есть ли у этих методик нечто общее?

Рискуя переупростить вопрос и не стремясь охватить действительно все методы борьбы с предубеждениями, в них *можно* отметить общий элемент:

***Большая часть наиболее эффективных методов борьбы с предубеждениями учитывает альтернативные перспективы.***

314

Например, переоценка обычно снижается в ходе размышлений о том, почему тот или иной ответ может оказаться неверным. Непредусмотрительность требует внимания к возможности различных поворотов событий. Формулировка перестает оказывать влияние на ответы, когда проблема формулируется несколькими различными способами. Групповое мышление уничтожается, если в группу входит хотя бы один человек, который постоянно высказывает и отстаивает противоположную общей точку зрения. Разница в атрибутировании между действующим лицом и зрителем практически исчезает, когда один ставит себя на место другого. Во всех этих случаях «размышление о противоположном» приводит к значительному уточнению оценки.

В согласии с этим общим положением находятся и доказательства того, что симпатия устраняет определенные предубеждения в социальной оценке. Два года спустя после того как Майкл Стормз продемонстрировал, что разница в атрибутировании между действующими лицами и наблюдателями может быть почти устранена, если заставить их встать на место друг друга (эта тема обсуждалась в 16 главе), Деннис Риган и Джудит Тоттен в 1975 году обнаружили, что настройка на симпатизирование имеет примерно тот же результат. В этом исследовании испытуемых просили либо просто наблюдать за одним из двух заводящих знакомство людей (за женщиной по имени Маргарет), либо посочувствовать ей («представить, что Маргарет чувствует, будучи втягиваемой в разговор»).

Риган и Тоттен (1975) обнаружили, что испытуемые, просто наблюдавшие за Маргарет, чаще атрибутировали ее поведение предрасположенностью, а не ситуационно, тогда как

испытуемые, симпатизировавшие ей, были склонны атрибутировать ее поведение скорее ситуативно, нежели ссылаясь на предрасположенность. Другими словами, разговор о симпатии произвел тот же эффект, что был обнаружен в исследованиях Стормза — уничтожение разницы в атрибуции между действующим лицом и зрителем.

Год спустя, Рут Галпер опубликовала похожее исследование, в котором она обнаружила схожие результаты. Галпер (1976, с. 333) обобщала свои открытия следующим образом:

Испытуемые, которым не давались инструкции о симпатии, демонстрировали обычную «предвзятость наблюдателя», считая персональные качества действующего лица более важными, чем ситуационные

315

факторы. С другой стороны, испытуемые, получившие «инструкции о симпатии», говорили о том, что ситуация, а не личные качества оказывает большее влияние на поведение действующего лица. Если Стормз продемонстрировал (в 1973 году), что буквальное изменение точки зрения влияет на атрибутирование зрителей и действующих лиц, то настоящие результаты показывают, что того же самого можно добиться, меняя точку зрения в *фигуральном* смысле, и причинная атрибутика действующего лица может быть выявлена из наблюдательской.

Эти и другие исследования говорят о ценности размышления о различных перспективах прежде принятия окончательной оценки (Андерсон, 1982; Лорд, Леппер и Престон, 1984). Несмотря на то, что ни одна отдельная методика устранения предубеждений не является панацеей, размышление о различных альтернативных точках зрения может зачастую повысить качество оценок и принимаемых решений.

### **А ТЕПЕРЬ О ПЛОХИХ НОВОСТЯХ...**

Несмотря на практичность исследований принятия решений, сделанные в этой книге, *закключения* о методике по снижению предубеждений и по другим проблемам в определенном смысле *ограничены*. Некоторые из них являются следствием ограниченного количества рассмотренных тем, другие же отражают недостатки самого исследования.

Как было отмечено в предисловии, исследования, приведенные в этой книге, не представляют собой исчерпывающего отчета по всем исследованиям оценок и принятия решений. Напротив, они специально выбраны с целью удивить, привлечь и заинтриговать. Многие важные исследования были обсуждены очень кратко, а ряд из них вообще не был затронут. Следующие два примера иллюстрируют то, как эти ограничения могут влиять на общее направление исследовательских заключений.

Во-первых, как было кратко отмечено в 17 главе, люди находятся под сильнейшим влиянием «подотчетности». Те из принимающих решение, кто чувствует подотчетность за свои поступки, обычно демонстрируют меньшую самонадеянность, чем те, кто этой подотчетности не чувствует (Тетлок и Ким, 1987), они демонстрируют меньшую социальную лень (Уэлдон и Гарджано, 1988) и более склонны к комплексному аналитическому мышлению (Хагафорс и Бремер, 1983; Тетлок, 1983). Как отмечали Филипп Тетлок, Линда Скитка и Ричард Бетджер (1989,

316

с. 640), «как думают люди частично зависит от того, почему они думают». Любая полная картина принятия решения должна учитывать эту зависимость, а исследовательские заключения должны оцениваться по степени, в которой субъекты чувствовали подотчетность за свои действия.

Во-вторых, оценка и принятие решений сильнейшим образом зависят от ситуационной специфики факторов, например, от того, сколько времени было в распоряжении субъекта и в каком он был настроении. Когда время поджимает, человек склонен использовать упрощенные стратегии, уделять внимание небольшому количеству факторов и выбирать альтернативы, связанные с наименьшим риском (Бен Зур и Брежниц, 1981; Ротштейн, 1986; Райт, 1974). Кроме того, люди, находящиеся в хорошем настроении, более склонны к творческим решениям (Айзен, Даубман и Новичи, 1987), воспринимать неприятности как нечто случайное и маловероятное (Джонсон и Тверски, 1983; Салоуэй и Бернбаум, 1989; Райт и Бауэр, 1992), и идти на определенный (не слишком большой) риск, на который другие бы не пошли (Айзен и Гева, 1987; Айзен и Патрик, 1983). Эти открытия говорят о том, что заключения исследований по решениям должны быть тщательно оценены во избежание

неправомерных обобщений.

Заключения, приведенные в этой книге, лимитированы самой природой исследований принятия решений, и некоторые из таких ограничений необходимо отметить. Во-первых, как можно заключить из исследований, приведенных в главах с 4 по 6, многие открытия в сфере оценки и принятия решений имеют прямую зависимость от контекста (Шум, 1990). Это ограничение было продемонстрировано Ричардом Григгсом и Джеймсом Коксом в 1982 году, когда они попросили случайным образом отобранных студентов решить одну из двух проблем: 1) стандартную проблему с четырьмя карточками, обсуждавшуюся в 20 главе; 2) версию этой же проблемы, где «Е», «К», «4» и «7» были заменены на «ПЬЕТ ПИВО», «ПЬЕТ КОКУ», «ВОЗРАСТ 22 ГОДА» и «ВОЗРАСТ 16 ЛЕТ» (правило звучало так: «Если человек пьет пиво, ему должно быть больше 19 лет»). Когда использовался контекст потребления пива, примерно три четверти студентов дали правильный ответ, тогда как никто из них не смог решить ту же проблему, когда на карточках стояли буквы

317

и цифры. Изменения в формулировке могут также влиять на самые различные виды оценок (Крокер, 1982; Фидлер, 1988).

Еще одним ограничением в исследованиях оценки и принятия решения является то, что большинство выводов основано на лабораторных исследованиях, в которых в качестве субъектов выступали студенты. Ценность этих исследований снижается тем, что лабораторные задания не всегда подразумевают те мыслительные процессы, связанные с принятием решения, которые наблюдаются в жизни. Например, Эбби Эббисен и Владимир Конечни в 1975 году обнаружили, что муниципальные и верховные судебные инстанции в ходе своей реальной работы по-иному решают те же вопросы, которые предлагались их членам в ходе воображаемых судебных сессий во время эксперимента. И как отмечалось в 19 главе, оценки экспертов по игре в бридж или профессиональных синоптиков значительно лучше прогнандуированы, нежели оценки обычных людей (Керен, 1987; Мерфи и Браун, 1984; Мерфи и Уинклер, 1984). С другой стороны, другие исследования показали, что эксперты демонстрируют те же предубеждения, что и студенты (Дюбэ-Риус и Руссо, 1988) или те же предубеждения, но в меньшей степени (Кристенсен-Шалански, Бек, Кристенсен-Шалански и Кепселл, 1983; Смит и Кайда, 1991). Ясно, что необходимо провести больше исследований оценок, даваемых экспертами.

Еще одним дефектом исследований оценки является то, что они испытывают недостаток в ориентации на различные культуры. Большинство из них проводилось в Америке или в Европе. Очень немногие исследования были посвящены тому, как принимает решения весь оставшийся мир, и в результате очень тяжело определить, насколько применимы в жизни те или иные открытия (Флетчер и Уорд, 1988). Следующие примеры проиллюстрируют трудности вынесения твердых заключений:

- Дональд Тейлор и Вейшна Джагги в 1974 году обнаружили, что индусы при атрибуции демонстрируют предубеждения, напоминающие те, которые были обнаружены при исследованиях, проведенных в США, но другие исследователи обнаружили разницу в манере атрибутирования между индусами и американцами. В отличие от американцев, склонных попадать под действие «фундаментальной» ошибки атрибуции, индусы значительно чаще атрибутируют чье-

318

либо поведение ситуативными факторами, нежели предрасположенностью (Миллер, 1984).

- Джеймс Стоунер в 1968 году писал, что стремление к риску зафиксировано среди американцев, британцев и израильтян, однако другие исследователи отмечали существенные различия в оценках вероятности, даваемых американцами, британцами и азиатами (Райт и др., 1978; Йетс и др., 1989).

- Таха Амир в 1984 году обнаружил, что использование парадигмы Аска дает те же

результаты согласованности в Кувейте, что и в США, но Нориуки Мацуда в 1985 обнаружила, что в Японии уровень согласованности в подобных экспериментах выше, чем в США. Итак, исследования, продемонстрировавшие общность, на следующий год провели грань между культурами.

- Исследования также говорят о том, что японские субъекты не проявляют предубеждения самовозвышения при атрибуции — в отличие от субъектов из США, Индии, ЮАР и Югославии (Чендлер, Шама, Уолф и Планчард, 1981).

Эти открытия — только слабый отблеск тех комплексных исследований, которые еще предстоит провести в области оценки и принятия решений людьми разных культур. Пока же этого не произошло, необходимо пытаться прикладывать существующие результаты исследований к людям незападных культур.

### **ПОГРЕШНОСТЬ ИССЛЕДОВАНИЙ РЕШЕНИЙ**

Исследования по оценке и принятию решений страдают и еще от одной проблемы, на которую редко обращают внимание, но которая имеет глубокий скрытый смысл:

*Исследования решений и оценок проводятся людьми, подверженными тем же предубеждениям и ошибкам, что и их субъекты.*

Из этого безвыходного факта следует, что выводы об оценках и решениях — которые, в конечном счете, тоже являются рядом оценок и решений, — уязвимы со стороны самых различных предубеждений и ошибок.

Например, так же как субъекты чрезмерно уверены в своих ответах, исследователи могут быть чрезмерно уверены в своих теориях. Точно так же исследователи подвержены когнитивно-

319

му диссонансу и ловушкам инвестирования, и, пожалуй, с полным основанием можно заключить, что во многих случаях вложения в проделанную работу заставляют исследователей попадаться в «мышеловки». Как отмечали Джоел Брокнер и Джеффри Рубин (1985, с. 260) в последних строках своей книги о «мышеловках»: «Хорошие исследователи мышеловок — как и сами субъекты в том или ином опыте — должны знать, как оценивать свои действия в большей перспективе вещей».

Барух Фишхофф (1991) в дальнейшем сделал наблюдение, что исследователи, которые ожидают или хотят увидеть феномен, могут переоценить частоту его возникновения (поскольку совпадения между теорией и данными эксперимента более заметны, нежели отсутствие связи). Как итог эвристики доступности, частота и/или доступность связей легко может вызвать переоценку, и у исследователей может возникнуть иллюзия — или, по крайней мере, чувство преувеличения — корреляции между теорией и фактами. Эта возможность подтверждается исследованиями избирательного восприятия, предвзятости и стойкости ложной уверенности перед лицом опровергающих доказательств (например, Лорд, Росс и Леппер, 1979; Росс, Леппер и Хаббард, 1975).

Вероятно, наиболее серьезной проблемой является то, что исследователи склонны к предвзятости согласия и самоудовлетворенным пророчествам (Дженкинс, 1981; Розенталь, 1976). Одно из наиболее драматичных исследований на эту тему (а также одно из наиболее увлекательных) провели Роберт Розенталь и Кермит Фоуд в 1963 году. Розенталь и Фоуд предложили двенадцати исследователям принять участие в «настоящем» эксперименте либо с «умными» крысами, либо с «глупыми» крысами (на самом деле крыс разбивали на группы случайно). Каждому из участников дали по пять крыс и попросили зафиксировать результаты, которые животные покажут в 50 опытах на прохождение лабиринтов.

Получив отчеты, Розенталь и Фоуд обнаружили, что «умные» крысы справлялись с заданиями на 50% лучше, чем «глупые». Итак, несмотря на то что животные были выбраны случайным образом, исследователи получили результаты, которые ожидали получить.

Исследование оценки и принятия решений является темой следующего парадокса: если их результаты верны (т.е. предубеж-

320

дения и ловушки существуют), значит эти результаты в какой-то степени сами подвержены предубеждениям, ошибкам и ловушкам. В то же самое время, если результаты *неверны* (т.е. предубеждений и ловушек не существует), то эти результаты тем более ошибочны. В любом случае ловушки и ошибки явно существуют. Этот парадокс напоминает теорему незавершенности австрийского логика Курта Гёделя, которая говорит о том, что любая математически правомочная завершенность и система формальной логики должны быть внутренне несовместимы.

Конечно, предубеждения и ошибки не определяют исследования принятия решений больше, чем они определяют другие исследовательские предприятия. Но дело в том, что как бы ни сопротивлялись этому исследователи принятия решений, они должны включать и самих себя в расчет, когда говорят о человеческих ошибках. Цель этих заключительных замечаний — сделать шаг в этом направлении, даже если это удастся сделать только способом, описанным Б. Ф. Скиннером (1980):

Я представлял отношение человека к своему собственному поведению, описывая лектора, объясняющего человеческое поведение, в том числе поведение других лекторов, а затем, спускаясь с кафедры, со вздохом заключающего «Да и я тоже такой»



«Наконец-то, хороший знак! Я уже соскучился по принятию решений»

## Рекомендуемая литература

Если Вы хотите прочесть больше о психологии оценки и принятия решений, я рекомендую вам обратиться к следующим книгам: За общим обзором принятия решений в деловой сфере:

- Russo, J. E., & Schoemaker, P. J. H. (1989). *Decision traps: Ten barriers to brilliant decision making and how to overcome them*. New York: Simon & Schuster.

- Bazerman, M. H. (1990). *Judgment in managerial decision making* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.

- Hogarth, R. (1987), *Judgement and choice* (2nd ed.). New York: John Wiley & Sons.

За нетехническим обзором, не сосредоточенным на деловой сфере:

- Dawes, R. M. (1988). *Rational choice in an uncertain world*. San Diego: Harcourt Brace Jovanovich.

- Nisbett, R. E., & Ross, L. (1980). *Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

- Gilovich, T. (1991). *How we know what am 'tso*. New York: Free Press.

Кроме того, *Cambridge University Press* опубликовало три антологии, первая из которых широко отмечена как современная классическая работа:

- Kahneman, D., Slovic, P., & Tversky, A. (Eds.). (1982). *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

- Arkes, H. R., & Hammond, K. R. (Eds.). (1986). *Judgment and decision making: An interdisciplinary reader*. Cambridge, England: Cambridge University Press

- Bell, D. E., Raiffa, H., & Tversky, A. (Eds.). (1988). *Decision making: Descriptive, normative, and prescriptive interactions*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

В Чикагском университете также опубликована неплохая коллекция бесед из симпозиума, посвященного памяти исследователя решений Хиллел Эйнхорн.

322

- Hogarth, R. M. (Ed.). (1990). *Insights in decision making: A tribute to Hillel J. Einhorn*. Chicago: University of Chicago Press.

Если вы хотите узнать больше об эффектах формулировки:

- Schuman, H., & Presser, S. (1981). *Questions and answers in attitude surveys: Experiments on question form, wording, and context*. Orlando, FL: Academic Press.

- Hogarth, R. (Ed.). (1982). *New directions for methodology of social and behavioral science: Question framing and response consistency*. San Francisco: Jossey-Bass.

- Sudman, S., & Bradburn, N. M. (1982). *Asking questions: A practical guide to questionnaire design*. San Francisco: Jossey-Bass.

И, наконец, если вы хотите узнать больше о проблемах социальной психологии оценки и принятия решений, я рекомендую:

- Aronson, E. (1991). *The social animal* (6th rev. ed.). San Francisco: W. H. Freeman and Company.

- Zimbardo, P. G., & Leippe, M. (1991). *The psychology of attitude change and social influence*. New York: McGraw-Hill.

- Cialdini, R. B. (1988). *Influence: Science and practice* (2nd ed.). Glenview, IL: Scott, Foresman.

## Дополнительная литература

Abramson, L. Y., Seligman, M. E. P., & Teasdale, J. D. (1978). Learned helplessness in humans: Critique and reformulation. *Journal of Abnormal Psychology*, 87, 49—74.

Ajzen, I. (1977). Intuitive theories of events and the effects of base-rate information on prediction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 303—314.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1977). Attitude-behavior relations: A theoretical analysis and review of empirical research. *Psychological Bulletin*, 84, 888—918.

Allais, P. M. (1953). The behavior of rational man in risk situations— A critique of the axioms and postulates of the American School. *Econometrica*, 21, 503—546.

Allison, S. T., & Messick, D. M. (1985). The group attribution error. *Journal of Experimental Social Psychology*, 21, 563—579.

Alloy, L. B., & Tabachnik, N. (1984). Assessment of covariation by humans and animals: The joint influence of prior expectations and current situational information. *Psychological Review*, 91, 112—149.

Allport, G. W. (1954). The historical background of modern social psychology. In G. Lindzey (Ed.), *The handbook of social psychology* (Vol. 1). Reading, MA: Addison-Wesley.

Alvarez, L. W. (1965). A pseudo experience in parapsychology. *Scientist*, 148, 1541.

American Psychological Association. (1989). Ethical principles of psychologists. *American Psychologist*, 45, 390—395.

Amir, T. (1984). The Asch conformity effect: A study in Kuwait. *Social Behavior and Personality*, 12, 187—190.

Anderson, C. A. (1982). Inoculation and counterexplanation: Debiasing techniques in the perseverance of social theories. *Social Cognition*, 1, 126—139.

- Anderson, C. A. (1983). Imagination and expectation: The effect of imagining behavioral scripts on personal intentions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 293—305.
- Anderson, N. H. (1965). Primacy effects in personality impression formation using a generalized order effect paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2, 1—9.
- Argote, L., Seabright, M. A., & Dyer, L. (1986). Individual versus group use of base-rate and individuating information. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 38, 65—75.
- 324
- Arkes, H. R., & Blumer, C. (1985). The psychology of sunk cost. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 35, 124—140.
- Arkes, H. R., Christensen, C., Lai, C., & Blumer, C. (1987). Two methods of reducing overconfidence. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39, 133—144.
- Arkes, H. R., & Harkness, A. R. (1983). Estimates of contingency between two dichotomous variables. *Journal of Experimental Psychology: General* 112, 117-135.
- Arkes, H. R., Wortmann, R. L., Saville, P. D., & Harkness, A. R. (1981). Hindsight bias among physicians weighing the likelihood of diagnoses. *Journal of Applied Psychology*, 66, 252—254.
- Aronson, E. (1969). The theory of cognitive dissonance: A current perspective. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 4, pp. 1—34). New York: Academic Press.
- Aronson, E. (1972). *The social animal* San Francisco: W. H. Freeman and Company.
- Aronson, E., & Mills, J. (1959). The effect of severity of initiation on liking for a group. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 177—181.
- Asch, S. E. (1946). Forming impressions of personality. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258—290.
- Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure upon the modification and distortion of judgment. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership and men*. Pittsburgh: Carnegie Press.
- Asch, S. E. (1955, November). Opinions and social pressure. *Scientific American*, pp. 31—35.
- Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs*, 70(9, Whole No. 416).
- Ausubel, N. (Ed.). (1948). *A treasury of Jewish folklore: Stories, traditions, legends, humor, wisdom and folk songs of the Jewish people*. New York: Crown Publishers.
- Ayton, P., Hunt, A. J., & Wright, G. (1989). Psychological conceptions of randomness. *Journal of Behavioral Decision Making*, 2, 221—238.
- Bakan, P. (1960). Response tendencies in attempts to generate random binary series. *American Journal of Psychology*, 73, 127—131.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy: Mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, 122-147.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Barclay, S., & Beach, L. R. (1972). Combinatorial properties of personal probabilities. *Organizational Behavior and Human Performance*, 8, 179—183.
- Bar-Hillel, M. (1973). On the subjective probability of compound events. *Organizational Behavior and Human Performance*, 9, 396—406.
- 325
- Bar-Hillel, M. (1980). The base-rate fallacy in probability judgments. *Ada Psychologica*, 44, 211-233.
- Bar-Hillel, M. (1990). Back to base rates. In R. M. Hogarth (Ed.), *Insights in decision making: A tribute to Hillel J. Einhorn*. Chicago: University of Chicago Press.
- Batson, C. D. (1975). Attribution as a mediator of bias in helping. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 455—466.
- Batson, C. D., & Marz, B. (1979). Disposi-

tional bias in trained therapists'

diagnoses: Does it exist? *Journal of Applied Social Psychology*, 9, 476—489. Baxter, T. L., & Goldberg, L. R. (1987). Perceived behavioral consistency

underlying trait attributions to oneself and another: An extension of the

actor-observer effect. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 13, 451—461. Bazerman, M. H., Giuliano, T., & Appelman, A. (1984). Escalation of commitment in individual and group decision making. *Organizational Behavior and Human Performance*, 33, 141—152. Bedau, H. A., & Radelet, M. L. (1987). Miscarriages of justice in potentially

capital cases. *Stanford Law Review*, 40, 21—179. Bell, D. E. (1982). Regret in decision making under uncertainty. *Operations*

*Research*, 30, 961-981. Bell, D. E. (1985). Disappointment in decision making under uncertainty.

*Operations Research*, 33, 1—27. Bern, D. J. (1972). Self-perception theory. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances*

*in experimental social psychology* (Vol. 6). New York: Academic Press. Ben Zur, H., & Breznitz,

S. J. (1981). The effects of time pressure on risky

choice behavior. *Acta Psychologica*, 47, 89—104. Bernoulli, D. (1738/1954). Exposition of a new theory on the measurement

of risk, translated by Louise Sommer. *Econometrica*, 22, 22—36. Beyth-Marom, M. (1982). Perception of correlation reexamined. *Memory &*

*Cognition*, 10, 511-519.

Bierbrauer, G. (1973). *Effect of set, perspective, and temporal factors in attribution*. Unpublished doctoral dissertation, Stanford University. Bishop, G.F., Oldendick, R. W., Tuchfarber, A. J., & Bennett, S. E. (1980).

Pseudo-opinions on public affairs. *Public Opinion Quarterly*, 44, 198—209. Blascovich, J., Ginsburg, G. P., & Howe, R. C (1975). Blackjack and the risky shift, II: Monetary stakes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 11, 224-232.

Block, J. R., & Yuker, H. E. (1989). *Can you believe your eyes?* New York: Gardner Press.

Blodgett, R. (1983, November). Against all odds. *Games*, pp. 14—18.

Bond, C F., Jr., & Titus, L. J. (1983). Social facilitation: A meta-analysis of 241 studies. *Psychological Bulletin*, 94, 265—292.

Borgida, E., & Nisbett, R. E. (1977). The differential impact of abstract vs. concrete information on decisions. *Journal of Applied Social Psychology*, 7, 258-271.

326

Borrelli, S., Lockerbie, B., & Niemi, R. G. (1987). Why the Democrat-Republican partisanship gap varies from poll to poll. *Public Opinion Quarterly*, 51, 115-119.

Bostic, R., Herrnstein, R. J., & Luce, R. D. (1990). The effect on the preference-reversal phenomenon of using choice indifferences. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 13, 193—212.

Bourne, L. E., Jr., & Guy, D. E. (1968). Learning conceptual rules: II. The role of positive and negative instances. *Journal of Experimental Psychology*, 77, 488-494. Bransford, J. D., & Franks, J. J. (1971). The abstraction of linguistic ideas.

*Cognitive Psychology*, 2, 331—350.

Brickman, P., Coates, D., & Janoff-Bulman, R. (1978). Lottery winners and accident victims: Is happiness relative? *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 917-927. Brockner, J., & Rubin, J. Z. (1985). *Entrapment in escalating conflicts:*

*A social psychological analysis*. New York: Springer-Verlag. Brockner, J., Rubin, J. Z., & Lang, E. (1981). Face-saving and entrapment.

*Journal of Experimental Social Psychology*, 17, 68—79. Brockner, J., Shaw, M. C, & Rubin, J. Z. (1979). Factors affecting withdrawal from an escalating conflict: Quitting before it's too late. *Journal of Experimental Social Psychology*, 15, 492—503. Brophy, J. E. (1983). Research on the

self-fulfilling prophecy and teacher

expectations. *Journal of Educational Psychology*, 75, 631—661. Brown, E., Deffenbacher, K., & Sturgill, W. (1977). Memory for faces and the circumstances of encounter. *Journal of Applied Psychology*, 62, 311—318. Bruner, J. S., & Postman, L. J. (1949). On the perception of incongruity:

A paradigm. *Journal of Personality*, 18, 206—223. Budiansky, S. (1988), July 11). The numbers racket: How polls and statistics

lie. *U.S. News & World Report*, pp. 44—47.

Campbell, J. D., & Tesser, A. (1983). Motivational interpretations of hindsight bias: An individual difference analysis. *Journal of Personality*, 51, 605-620. Cantril, H. (1940). Experiments in the wording of questions. *Public Opinion*

*Quarterly*, 4, 330-332. Carden, G. (1990, September 25). Strangers, but they share unbelievable mirror-image lives. *National Enquirer*, p. 19.

Carroll, J. S. (1978). The effect of imagining an event on expectations for the event: An interpretation in terms of the availability heuristic. *Journal of Experimental Social Psychology*, 14, 88—96.

Centor, R. M., Dalton, H. P., & Yates, J. F. (1984). *Are physicians' probability estimates better or worse than regression model estimates?* Paper presented at the Sixth Annual Meeting of the Society for Medical Decision Making, Bethesda, MD.

327

Cervone, D., & Peake, P. K. (1986). Anchoring, efficacy, and action: The influence of judgmental heuristics on self-efficacy judgments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 492—501.

Chandler, T. A., Shama, D. D., Wolf, F. M., & Planchard, S. K. (1981). Multiattributational causality: A five cross-national samples study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 12, 207-221. Chapman, L. J. (1967). Illusory correlation in observational report. *Journal of Verbal Learning and Behavior*, 6, 151—155.

Chapman, L. J., & Chapman, J. P. (1967). Genesis of popular but erroneous psychodiagnostic observations. *Journal of Abnormal Psychology*, 72, 193—204. Chapman, L. J., & Chapman, J. P. (1969). Illusory correlation as an obstacle to the use of valid psychodiagnostic signs. *Journal of Abnormal Psychology*, 74, 271-280.

Chapman, L. J., & Chapman, J. P. (1971, November). Test results are what you think they are. *Psychology Today*, pp. 18—22, 106—110.

Cheng, P. W., & Novick, L. R. (1990). A probabilistic contrast model of causal induction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 545—567.

Christensen, D., & Rosenthal, R. (1982). Gender and nonverbal decoding skill as determinants of interpersonal expectancy effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 75—87.

Christensen-Szalanski, J. J. J., & Beach, L. R. (1984). The citation bias: Fad and fashion in the judgment and decision literature. *American Psychologist*, 39, 75-78.

Christensen-Szalanski, J. J. J., Beck, D. E., Christensen-Szalanski, C. M., & Koepsell, T. D. (1983). Effects of expertise and experience on risk judgments. *Journal of Applied Psychology*, 68, 278—284.

Christensen-Szalanski, J. J. J., & Bushyhead, J. B. (1981). Physicians' use of probabilistic information in a real clinical setting. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 7, 928—935.

Christensen-Szalanski, J. J. J., & Willham, C. F. (1991). The hindsight bias: A meta-analysis. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 48, 147-168.

Clifford, B. R., & Scott, J. (1978). Individual and situational factors in eyewitness testimony. *Journal of Applied Psychology*, 63, 352—359.

Clymer, A. (1982, May 6). Nuclear issue yields run on pollsters. *New York Times*, p. B14.

Cohen, B. L., & Lee, I. (1979). A catalog of risks. *Health Physics*, 36, 707-722.

Cohen, J., Chesnick, E. I., & Haran, D. (1971). Evaluation of compound probabilities in sequential choice. *Nature*, 232, 414—416.

Combs, B., & Slovic, P. (1979). Newspaper coverage of causes of death. *Journalism Quarterly*,

56, 837—843, 849.

Converse, P. E., & Schuman, H. (1970, June). "Silent majorities" and the Vietnam war. *Scientific American*, pp. 17—25.

328

Coombs, C. H. (1975). Portfolio theory and the measurement of risk. In M. F. Kaplan & S. Schwartz (Eds.), *Human judgment and decision processes*. New York: Academic Press.

Cooper, W. H. (1981). Ubiquitous halo. *Psychological Bulletin*, 90, 218—244.

Coren, S., & Miller, J. (1974). Size contrast as a function of figural similarity. *Perception and Psychophysics*, 16, 355—357.

Corey, S. M. (1937). Professed attitudes and actual behavior. *Journal of Educational Psychology*, 28, 271—280.

Costanza, R. (1984). Review essay: The nuclear arms race and the theory of social traps. *Journal of Peace Research*, 21, 79—86.

Craig, K. D., & Prkachin, K. M. (1978). Social modeling influences on sensory decision theory and psychophysiological indexes of pain. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 805—815.

Crandall, V. J., Solomon, D., & Kellaway, R. (1955). Expectancy statements and decision times as functions of objective probabilities and reinforcement values. *Journal of Personality*, 24, 192—203.

Crocker, J. (1981). Judgment of covariation by social perceivers. *Psychological Bulletin*, 90, 272—292.

Crocker, L. (1982). Biased questions in judgment of covariation studies. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 214—220.

Cross, J. G., & Guyer, M. J. (1980). *Social traps*. Ann Arbor: University of Michigan Press.

Darley, J. M., & Batson, C. D. (1973). "From Jerusalem to Jericho": A study of situational and dispositional variables in helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 100—108.

Darley, J. M., & Fazio, R. H. (1980). Expectancy confirmation processes arising in the social interaction sequence. *American Psychologist*, 35, 867—881.

Darley, J. M., & Latane, B. (1968). Bystander intervention in emergencies; Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, 377—383.

Davis, J. H. (1973). Group decision and social interaction: A theory of social decision schemes. *Psychological Review*, 80, 97—125.

Dawes, R. M. (1975). The mind, the model, and the task. In F. Restle, R. M. Shiffrin, N. J. Castellan, H. R. Lindman, & D. B. Pisoni (Eds.), *Cognitive theory* (Vol. 1). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Dawes, R. M. (1980). Social dilemmas. *Annual Review of Psychology*, 31, 169—193.

Dawes, R. M., Faust, D., & Meehl, P. E. (1989). Clinical versus actuarial judgment. *Science*, 243, 1688—1674.

"Death Odds". (1990, September 24). *Newsweek*, p. 10.

Deci, E. L. (1975). *Intrinsic motivation*. New York: Plenum Press.

Deffenbacher, K. A. (1980). Eyewitness accuracy and confidence. *Law and Human Behavior*, 4, 243—260.

329

Diener, D., & Thompson, W. B. (1985). Recognizing randomness. *American Journal of Psychology*, 98, 433—447.

Dion, K., Berscheid, E., & Walster, E. (1972). What is beautiful is good. *Journal of Personality and Social Psychology*, 24, 285—290.

Doob, A. N., Carlsmith, J. M., Freedman, J. L., Landauer, T. K., & Tom, S., Jr. (1969). Effect of initial selling price on subsequent sales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 11, 345—350.

Dube-Rioux, L., & Russo, J. E. (1988). An availability bias in professional judgment. *Journal of*

*Behavioral Decision Making*, 1, 223—237.

Duncan, B. L. (1976). Differential social perception and attribution of inter-group violence: Testing the lower limits of stereotyping blacks. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 590—598.

Dunning, D., Griffin, D. W., Milojkovic, J. D., & Ross, L. (1990). The overconfidence effect in social prediction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 568-581.

Dunning, D., & Parpal, M. (1989). Mental addition versus subtraction in counterfactual reasoning: On assessing the impact of personal actions and life events. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 5—15.

Duval, S., & Wicklund, S. A. (1973). Effects of objective self-awareness on attribution of causality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 9, 17—31.

Ebbesen, E. B., & Konecni, V. J. (1975). Decision making and information integration in the courts: The setting of bail. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 805-821.

Edeal, G. H. (1950, March 27). Why the choir was late. *Life*, p. 19.

Eddy, D. (1982). Probabilistic reasoning in clinical medicine: Problems and opportunities. In D. Kahneman, P. Slovic, & A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Edwards, W. (1968). Conservatism in human information processing. In B. Kleinmuntz (Ed.), *Formal representation of human judgment*. New York: John Wiley and Sons.

Einhorn, H. J., & Hogarth, R. M. (1981). Behavioral decision theory: Processes of judgment and choice. *Annual Review of Psychology*, 32, 53—88.

Einhorn, H. J., & Hogarth, R. J. (1986). Backward and forward thinking in decision making. *Selected Paper No. 62*. Chicago: Graduate School of Business, University of Chicago.

Ellsberg, D. (1961). Risk, ambiguity, and the Savage axioms. *Quarterly Journal of Economics*, 75, 643—669.

Esser, J. K., & Lindoerfer, J. S. (1989). Groupthink and the space shuttle Challenger accident: Toward a quantitative case analysis. *Journal of Behavioral Decision Making*, 2, 167—177.

Fama, E. F. (1965). Random walks in stock market prices. *Financial Analysts Journal*, 21, 55-60. 330

Feldman, J. M. (1986). A note on the statistical correction of halo error. *Journal of Applied Psychology*, 71, 173—176.

Feldman, R. S., & Prohaska, T. (1979). The student as Pygmalion: Effect of student expectation on the teacher. *Journal of Educational Psychology*, 71 485-493.

Feldman, R. S., & Theiss, A. J. (1982). The Teacher and the student as Pygmalions: Joint effects of teacher and student expectations. *Journal of Educational Psychology*, 74, 217—223.

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7, 117-140.

Festinger, L. (1957). *A theory of cognitive dissonance*. Evanston, IL: Row, Peterson.

Festinger, L., & Carlsmith, J. M. (1959). Cognitive consequences of forced compliance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 58, 203—210.

Feynman, R. P. (1988, February). An outsider's inside view of the Challenger inquiry. *Physics Today*, 26—37.

Fiedler, K. (1988). The dependence of the conjunction fallacy on subtle linguistic factors. *Psychological Research*, 50, 123—129.

Fischhoff, B. (1977). Perceived informativeness of facts. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 3, 349—358.

Fischhoff, B. (1991). Value elicitation: Is there anything in there? *American Psychologist*, 46, 835-847.

Fischhoff, B., & Bar-Hillel, M. (1984). Diagnosticity and the base-rate effect. *Memory & Cognition*, 12, 402—410.

Fischhoff, B., & Beyth, R. (1975). "I Knew it would happen": Remembered probabilities of once-future things. *Organizational Behavior and Human Performance*, 13, 1—16.

Fischhoff, B., & Beyth-Marom, R. (1983). Hypothesis evaluation from a Bayesian perspective. *Psychological Review*, 90, 239—260.

Fischhoff, B., Lichtenstein, S., Slovic, P., Derby, S. L., & Keeney, R. L. (1981). *Acceptable risk*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Fischhoff, B., & Slovic, P. (1980). A little learning...: Confidence in multi-cue judgment tasks. In R. Nickerson (Ed.), *Attention and performance, VIII*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Fischhoff, B., Slovic, P., & Lichtenstein, S. (1977). Knowing with certainty: The appropriateness of extreme confidence. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 3, 552—564.

Fishburn, P. C. (1984). SSB utility theory and decision making under uncertainty. *Mathematical Social Sciences*, 8, 253—285.

Fiske, S. T., & Taylor, S. E. (1991). *Social cognition* (2nd ed). New York: McGraw-Hill.

Fletcher, D. J. O., & Ward, W. (1988). Attribution theory and processes: A cross-cultural perspective. In M. H. Bond (Ed.), *The cross-cultural challenge to social psychology*. Newbury Park, CA: Sage Publications.

331

Forsterling, F. (1989). Models of covariation and attribution: How do they relate to the analogy of analysis of variance? *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 615—625.

Frenkel, O. J., & Doob, A. N. (1976). Post-decision dissonance at the polling booth. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 8, 347—350.

Frieze, I. H., Bar-Tal, D., & Carroll, J. S. (Eds.). *New approaches to social problems*. San Francisco: Jossey-Bass.

Galper, R. E. (1976). Turning observers into actors: Differential causal attributions as a function of "empathy". *Journal of Research in Personality*, 10, 328-335.

Gansberg, M. (1964, March 27). 37 who saw murder didn't call the police. *New York Times*, pp. 1, 38.

Gill, S. (1947, March 14). How do you stand on sin? *Tide*, p. 72.

Gilovich, T., Vallone, R., & Tversky, A. (1985). The hot hand in basketball: On the misperception of random sequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 17, 295-314.

Gliksmann, A. (1986, February 13). Behind Moscow's fear of "Star Wars". *New York Times*, p. 27.

Gmelch, G. (1978, August). Baseball magic. *Human Nature*, pp. 32—39.

Goldberg, L. R. (1959). The effectiveness of clinicians' judgments: The diagnosis of organic brain damage from the Bender-Gestalt test. *Journal of Consulting Psychology*, 23, 25—33.

Golding, S. L., & Rorer, L. G. (1972). Illusory correlation and subjective judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80, 249—260.

Graham, T. W., & Kramer, B. M. (1986). The polls: ABM and Star Wars: Attitudes toward nuclear defense, 1945—1985. *Public Opinion Quarterly*, 50, 125-134.

Greenberg, J., Williams, K. D., & O'Brien, M. K. (1986). Considering the harshest verdict first: Biasing effects on mock juror verdicts. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 12, 41—50.

Gregory, W. L., Cialdini, R. B., & Carpenter, K. B. (1982). Self-relevant scenarios as mediators of likelihood and compliance: Does imagining make it so? *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 89—99.

Grether, D. M., & Plott, C. R. (1979). Economic theory of choice and the preference reversal phenomenon. *American Economic Review*, 69, 623—638.

Griffin, D. W., Dunning, D., & Ross, L. (1990). The role of construal processes in overconfident predictions about the self and others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1128—1139.

Griggs, R. A., & Cox, J. R. (1982). The elusive thematic-materials effect in Wason's selection task. *British Journal of Psychology*, 73, 407—420.

Gross, E. J. (1964). The effect of question sequence on measures of buying interest. *Journal of Advertising Research*, 4, 40—41.

Haberman, C. (1990, July 19). A child's nightmare in Italy is now the nation's shame. *New York Times*, pp. A1, A11.

332

Hagafors, R., & Brehmer, B. (1983). Does having to justify one's judgments change the nature of the judgment process? *Organizational Behavior and Human Performance*, 31, 223—232.

Hake, H. W., & Hyman, R. (1953). Perception of the statistical structure of a random series of binary symbols. *Journal of Experimental Psychology*, 45, 64-74.

Hamilton, D. L., & Rose, T. L. (1980). Illusory correlation and the maintenance of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 832-845.

Hardin, G. (1968). The tragedy of the commons. *Science*, 162, 1243—1248. "Harper's Index". (1986, October). *Harper's*, p. 11.

Harris, R. J. (1973). Answering questions containing marked and unmarked adjectives and adverbs. *Journal of Experimental Psychology*, 97, 399—401.

Hartley, E. (1946). *Problems in prejudice*. New York: King's Crown Press.

Harvey, J. H., Town, J. P., & Yarkin, K. L. (1981). How fundamental is the "fundamental attribution error"? *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 346—349.

Hastie, R. (1986). Review essay: Experimental evidence on group accuracy. In B. Grofman and G. Owen (Eds.), *Information pooling and group decision making: Proceedings of the Second University of California, Irvine, Conference on Political Economy*. Greenwich, CT: Jai Press.

Hastorf, A. H., & Cantril, H. (1954). They saw a game: A case study. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 49, 129—134.

Hawkins, S. A., & Hastie, R. (1990). Hindsight: Biased judgments of past events after the outcomes are known. *Psychological Bulletin*, 107, 311—327.

Heider, F. (1958). *The psychology of interpersonal relations*. New York: Wiley.

Henchy, T., & Glass, D. C. (1968). Evaluation apprehension and the social facilitation of dominant and subordinate responses. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, 446—454.

Henslin, J. M. (1967). Graps and magic. *American Journal of Sociology*, 73, 316-330.

Hershey, J. C., & Schoemaker, P. J. H. (1980). Risk taking and problem context in the domain of losses: An expected utility analysis. *Journal of Risk and Insurance*, 47, 111—132.

Hewstone, M. R. C., & Jaspars, J. M. F. (1987). Covariation and causal attribution: A logical model for the intuitive analysis of variance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 663—672.

Hill, G. W. (1982). Group versus individual performance: Are  $N + I$  heads better than one? *Psychological Bulletin*, 91, 517—539.

Hilton, D. J., & Slugoski, B. R. (1986). Knowledge-based causal attribution: The abnormal conditions focus model. *Psychological Review*, 93, 75—88.

Hilts, P. J. (1990, September 26). Major gains are cited for smokers who quit. *New York Times*, p. B4.

333

Hintzman, D. L. (1969). Apparent frequency as a function of frequency and the sparing of repetitions. *Journal of Experimental Psychology*, 80, 139—145.

Hippler, H., & Schwarz, N. (1986). Not forbidding isn't allowing: The cognitive basis of the forbid-allow asymmetry. *Public Opinion Quarterly*, 50, 87-96.

Hoch, S. J. (1984). Availability and interference in predictive judgment. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 10,

649-662. Hoch, S. J. (1985). Counterfactual reasoning and accuracy in predicting

personal events. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory,*

*and Cognition*, 11, 719-731. Hofstadter, D. R. (1985). *Metamagical themas: Questing for the essence of*

*mind and pattern*. New York: Basic Books. Hogarth, R. M. (1975). Cognitive processes and the assessment of subjective

- probability distributions. *Journal of American Statistical Association*, 70, Hogarth, R. (1987). *Judgment and choice* (2nd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Hooke, R. (1983). *How to tell the liars from the statisticians*. New York: Marcel Dekker.
- Hornstein, H. A., Fisch, E., & Holmes, M. (1968). Influence of a model's feeling about his behavior and his relevance as a comparison other on observers' helping behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 10, 222-226.
- Hunter I M. L., (1964). *Memory*. Middlesex, England: Penguin Books.
- Ingham, A. G., Levinger, G., Graves, J., & Peckham, V. (1974). The Ringel-mann effect: Studies of group size and group performance. *Journal of Experimental Social Psychology*, 10, 371—384.
- Irwin, F. W. (1953). Stated expectations as functions of probability and desirability of outcomes. *Journal of Personality*, 21, 329—335.
- Irwin, F. W., & Metzger, J. (1966). Effects of probabilistic independent outcomes upon predictions. *Psychonomic Science*, 5, 79—80.
- Irwin, F. W., & Snodgrass, J. G. (1966). Effects of independent and dependent outcome values upon bets. *Journal of Experimental Psychology*, 71, 282-285.
- Isen, A. M., Daubman, K. A., & Nowicki, G. P. (1987). Positive affect facilitates creative problem solving. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 1122-1131.
- Isen, A. M., & Geva, N (1987). The influence of positive affect on acceptable level of risk: The person with a large canoe has a large worry. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39, 145—154.
- Isen, A. M., & Patrick, R. (1983). The effect of positive feelings on risk taking: When the chips are down. *Organizational Behavior and Human Performance*, 31, 194-202.
- 334
- Ives, G. (1970). *A history of penal methods: Criminals, witches, lunatics*. Montclair, NJ: Patterson Smith.
- Janis, I. L. (1982). *Groupthink: Psychological studies of policy decisions and fiascoes* (2nd ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Jenkins, H. M., & Ward, W. C. (1965). The judgment of contingency between responses and outcomes. *Psychological Monographs*, 79, (Whole No. 594).
- Jenkins, J. J.(1981). Can we have a fruitful cognitive psychology? In J. H. Flowers (Ed.). *Nebraska symposium on motivation, 1980*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Jennings, D. L., Amabile, T. V., & Ross, L. (1982). Informal covariation assessment: Data-based versus theory based judgments. In D. Kahneman, P. Slovic, & A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Johnson, E. J., & Tversky, A. (1983). Affect, generalization, and the perception of risk. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 20—31.
- Jones, E. E. (1979). The rocky road from acts to dispositions. *American Psychologist*, 34, 107—117.
- Jones, E. E., & Davis, K. E. (1965). From acts to dispositions: The attribution process in person perception. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 2, pp. 219—266). New York: Academic Press.
- Jones, E. E., & Harris, V. A. (1967). The attribution of attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 3, 1—24.
- Jones, E. E., & Nisbett, R. E. (1971). The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior. In E. E. Jones et al. (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior*. Morristown, NJ: General Learning Press.
- Jones, E. E., Wood, G. C., & Quattrone, G. A. (1981). Perceived variability of personal characteristics in in-groups and out-groups: The role of knowledge and evaluation. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 7, 523—528.
- Jones, R. T. (1971). Tetrahydrocannabinol and the marijuana-induced social "high", or the effects of the mind on marijuana. *Annals of the New York Academy of Sciences*, 191, 155—165.

- Jussim, L. (1986). Self-fulfilling prophecies: A theoretical and integrative review. *Psychological Review*, 93, 429—445.
- Kahneman, D. (1991). Judgment and decision making: A personal view. *Psychological Science*, 2, 142—145.
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., & Thaler, R. H. (1990). Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem. *Journal of Political Economy*, 98, 1325-1348.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1972). Subjective probability: A judgment of representativeness. *Cognitive Psychology*, 3, 430—454.
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1973). On the psychology of prediction. *Psychological Review*, 80, 237—251.
- 335
- Kahneman, D., & Tversky, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47, 263—291.
- Kammer, D. (1982). Differences in trait ascriptions to self and friend: Un-confounding intensity from variability. *Psychological Reports*, 51, 99—102.
- Kantola, S. J., Syme, G. J., & Campbell, N. A. (1984). Cognitive dissonance and energy conservation. *Journal of Applied Psychology*, 69, 416—421.
- Karmarkar, U. (1978). Subjectively weighted utility: A descriptive extension of the expected utility model. *Organizational Behavior and Human Performance*, 21, 61—72.
- Kassin, S. M. (1979). Consensus information, prediction, and causal attribution: A review of the literature and issues. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 1966-1981.
- Kelley, H. H. (1950). The warm-cold variable in first impressions of persons. *Journal of Personality*, 18, 431—439.
- Kelley, H. H. (1967). Attribution theory in social psychology. In D. Levine (Ed.), *Nebraska symposium on motivation, 1967*. Lincoln: University of Nebraska Press.
- Kelley, H. H. (1973). The processes of causal attribution. *American Psychologist*, 28, 107-128.
- Kelley, H. H., & Michela, J. L. (1980). Attribution theory and research. *Annual Review of Psychology*, 31, 457—501.
- Keren, G. (1987). Facing uncertainty in the game of bridge: A calibration study. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39, 98—114.
- Klayman, J., & Ha, Y. (1987). Confirmation, disconfirmation, and information in hypothesis testing. *Psychological Review*, 94, 211—228.
- Kleinmuntz, D. N. (1985). Cognitive heuristics and feedback in a dynamic decision environment. *Management Science*, 31, 680—702.
- Knetsch, J. L., & Sinden, J. A. (1984). Willingness to pay and compensation demanded: Experimental evidence of an unexpected disparity in measures of value. *Quarterly Journal of Economics*, 99, 507—521.
- Knox, R. E., & Inkster, J. A. (1968). Postdecision dissonance at post time. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8, 319—323.
- Kogan, N., & Wallach, M. A. (1964). *Risk taking: A study in cognition and personality*. New York: Holt, Rinehart and Winston.
- Koriat, A., Lichtenstein, S., & Fischhoff, B. (1980). Reasons for confidence. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 6, 107—118.
- Kristiansen, C. M. (1983). Newspaper coverage of diseases and actual mortality statistics. *European Journal of Social Psychology*, 13, 193—194.
- Lamal, P. A. (1979, October). College student common beliefs about psychology. *Teaching of Psychology*, pp. 155—158.
- Landy, D., & Sigall, H. (1974). Beauty is talent: Task evaluation as a function of the performer's physical attractiveness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 29, 299-304.
- 336
- Langer, E. J. (1975). The illusion of control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32,

311-328.

Langer, E. J., & Rodin, J. (1976). The effects of choice and enhanced personal responsibility for the aged: A Field experiment in an institutional setting. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 191—198. Langer, E. J., & Roth, J. (1975). Heads I win, tails it's chance: The illusion of control as a function of the sequence of outcomes in a purely chance task. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 951—955.

La Piere, R. T. (1934). Attitudes vs. actions. *Social Forces*, 13, 230—237. Lasky, J. J., Hover, G. L., Smith, P. A., Bostian, D. W., Duffendack, S. C., & Nord, C. L. (1959). Post-hospital adjustment as predicted by psychiatric patients and by their staff. *Journal of Consulting Psychology*, 23, 213—218. Latane, B., & Dabbs, J. M., Jr. (1975). Sex, group size and helping in three cities. *Sociometry*, 38, 180—194.

Latane, B., & Darley, J. M. (1969). Bystander "apathy". *American Scientist*, 57, 244-268. Latane, B., & Darley, J. M. (1970). *The unresponsive bystander: Why doesn't he help?* Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Latane, B., & Nida, S. (1981). Ten years of research on group size and helping. *Psychological Bulletin*, 89, 308—324.

Latane, B., Williams, K., & Harkins, S. (1979). Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 822—832.

Latane, B., & Wolf, S. (1981). The social impact of majorities and minorities. *Psychological Review*, 88, 438—453. Leary, M. R. (1981). The distorted nature of hindsight. *Journal of Social Psychology*, 115, 25—29. Leary, M. R. (1982). Hindsight distortion and the 1980 presidential election.

*Personality and Social Psychology Bulletin*, 8, 257—263. Leddo, J., Abelson, R. P., & Gross, P. H. (1984). Conjunctive explanations: When two reasons are better Than one. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 933—943.

Lefcourt, H. M. (1982). *Locus of control: Current trends in theory and research*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Leippe, M. R., Wells, G. L., & Ostrom, T. M. (1978). Crime seriousness as a determinant of accuracy in eyewitness identification. *Journal of Applied Psychology*, 63, 345-351. Lelyveld, J. (1986, October 5). Britainheads for nuclear war at polls. *New*

*York Times*, p. E2.

Levi, A. S., & Pryor, J. B. (1987). Use of the availability heuristic in probability estimates of future events: The effects of imagining outcomes versus imagining reasons. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 40, 219-234.

337

Lichtenstein, S., & Fischhoff, B. (1977). Do those who know more also know more about how much they know? *Organizational Behavior and Human Performance*, 20, 159—183. Lichtenstein, S., & Fischhoff, B. (1980). Training for calibration.

*Organizational Behavior and Human Performance*, 26, 149—171. Lichtenstein, S., Fischhoff, B., & Phillips, L. D. (1982). Calibration of probabilities: The state of the art to 1980. In D. Kahneman, P. Slovic, & A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Lichtenstein, S., & Slovic, P. (1971). Reversals of preference between bids and choices in gambling decisions. *Journal of Experimental Psychology*, 89, 46-55.

Lichtenstein, S., & Slovic, P. (1973). Response-induced reversals of preference in gambling: An extended replication in Las Vegas. *Journal of Experimental Psychology*, 101, 16—20. Loftus, E. F. (1975). Leading questions and the eyewitness report. *Cognitive Psychology*, 7, 560—572.

Loftus, E. F. (1979). *Eyewitness testimony*. Cambridge, MA: Harvard University Press. Loftus, E. (1980). *Memory: Surprising new insights into how we remember and why we forget*. New York: Ardsley House.

- Loftus, E. F., & Palmer, J. C. (1974). Reconstruction of automobile destruction: An example of the interaction between language and memory. *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, 13, 585—589.
- Loomes, G., & Sugden, R. (1982). Regret theory: An alternative theory of rational choice under uncertainty. *Economic Journal*, 92, 805—824.
- Loomes, G., & Sugden, R. (1983). A rationale for preference reversal. *American Economic Review*, 73, 428—432.
- Loomes, G., & Sugden, R. (1987). Some implications of a more general form of regret theory. *Journal of Economic Theory*, 41, 270—287.
- Lopes, L. L. (1981). Decision making in the short run. *Journal of Experimental Psychology: Human Learning and Memory*, 7, 377—385.
- Lopes, L. L. (1982). Doing the impossible: A note on induction and the experience of randomness. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 8, 626—636.
- Lopes, L. L. (1991). The rhetoric of irrationality. *Theory & Psychology*, 1, 65-82.
- Lopes, L. L., & Oden, G. C. (1987). Distinguishing between random and nonrandom events. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 13, 392—400.
- Lord, C. G., Lepper, M. R., & Preston, E. (1984). Considering the opposite: A corrective strategy for social judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 1231-1243.
- 338
- Lord, C. G., Ross, L., & Lepper, M. R. (1979). Biased assimilation and attitude polarization: The effects of prior theories on subsequently considered evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 2098—2109.
- Loy, J. W., & Andrews, D. S. (1981). They also saw a game: A replication of a case study. *Replications in Social Psychology*, 1, 45—49.
- Luce, R. D. (1959). *Individual choice behavior*. New York: Wiley.
- Luce, R. D. (1990). Rational versus plausible accounting equivalences in preference judgments. *Psychological Science*, 1, 225—234.
- Luck, R. R., van den Bosch, P., & Garcia, R. (1977). Chemical insect control—A troubled pest management strategy. *BioScience*, 606—611.
- Maass, A., & Clark, R. D., III. (1984). Hidden impact of minorities: Fifteen years of minority research. *Psychological Bulletin*, 95, 428—450.
- Mackie, D. M., & Allison, S. T. (1987). Group attribution errors and the illusion of group attitude change. *Journal of Experimental Social Psychology*, 23, 460-480.
- Maier, N. R. R., & Solem, A. R. (1952). The contribution of a discussion leader to the quality of group thinking: The effective use of minority opinions. *Human Relations*, 5, 277—288.
- Malkiel, B. G. (1985). *A random walk down Wall Street* (4th ed.). New York: W. W. Norton & Co.
- Malone, B. (1990, September 9). Double trouble: Lives of two Frank William Boumas bedeviled by strange coincidences. *Grand Rapids Press*, pp. B1-B2.
- Marks, R. W. (1951). The effect of probability, desirability, and "privilege" on the statistical expectations of children. *Journal of Personality*, 19, 332—351.
- Matsuda, N. (1985). Strong, quasi-, and weak conformity among Japanese in the modified Asch procedure. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 16, 83-97.
- Mazur, A. (1981). Three Mile Island and the scientific community. In T. H. Moss & D. L. Sills (Eds.), *The Three Mile Island nuclear accident: Lessons and implications. Annals of the New York Academy of Sciences* (Vol. 365, pp. 216—221). New York: The New York Academy of Sciences.
- McArthur, L. A. (1972). The how and what of why: Some determinants and consequences of causal attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 22, 171-193.
- McArthur, L. Z. (1980). Illusory causation and illusory correlation: Two epistemological accounts. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 6, 507-519.
- McArthur, L. Z., & Post, D. L. (1977) Figural emphasis and person perception. *Journal of Experimental Social Psychology*, 13, 520—535.
- McMillen, D., Smith, S., & Wells-Parker, E. (1989). The affects of alcohol, expectancy, and sen-

sation seeking on driving risk taking. *Addictive Behaviors*, 14, 477-483.

339

McNeil, B. J., Pauker, S. G., Sox, H. C, Jr., & Tversky, A. (1982). On the elicitation of preferences for alternative therapies. *New England Journal of Medicine*, 306, 1259-1262.

Merton, R. K. (1948). The self-fulfilling prophecy. *Antioch Review*, 8, 193—210. Meyerowitz, B. E., & Chaiken, S. (1987). The effect of message framing on breast self-examination attitudes, intentions, and behavior. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 500—510.

Michaels, J. W., Blommel, J. M., Brocato, R. M., Linkous, R. A., & Rowe, J. S. (1982). Social facilitation and inhibition in a natural setting. *Replications in Social Psychology*, 2, 21—24.

Milgram, S. (1963). Behavioral study of obedience. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 371-378.

Miller, A. G., Gillen, B., Schenker, C, & Radlove, S. (1973). Perception of obedience to authority. *Proceedings of the 81st Annual Convention of the American Psychological Association*, 8, 127—128.

Miller, D. T. (1976). Ego involvement and attribution for success and failure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 901—906.

Miller, D. T., & Ross, M. (1975). Self-serving biases in the attribution of causality: Fact or fiction? *Psychological Bulletin*, 82, 213—225.

Miller, D. T., & Turnbull, W. (1986). Expectancies and interpersonal processes. *Annual Review of Psychology*, 37, 233—256.

Miller, J. G. (1984). Culture and the development of everyday social explanation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 961—978.

Miller, N., & Campbell, D. T. (1959). Recency and primacy in persuasion as a function of the timing of speeches and measurements. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 1—9.

Mitchell, R. C. (1982). Public response to a major failure of a controversial technology. In D. L. Sills, C P. Wolf, & V. B. Shelanski (Eds.), *Accident at Three Mile Island: The human dimensions* (pp. 21—38). Boulder, CO: Westview Press.

Moede, W. (1927). Die Richtlinien der Leistungs-Psychologie. *Industrielle Psychotechnik*, 4, 193—207.

Morier, D. M., & Borgida, E. (1984). The conjunction fallacy: A task specific phenomenon? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 10, 243—252.

Moscovici, S., Lage, E., & Naffrechoux, M. (1969). Influence of a consistent minority on the responses of a majority in a color perception task. *Sociometry*, 32, 365—380.

Moscovici, S., & Zavalloni, M. (1969). The group as a polarizer of attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 12, 125—135.

Mullen, B., & Hu, L. (1989). Perceptions of ingroup and outgroup variability: A meta-analytic integration. *Basic and Applied Social Psychology*, 10, 233—252.

Mullen, B., & Johnson, C (1990). Distinctiveness-based illusory correlations and stereotyping: A meta-analytic integration. *British Journal of Social Psychology*, 29, 11—28.

340

Mullen, B., & Riordan, C. A. (1988). Self-serving attributions for performance in naturalistic settings: A meta-analytic review. *Journal of Applied Social Psychology*, 18, 3—22.

Marphy, A. H., & Brown, B. G. (1984). A comparative evaluation of objective and subjective weather forecasts in the United States. *Journal of Forecasting*, 3, 369—393.

Marphy, A. H., & Winkler, R. L. (1984). Probability forecasting in meteorology. *Journal of American Statistical Association*, 79, 489—500. Myers, D. G. (1975). Discussion-induced attitude polarization. *Human Relations*, 28, 699-714.

Myers, D. G. (1982). Polarizing effects of social interaction. In H. Brand-statter, J. H. Davis, & G. Stocker-Kreichgauer (Eds.), *Group decision making*. London: Academic Press.

Myers, D. G. (1990). *Social psychology* (2nd ed.). McGraw-Hill: New York. Myers, D. G., & Bishop, G. D. (1970). Discussion effects on racial attitudes. *Science*, 169, 778--779.

Myers, D. G., & Kaplan, M. F. (1976). Group-induced polarization in simulated juries. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2, 63—66. Myers, D. G., & Lamm, H. (1976). The group polarization phenomenon.

*Psychological Bulletin*, 83, 602—627.

Mynatt, C. R., Doherty, M. E., & Tweney, R. D. (1977). Confirmation bias in a simulated research environment: An experimental study of scientific inference. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 29, 85—95. Mynatt, C. R., Doherty, M. E., & Tweney, R. D. (1978). Consequences of confirmation and disconfirmation in a simulated research environment. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 30, 395—406. Nahinsky, I. D., & Slaymaker, F. L. (1970). Use of negative instances in conjunctive identification. *Journal of Experimental Psychology*, 84, 64—84. Nathanson, S., Brockner, J., Brenner, D., Samuelson, C., Countryman, M., Lloyd, M., & Rubin, J. Z. (1982). Toward the reduction of entrapment. *Journal of Applied Social Psychology*, 12, 193—208. Nemeth, C. (1986). Differential contributions of majority and minority influence. *Psychological Review*, 93, 1—10.

Nemeth, C., & Chiles, C. (1988). Modelling courage: The role of dissent in fostering independence. *European Journal of Social Psychology*, 18, 275—280.

Neuringer, A. (1986). Can people behave "randomly"? The role of feedback.

*Journal of Experimental Psychology: General*, 115, 62—75. Nisbett, R. E., & Borgida, E. (1975). Attribution and the psychology of prediction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 932—943. Nisbett, R. E., Borgida, E., Crandall, R., & Reed, H. (1976). Popular induction: Information is not always informative. In J. S. Carroll & J. W. Payne (Eds.), *Cognition and social behavior* (Vol. 2, pp. 227—236). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

341

Nisbett, R. E., Caputo, C., Legant, P., & Marecek, J. (1973). Behavior as seen by the actor and as seen by the observer. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 154—165.

Nisbett, R. E., & Ross, L. (1980). *Human inference: Strategies and shortcomings of social judgment*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Nisbett, R. E., & Schachter, S. (1966). Cognitive manipulation of pain.

*Journal of Experimental Social Psychology*, 2, 227—236. Northcraft, G. B., & Neale, M. A. (1987). Experts, amateurs, and real estate: An anchoring-and-adjustment perspective on property pricing decisions. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 39, 84—97. Orvis, B. R., Cunningham, J. D., & Kelley, H. H. (1975). A closer examination of causal inference: The roles of consensus, distinctiveness, and consistency information. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 605—616. Osberg, T. M., & Shrauger, J. S. (1986). Self-prediction: Exploring the parameters of accuracy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1044—1057.

Oskamp, S. (1965). Overconfidence in case study judgments. *Journal of Consulting Psychology*, 29, 261—265.

Paese, P. W., & Snizek, J. A. (1991). Influences on the appropriateness of confidence in judgment: Practice, effort, information, and decision making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 48, 100—130.

Park, B., & Rothbart, M. (1982). Perception of out-group homogeneity and levels of social categorization: Memory for the subordinate attributes of in-group and out-group members. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 1051—1068.

Paulos, J. A. (1986, November 24). Orders of magnitude. *Newsweek*, pp. 12-13.

Paulos, J. A. (1988). *Innumeracy: Mathematical illiteracy and its consequences*. New York: Vintage Books.

Payne, J. W. (1973). Alternative approaches to decision making under risk: Moments versus risk dimensions. *Psychological Bulletin*, 80, 439—453.

Payne, J. W. (1982). Contingent decision behavior. *Psychological Bulletin*, 92, 382—402.

Pennington, D. C., Rutter, D. R., McKenna, K., & Morley, I. E. (1980). Estimating the outcome

of a pregnancy test: Women's judgments in foresight and hindsight. *British Journal of Social and Clinical Psychology*, 19, 317-324.

Peter, L. J. (1977). *Peter's quotations: Ideas for our time*. New York: Bantam Books.

Peterson, C (1980). Recognition of noncontingency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 727--734.

Peterson, C, Semmel, A., von Baeyer, C, Abramson, L. Y., Metalsky, G. L., & Seligman, M. E. P. (1982). The Attributional Style Questionnaire. *Cognitive Therapy and Research*, 6, 287—300.

342

Pettigrew, T. F. (1979). The ultimate attribution error: Extending Allport's cognitive analysis of prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 5, 461-476.

Phillips, L. D., & Edwards, W. (1966). Conservatism in a simple probability inference task. *Journal of Experimental Psychology*, 72, 346—354.

Pietromonaco, P. R., & Nisbett, R. E. (1982). Swimming upstream against the fundamental attribution error: Subjects' weak generalizations from the Darley and Batson study. *Social Behavior and Personality*, 10, 1—4.

Platt, J. (1973). Social traps. *American Psychologist*, 28, 641—651.

Pious, S. (1989). Thinking the unthinkable: The effects of anchoring on likelihood estimates of nuclear war. *Journal of Applied Social Psychology*, 19, 67-91.

Pious, S. (1989, March). Political illiteracy: A threat to international security. *Swords and Ploughshares*, pp. 9—10.

Pious, S. (1991). Biases in the assimilation of technological breakdowns: Do accidents make us safer? *Journal of Applied Social Psychology*, 21, 1058—1082.

Pious, S., & Zimbardo, P. G. (1984, November). The looking glass war. *Psychology Today*, pp. 48—59.

Pious, S., & Zimbardo, P. G. (1986). Attributional biases among clinicians: A comparison of psychoanalysts and behavior therapists. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 54, 568—570.

Pool, R. (1988). The Allais Paradox. *Science*, 242, 512.

Prothro, J. W., & Grigg, C. M. (1960). Fundamental principles of democracy: Bases of agreement and disagreement. *Journal of Politics*, 22, 276—294.

Pruitt, D. G., & Hoge, R. D. (1965). Strength of the relationship between the value of an event and its subjective probability as a function of method of measurement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 483—489.

Pryor, J. B., & Kriss, N. (1977). The cognitive dynamics of salience in the attribution process. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 49—55.

Quattrone, G. A. (1982). Overattribution and unit formation: When behavior engulfs the person. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42, 593-607.

Quattrone, G. A., Lawrence, C. P., Warren, D. L., Souza-Silva, K., Finkel, S. E., & Andrus, D. E. (1984). *Explorations in anchoring: The effects of prior range, anchor extremity, and suggestive hints*. Unpublished manuscript, Stanford University, Stanford.

Quattrone, G. A., & Tversky, A. (1988). Contrasting rational and psychological analyses of political choice. *American Political Science Review*, 82, 719-736. Reeder, G. D. (1982). Let's give the fundamental attribution error another

chance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43, 341—344. Regan, D. T., Straus, E., & Fazio, R. (1974). Liking and the attribution process. *Journal of Experimental Social Psychology*, 10, 385—397.

343

Regan, D. N., & Totten, J. (1975). Empathy and attribution: Turning observers into actors. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 850—856.

Reichenbach, H. (1949). *The theory of probability*. Berkeley: University of California Press.

Reyes, R. M., Thompson, W. C., & Bower, G. H. (1980). Judgmental biases resulting from differ-

- ing availabilities of arguments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 2—12.
- Robbins, J. (1987). *Diet for a new America*. Walpole, NH: Stillpoint Publishing.
- Rodin, J. (1986). Aging and health: Effects of the sense of control. *Science*, 233, 1271-1276.
- Ronis, D. L., & Yates, J. F. (1987). Components of probability judgment accuracy: Individual consistency and effects of subject matter and assessment method. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 40, 193-218.
- Rosenhan, D. L., & Messick, S. (1966). Affect and expectation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 3, 38—44.
- Rosenthal, R. (1976). *Experimenter effects in behavioral research* (enlarged ed.). New York: Irvington.
- Rosenthal, R. (1987, December). Pygmalion effects: Existence, magnitude, and social importance. *Educational Researcher*, pp. 37—41.
- Rosenthal, R., & Fode, K. L. (1963). The effect of experimenter bias on the performance of the albino rat. *Behavioral Science*, 8, 183—189.
- Rosenthal, R., & Jacobson, L. (1968). *Pygmalion in the classroom: Teacher expectation and pupils' intellectual development*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 10). New York: Academic Press.
- Ross, L., Lepper, M., & Hubbard, M. (1975). Perseverance in self perception and social perception: Biased attributional processes in the debriefing paradigm. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 880—892.
- Ross, L., Lepper, M., Strack, F., & Steinmetz, J. (1977). Social explanation and social expectation: Effects of real and hypothetical explanations on subjective likelihood. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 817—829.
- Ross, L., Rodin, J., & Zimbardo, P. G. (1969). Toward an attribution therapy: The reduction of fear through induced cognitive-emotional misattribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 12, 279—288.
- Ross, M., & Sicoly, F. (1979). Egocentric biases in availability and attribution. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 322—336.
- Rothbart, M. (1970). Assessing the likelihood of a threatening event: English Canadians' evaluation of the Quebec separatist movement. *Journal of Personality and Social Psychology*, 15, 109—117.
- Rothstein, H. G. (1986). The effects of time pressure on judgment in multi-plecue probability learning. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 37, 83—92.
- 344
- Rubin, D. M. (1981). What the president's commission learned about the media. In T. H. Moss & D. L. Sills (Eds.), *The Three Mile Island nuclear accident: Lessons and implications*. *Annals of the New York Academy of Sciences* (Vol. 365, pp. 95—106). New York: The New York Academy of Sciences.
- Rubin, J. Z., Brockner, J., Small-Weil, S., & Nathanson, S. (1980). Factors affecting entry into psychological traps. *Journal of Conflict Resolution*, 24, 405-426.
- Ruble, D. N., & Feldman, N. S. (1976). Order of consensus, distinctiveness, and consistency information and causal attributions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 930—937.
- Rugg, D. (1941). Experiments in wording questions: II. *Public Opinion Quarterly*, 5, 91-92.
- Rusbult, C. E. (1980). Commitment and satisfaction in romantic associations: A test of the investment model. *Journal of Personality and Social Psychology*, 16, 172-186.
- Russo, J. E. (1977). The value of unit price information. *Journal of Marketing Research*, 14, 193—201.
- Russo, J. E., & Schoemaker, P. J. H. (1989). *Decision traps: Ten barriers to brilliant decision making and how to overcome them*. New York: Simon & Schuster.
- Ryback, D. (1967). Confidence and accuracy as a function of experience in judgment-making in the absence of systematic feedback. *Perceptual and Motor Skills*, 24, 331-334.
- Rylsky, M. (1986, February). A town born of the atom. *Soviet Life*, pp. 8—15.
- Salovey, P., & Birnbaum, D. (1989). Influence of mood on health-relevant

cognitions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 539—551. Sande, G. N., Goethals, G. R., & Radloff, C. E. (1988). Perceiving one's own traits and others': The multifaceted self. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 13—20.

Savage, L. J. (1954). *The foundations of statistics*. New York: Wiley. Schelling, T. (1971). The ecology of micromotives. *Public Interest*, 25, 61—98. Schelling, T. C. (1981). Economic reasoning and the ethics of policy. *Public Interest*, 63, 37—61.

Schkade, D. A., & Johnson, E. J. (1989). Cognitive processes in preference reversals. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 44, 203—231. Schlenker, B. R., & Miller, R. S. (1977). Egocentrism in groups: Self-serving biases or logical information processing? *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 755-764. Schmemmann, S. (1985, March 3). The emergence of Gorbachev. *New York*

*Times Magazine*, pp. 40, 44—46, 55—57.

Schoemaker, P. J. H. (1982). The expected utility model: Its variants, purposes, evidence and limitations. *Journal of Economic Literature*, 20, 529—563.

### 345

Schum, D. (1990). Discussion. In R. M. Hogarth (Ed.), *Insights in decision making: A tribute to Hillel J. Einhorn*. Chicago: University of Chicago Press.

Schuman, H., & Pressor, S. (1981). *Questions and answers in attitude surveys: Experiments on question form, wording, and context*. Orlando, FL: Academic Press.

Schuman, H., & Scott, J. (1987). Problems in the use of survey questions to measure public opinion. *Science*, 236, 957—959.

Schwarz, N., Hippler, H., Deutsch, B., & Strack, S. (1985). Response scales: Effects of category range on reported behavior and comparative judgments. *Public Opinion Quarterly*, 49, 388—395.

Seligman, M. E. P., Abramson, L. Y., Semmel, A., & von Baeyer, C. (1979). Depressive attributional style. *Journal of Abnormal Psychology*, 88, 242—247.

Selvin, S. (1975, February). A problem in probability. *American Statistician*, p. 67.

Shaklee, H., & Fischhoff, B. (1990). The psychology of contraceptive surprises: Cumulative risk and contraceptive effectiveness. *Journal of Applied Social Psychology*, 20, 385—403.

Shaklee, H., & Mims, M. (1982). Sources of error in judging event covariations: Effects of memory demands. *Journal of Experimental Psychology: Learning, Memory, and Cognition*, 8, 208—224.

Shaklee, H., & Tucker, D. (1980). A rule analysis of judgments of covariation between events. *Memory, & Cognition*, 8, 459—467.

Shenkel, R. J., Snyder, C. R., Batson, C. D., & Clark, G. M. (1979). Effects of prior diagnostic information on clinicians' causal attributions of a client's problems. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 47, 404—406.

Sherif, M., Taub, D., & Hovland, C. I. (1958). Assimilation and contrast effects of anchoring stimuli on judgments. *Journal of Experimental Psychology*, 55, 150-155.

Sherman, S. J., Cialdini, R. B., Schwartzman, D. F., & Reynolds, K. D. (1985). Imagining can heighten or lower the perceived likelihood of contracting a disease: The mediating effect of ease of imagery. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 11, 118—127.

Sherman, S. J., & Gorkin, L. (1980). Attitude bolstering when behavior is inconsistent with central attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 16, 388-403.

Sherman, S. J., Zehner, K. S., Johnson, J., & Hirt, E. R. (1983). Social explanation: The role of timing, set and recall on subjective likelihood estimates. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 1127—1143.

Shubic, M. (1971). The Dollar Auction game: A paradox in noncooperative behavior and escalation. *Journal of Conflict Resolution*, 15, 109—111.

Sieber, J. E. (1974). Effects of decision importance on ability to generate warranted subjective uncertainty. *Journal of Personality and Social Psychology*, 30, 688-694.

346

Simon, H. A. (1956). Rational choice and the structure of the environment. *Psychological Review*, 63, 129—138.

Skinner, B. F. (1980). *Notebooks*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Slovic, P. (1975). Choice between equally valued alternatives. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 1, 280—287.

Slovic, P. (1987). Perception of risk. *Science*, 236, 280—285.

Slovic, P., & Fischhoff, B. (1977). On the psychology of experimental surprises. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 3, 544—551.

Slovic, P., Fischhoff, B., & Lichtenstein, S. (1979, April). Rating the risks. *Environment*, pp. 14—20, 36—39.

Slovic, P., Fischhoff, B., & Lichtenstein, S. (1982a). Facts versus fears: Understanding perceived risk. In D. Kahneman, P. Slovic, & A. Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Slovic, P., Fischhoff, B., & Lichtenstein, S. (1982b). Response mode, framing, and information-processing effects in risk assessment. In R. M. Hogarth (Ed.), *New directions for methodology of social and behavioral science: Question framing and response consistency* (No. 11). San Francisco: Jossey-Bass.

Slovic, P., Griffin, D., & Tversky, A. (1990). Compatibility effects judgment and choice. In R. M. Hogarth (Ed.), *Insights in decision making: A tribute to HUM J. Einhorn*. Chicago: University of Chicago Press.

Slovic, P., & Lichtenstein, S. (1983). Preference reversals: A broader perspective. *American Economic Review*, 73, 596—605.

Smedslund, J. (1963). The concept of correlation in adults. *Scandinavian Journal of Psychology*, 4, 165—173.

Smith, J. F., & Kida, T. (1991). Heuristics and biases: Expertise and task realism in auditing. *Psychological Bulletin*, 109, 472—489.

Smith, T. W. (1984). Nonattitudes: A review and evaluation. In C. F. Turner & E. Martin (Eds.), *Surveying subjective phenomena* (Vol. 2). New York: Russell Sage Foundation.

Snizek, J. A. (1989). An examination of group process in judgmental forecasting. *International Journal of Forecasting*, 5, 171—178.

Snizek, J. A., & Henry, R. A. (1989). Accuracy and confidence in group judgment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 43, 1—28.

Snizek, J. A., & Henry, R. A. (1990). Revision, weighting, and commitment in consensus group judgment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 45, 66—84.

Snizek, J. A., Paese, P. W., & Switzer, F. S., III. (1990). The effect of choosing on confidence and choice. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 46, 264—282.

Snyder, C. R. (1977). "A patient by any other name" revisited: Maladjustment or attributional locus of problem? *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 45, 101—103.

347

Snyder, M. (1984). When belief creates reality. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 18, pp. 247—305). New York: Academic Press.

Snyder, M. (in press). Motivational foundations of behavioral confirmation. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 25). New York: Academic Press.

Snyder, M., Campbell, B. H., & Preston, E. (1982). Testing hypotheses about human nature: Assessing the accuracy of social stereotypes. *Social Cognition*, 1, 256—272.

Snyder, M., & Cantor, N. (1979). Testing hypotheses about other people: The use of historical knowledge. *Journal of Experimental Social Psychology*, 15, 330—342.

Snyder, M., & Jones, E. E. (1974). Attitude attribution when behavior is constrained. *Journal of Experimental Social Psychology*, 10, 585—600.

Snyder, M., & Swann, W. B., Jr. (1978). Hypothesis-testing processes in social interaction. *Jour-*

*nal of Personality and Social Psychology*, 36, 1202—1212.

Snyder, M., Tanke, E. D., & Berscheid, E. (1977). Social perception and interpersonal behavior: On the self-fulfilling nature of social stereotypes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 656—666.

Snyder, M., & Uranowitz, S. W. (1978). Reconstructing the past: Some cognitive consequences of person perception. *Journal of Personality and Social Psychology*, 36, 941-950.

Starr, C. (1969). Social benefit versus technological risk. *Science*, 165, 1232—1238.

Staw, B. M. (1976). Knee-deep in the big muddy: A study of escalating commitment to a chosen course of action. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16, 27—44.

Staw, B. M. (1981). The escalation of commitment to a course of action. *Academy of Management Review*, 6, 577—587.

Staw, B. M., & Ross, J. (1987). Behavior in escalation situations: Antecedents, prototypes, and solutions. *Research in Organizational Behavior*, 9, 39-78.

Staw, B. M., & Ross, J. (1987, March—April). Knowing when to pull the plug. *Harvard Business Review*, pp. 68—74.

Stone, E. R., & Yates, J. F. (1991). *Communications about low-probability risks: Effects of alternative displays*. Unpublished manuscript, University of Michigan, Ann Arbor.

Stoner, J. A. F. (1961). *A comparison of individual and group decision involving risk*. Unpublished master's thesis, Massachusetts Institute of Technology.

Stoner, J. A. F. (1968). Risky and cautious shifts in group decisions: The influence of widely held values. *Journal of Experimental Social Psychology*, 4, 442-459.

348

Storms, M. D. (1973). Videotape and the attribution process: Reversing actors' and observers' points of view. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 165-175.

Sullivan, K. (1990, October 5). Chip rivals in comedy of errors. *San Francisco Examiner*, pp. B1, B4.

Suls, J. M., & Miller, R. L. (Eds.). (1977). *Social comparison processes: Theoretical and empirical perspectives*. Washington, DC: Hemisphere Publishing Corporation.

Sweeney, P. D., Anderson, K., & Bailey, S. (1986). Attributional style in depression: A meta-analytic review. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 974-991.

Synodinos, N. E. (1986). Hindsight distortion: "I knew-it-all along and I was sure about it". *Journal of Applied Social Psychology*, 16, 107—117.

Taylor, D. M., & Doria, J. R. (1981). Self-serving and group-serving bias in attribution. *Journal of Social Psychology*, 113, 201—211.

Taylor, D. M., & Jaggi, V. (1974). Ethnocentrism and causal attribution in a South Indian context. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 5, 162—171.

Taylor, S. E., & Brown, J. D. (1988). Illusion and Well-being: A social-psychological perspective on mental health. *Psychological Bulletin*, 103, 193-210.

Taylor, S. E., & Fiske, S. T. (1975). Point of view and perceptions of causality. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 439—445.

Taylor, S. E., & Fiske, S. T. (1978). Salience, attention, and attribution: Top of the head phenomena. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 11, pp. 249—288). New York: Academic Press.

Taylor, S. E., Fiske, S. T., Close, M., Anderson, C., & Ruderman, A. (1977). *Solo status as a psychological variable: The power of being distinctive*. Unpublished manuscript, Harvard University, Cambridge, MA.

Taylor, S. E., & Koivumaki, J. H. (1976). The perception of self and others: Acquaintanceship, affect, and actor-observer differences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 33, 403—408.

Taylor, S. E., & Thompson, S. C. (1982). Stalking the elusive "vividness" effect. *Psychological Review*, 89, 155—181.

Teger, A. I. (1980). *Too much invested to quit*. New York: Pergamon Press.

Tetlock, P. E. (1983). Accountability and complexity of thought. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 74—83.

Tetlock, P. E. (1985a). Accountability: A social check on the fundamental attribution error. *Social Psychology Quarterly*, 48, 227—236.

Tetlock, P. E. (1985b). Accountability: The neglected social context of judgment and choice. *Research in Organizational Behavior* 7, 297—332.

Tetlock, P. E., & Kim, J. I. (1987). Accountability and judgment processes in a personality prediction task. *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 700-709.

349

Tetlock, P. E., Skitka, L., & Boettger, R. (1989). Social and cognitive strategies for coping with accountability: Conformity, complexity, and bolstering. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 632—640. Thaler, R. (1980). Toward a positive theory of consumer choice. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 1, 39—60.

Thaler, R. (1985). Mental accounting and consumer choice. *Marketing Science*, 4, 199—214.

Thomas, E. J., & Fink, C. F. (1961). Models of group problem solving. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 63, 53—63.

Thompson, S. C., & Kelley, H. H. (1981). Judgments of responsibility for activities in close relationships. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 469-477.

Thorndike, E. L. (1920). A constant error in psychological ratings. *Journal of Applied Psychology*, 4, 25—29.

Thorngate, W. (1980). Efficient decision heuristics. *Behavioral Science*, 25, 219-225.

Tindale, R. S. (1989). Group vs individual information processing: The effects of outcome feedback on decision making. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 44, 454—473.

Tindale, R. S., Sheffey, S., & Filkins, J. (1990). *Conjunction errors by individuals and groups*. Paper presented at the annual meeting of the Society for Judgment and Decision Making, New Orleans, LA.

Tversky, A. (1969). Intransitivity of preferences. *Psychological Review*, 76, 31-48.

Tversky, A. (1972). Elimination by aspects: A theory of choice. *Psychological Review*, 79, 281-299.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1971). Belief in the law of small numbers. *Psychological Bulletin*, 76, 105—110.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1973). Availability: A heuristic for judging frequency and probability. *Cognitive Psychology*, 5, 207—232.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under uncertainty: Heuristics and biases. *Science*, 185, 1124—1130.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The framing of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211, 453—458.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1982). Judgments of and by representativeness. In D. Kahneman, P. Slovic, & A Tversky (Eds.), *Judgment under uncertainty: Heuristics and biases*. Cambridge, England: Cambridge University Press.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1983). Extensional versus intuitive reasoning: The conjunction fallacy in probability judgment. *Psychological Review*, 90, 293-315.

Tversky, A., & Kahneman, D. (1986). Rational choice and the framing of-decisions. *Journal of Business*, 59, S251—S278.

350

Tversky, A., Sattath, S., & Slovic, P. (1988). Contingent weighting in judgment and choice. *Psychological Review*, 95, 371—384.

Tversky, A., Slovic, P., & Kahneman, D. (1990). The causes of preference reversal. *American Economic Review*, 80, 204—217.

U.S. Congress: House, Subcommittee of the Committee on Government Operations. (1981, May 19—20). *Failures of the North American Aerospace Defence Command's (NORAD) Attack Warning*

*System*. 97th Congress, First Session, Washington, DC: U.S. Government Printing Office.

Valins, S., & Nisbett, R. E. (1971). Attribution processes in the development and treatment of emotional disorders. In E. E. Jones et al. (Eds.), *Attribution: Perceiving the causes of behavior*. Morristown, NJ: General Learning Press.

Vallone, R. P., Griffin, D. W., Lin, S., & Ross, L. (1990). Overconfident prediction of future actions and outcomes by self and others. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 582—592.

Vallone, R. P., Ross, L., & Lepper, M. R. (1985). The hostile media phenomenon: Biased perception and perceptions of media bias in coverage of the Beirut massacre. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 577—585.

Verplanken, B., & Pieters, R. G. M. (1988). Individual differences in reverse hindsight bias: I never thought something like Chernobyl would happen, did I? *Journal of Behavioral Decision Making*, 1, 131 — 147.

von Neumann, J., & Morgenstern, O. (1947). *Theory of games and economic behavior*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

vos Savant, M. (1990, September 9). Ask Marilyn. *Parade*, p. 13.

Wagenaar, W. A. (1970a). Appreciation of conditional probabilities in binary sequences. *Acta Psychologica*, 34, 348—356.

Wagenaar, W. A. (1970b). Subjective randomness and the capacity to generate information. *Acta Psychologica*, 33, 233—242.

Wagenaar, W. A. (1972). Generation of random sequences by human subjects: A critical survey of the literature. *Psychological Bulletin*, 77, 65—72.

Wallsten, T. S. (1981). Physician and medical student bias in evaluating diagnostic information. *Medical Decision Making*, 1, 145—164.

Walster, E. (1967). Second-guessing important events. *Human Relations*, 20, 239-249.

Ward, W. C., & Jenkins, H. M. (1965). The display of information and the judgment of contingency. *Canadian Journal of Psychology*, 19, 231—241.

Warwick, D. P. (1975, February). Social scientists ought to stop lying. *Psychology Today*, pp. 38, 40, 105, 106.

Wason, P. C. (1960). On the failure to eliminate hypotheses in a conceptual task. *Quarterly Journal of Experimental Psychology*, 12, 129—140.

Wason, P. C., & Johnson-Laird, P. N. (1972). *Psychology of reasoning: Structure and content*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Watson, D. (1982). The actor and the observer: How are their perceptions of causality divergent? *Psychological Bulletin*, 92, 682—700.

351

Weaver, W. (1982). *Lady luck: The theory of probability*. New York: Dover Publications.

Weinberg, A. M. (1981). Three Mile Island in perspective: Keynote address. In T. H. Moss & D. L. Sills (Eds.), *The Three Mile Island nuclear accident: Lessons and implications*. *Annals of the New York Academy of Sciences* (Vol. 365, pp. 1—12). The New York Academy of Sciences.

Weinstein, N. D. (1980). Unrealistic optimism about future life events. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39, 806—820. Weirich, P. (1984). The St. Petersburg gamble and risk. *Theory and Decision*, 17, 193-202.

Weldon, E., & Gargano, G. M. (1985). Cognitive effort in additive task groups: The effects of shared responsibility on the quality of multiattribute judgments. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 36, 348-361.

Weldon, E., & Gargano, G. M. (1988). Cognitive loafing: The effects of accountability and shared responsibility on cognitive effort. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 14, 159—171.

Wells, G. L., & Harvey, J. H. (1977). Do people use consensus information in making causal attributions? *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 279-293.

White, P. A., & Younger, D. P. (1988). Differences in the ascription of transient internal states to

self and other. *Journal of Experimental Social Psychology*, 24, 292-309.

Wicker, A. W. (1969). Attitudes versus actions: The relationship of verbal and overt behavioral responses to attitude objects. *Journal of Social Issues*, 25, 41-78.

Wicker, A. W. (1971). An examination of the "other variables" explanation of attitude-behavior inconsistency. *Journal of Personality and Social Psychology*, 19, 18-30. Williams, L. (1990, February 14). Decisions, decisions, decisions: Enough!

*New York Times*, pp. B1, B5.

Wilson, D. K., Kaplan, R. M., & Schneiderman, L. J. (1987). Framing of decisions and selections of alternatives in health care. *Social Behaviour*, 2, 51-59.

Wilson, G. T., & Abrams, D. (1977). Effects of alcohol on social anxiety and psychological arousal: *Cognitive versus pharmacological processes*. *Cognitive Research and Therapy*, 1, 195—210. Wilson, R. (1979, February). Analyzing the daily risks of life. *Technology*

*Review*, pp. 41—46.

Word, C. O., Zanna, M. P., & Cooper, J. (1974). The nonverbal mediation of self-fulfilling prophecies in interracial interaction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 10, 109—120.

Wortman, C. B. (1975). Some determinants of perceived control. *Journal of Personality and Social Psychology*, 31, 282—294.

352

Wright, G. N., Phillips, L. D., Whalley, P. C., Choo, G. T., Ng, K., & Tan, I. (1978). Cultural differences in probabilistic thinking. *Journal of Cross Cultural Psychology*, 9, 285—299.

Wright, J. C. (1962). Consistency and complexity of response sequences as a function of schedules of noncontingent reward. *Journal of Experimental Psychology*, 63, 601-609.

Wright, P. (1974). The harassed decision maker: Time pressures, diffractions, and the use of evidence. *Journal of Applied Psychology*, 59, 555—561.

Wright, W. F., & Anderson, U. (1989). Effects of situation familiarity and financial incentives on use of the anchoring and adjustment heuristic for probability assessment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 44, 68—82.

Wright, W. F., & Bower, G. H. (1992). Mood effects on subjective probability assessment. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 52, 276-291.

Wyer, R. S., Jr. (1976). An investigation of the relations among probability estimates. *Organizational Behavior and Human Performance*, 15, 1—18.

Yates, J. F. (1990). *Judgment and decision making*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall

Yates, J. F., Zhu, Y., Ronis, D. L., Wang, D., Shinotsuka, H., & Toda, M. (1989). Probability judgment accuracy: China, Japan, and the United States. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 43, 145-171.

Zajonc, R. B. (1965). Social facilitation. *Science*, 149, 269—274.

## Заемствованные рисунки и таблицы

### РИСУНКИ

3.1: Doonesbury copyright 1992 G. B. Trudeau. Reprinted with permission of Universal Press Syndicate. All rights reserved.

4.1: Adapted from J. R. Block and H. E. Yuker, *Can You Believe Your Eyes* (New York: Gardner, 1989), pp. 107 and 109, by permission of J. R. Block. 4.2: From Stanley Coren and Joel Miller, "Size Contrast as a Function of Figural Similarity, *Perception and Psychophysics*, vol. 16, pp. 355—357. Reprinted by permission of Psychonomic Society, Inc., and Prof. Coren.

6.1: From Amos Tversky and Daniel Kahneman, "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice", *Science*, vol. 211, p. 453ff. Copyright 1981 by AAAS. Used by permission of the AAAS and Prof. Tversky.

9.1, 9.2: From Daniel Kahneman and Amos Tversky, "Prospect Theory: An Analysis of Decision under Risk", *Econometrica*, vol. 47, p. 263ff. Copyright © 1979. Used by permission of The Econo-

metric Society.

12.1: From David Rosenhan and Samuel Messick, "Affect and Expectation", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 3. Copyright 1966 by the American Psychological Association. Reprinted by permission.

12.2: Adapted from E. Borgida and R. Nisbett, "The Differential Impact of Abstract vs. Concrete Information on Decisions", *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 7. Copyright © 1977. Used by permission of V. H. Winston & Sons, Inc. 14.1: Associated Press. 15.1: Courtesy Smith-Corona.

16.1, 16.2: From Harold Kelley. "The Processes of Causal Attribution", *American Psychologist*, vol. 28. Copyright 1973 by the American Psychological Association. Reprinted by permission.

16.3: From Shelley Taylor and Susan Fiske, "Point of View and Perception of Causality", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 32. Copyright 1975 by the American Psychological Association. Reprinted by permission. 16.4: From Michael Storms, "Videotape and the Attribution Process", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 27. Copyright 1973 by the American Psychological Association. Reprinted by permission.

17.2: From B. Latane, K. Williams, and S. Harking, "Many Hands Made Light the Work: The Causes and Consequences of Social Loafing", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 37. Copyright 1979 by the American Psychological Association. Reprinted by permission.

17.3: From Harvey Hornstein, Elisha Fisch, and Michael Holmes, "Influence of a Model's Feelings about His Behavior and His Relevance as a Comparison Other on Observers", *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. 10. Copyright 1968 by the American Psychological Association. Reprinted by permission. 18.1: Excerpt from *Risk Taking: A Study in Cognition and Personality* by Michael A. Wallach and Nathan Kogan, copyright © 1964 by Holt, Rinehart and Winston, Inc., and renewed 1992 by Michael A. Wallach and Nathan Kogan, reprinted by permission of the publisher.

354

19.1: From S. Oskamp, "Overconfidence in Case Study Judgments", *Journal of Consulting Psychology*, vol. 29. Copyright 1965 by the American Psychological Association. Reprinted by permission.

19.3: From *Decision Traps* by J. Edward Russo and Paul J. Schoemaker. Copyright © 1989 by J. Edward Russo and Paul J. Schoemaker. Used by permission of Doubleday, a division of Bantam Doubleday Dell Publishing Group, Inc. Reprinted in the British Commonwealth, except Canada, by permission of Judy Piatkus (Publishers) Ltd. 19.4: *Calvin and Hobbes* copyright 1990 Watterson. Dist. by Universal Press Syndicate. Reprinted with permission. All rights reserved.

21.2: From Barry Staw, "Knee-deep in Big Muddy: A Study of Escalating Commitment to a Chosen Course of Action", *Organizational Behavior and Human Performance*. Copyright © 1976 by Academic Press. Used by permission of publisher and author. A—2: Drawing by Jonik, 1981. The New Yorker Magazine, Inc.

## ТАБЛИЦЫ

3.1, 3.2: From E. Loftus and J. Palmer, "Reconstruction of Automobile Destruction: An Example of the Interaction Between Language and Memory", *Journal of Verbal Learning and Verbal Behavior*, vol. 13. Copyright © 1974 by Academic Press. Used by permission of publisher and author.

5.1: From Lohn Hershey and Paul Schoemaker, "Risk Taking and Problem Context Expected Utility Analysis", *Journal of Risk and Insurance*, vol. 47. Copyright American Risk and Insurance Association. Used with permission. All rights reserved. 6.1: From Howard Schuman, "Problems in the Use of Survey Questions to Measure Public Opinion", *Science*, vol. 235, p. 957ff. Copyright 1987 by the AAAS. Used by permission of AAAS and the author.

6.2: Top 2 pairs of questions from Elizabeth Loftus, "Leading Questions and the Eyewitness Report", *Cognitive Psychology*, vol. 7. Copyright © 1975 by Academic Press. Used by permission of the publisher and author.

11.1: Adapted from Eugene Borgida and Richard Nisbett, "The Differential Impact of Abstract vs. Concrete Information on Decisions", *Journal of Applied Social Psychology*, vol. 7. Copyright ©

1977. Used by permission of V. H. Winston & Son, Inc. 12.1: Adapted from S. Selvin, "A Problem in Pribability", *American Statistician*, Feb. 1975. Copyright © 1975. Used by permission of American Statistical Association. 13.1: Adapted from Gregory Northcraft and Margaret Neale, "Experts, Amateurs, and Real Estate", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, vol. 39. Copyright © 1987 by Academic Press. Used by permission of the publisher and Prof. Northcraft.

### TEKCT

Pp. 69ff: From Amos Tversky and Daniel Kahneman, "The Framing of Decisions and the Psychology of Choice", *Science*, vol. 211, p. 453ff. Copyright 1981 by AAAS.

Used by permission of the AAAS and Prof. Tversky.

P. 131: From Marilyn vos Savant, *Ask Marilyn*. Copyright © 1992 by Marilyn vos Savant. Reprinted with permission from St. Martin's Press, Inc., New York, NY.

Reprinted with permission from Parade, copyright © 1990.

Pp. 245-246: B. F. Skinner, *Notebooks* (Englewood Cliffs: Prentice Hall), p. 150f.

Copyright © 1980. Used by permission of the B. F. Skinner Foundation.

## Авторский указатель

Abelson, R. P., 142 Abrams, D., 33 Abramson, L. Y., 233 Ajzen, I., 87, 149, 316 Allais, P. M., 113, 130 Allison, S. T., 254-255 Alloy, L. B., 204 Allport, G. W., 237 Alvarez, L. W., 195 Amabile, T. M., 207, 216 Amir, T., 318 Anderson, C., 223 Anderson, C A., 158, 315 Anderson, K., 233 Anderson, N. H., 63 Anderson, U., 184 Andrews, D. S., 37 Andrus, D. E., 184 Appleman, A., 307—308 Argote, L., 256 Arkes, H. R., 54, 204, 282, 299, 321 Aronson, E., 46, 47, 322 Asch, S. E., 62, 67, 248-250, 253 Ausubel, N., 39 Bailey, S., 233 Bakan, P., 199 Bandura, A., 213 Barclay, S., 174 Bar-Hillel, M., 149, 172-173, 189 Bar-Tal, D., 229 Batson, C D., 84-86, 225, 229 Baxter, T. L., 232 Bazerman, M. H., 307-308, 321 Beach, L. R., 17, 174 Beck, D. E., 317 Bedau, H. A., 274-27f Bell, D. E., 132, 321 Bern, D. J., 42-43 Ben Zur, H., 316 Bennett, S. E., 78 Bernoulli, D., 107-108 Berscheid, E., 67, 290-291 Beyth, R. (see Beyth-Marom, R.) Beyth-Marom, R., 54-55, 204, 287 Bierbrauer, G., 220 Birnbaum, D., 316 Bishop, G. F., 78, 258 Blascovich, J., 169 Block, J. R., 33, 59 Blodgett, R., 194 Blommel, J. M., 239 Blumer, C., 282, 299 Boettger, R., 315 Bond, C F., Jr., 239 Borgida, E., 142, 161-162, 220-222 Borrelli, S., 89 Bostian, D. W., 153 Bostic, R., 123 Bourne, L. E., Jr., 204 Bower, G. H., 162, 163, 316 Bradburn, N. M., 322 Bransford, J. D., 52 Brehmer, B., 315 Breznitz, S. L., 316 Brickman, P., 68-69 Brocato, R. M., 239 Brockner, J., 306-309, 319 Brophy, J. E., 290 Brown, B. G., 272, 317 Brown, E., 281 Brown, J. D., 310 Bruner, J. S., 31-33 Budiansky, S., 94—95 Bushyhead, J. B., 276, 281 Campbell, B. H., 294 Campbell, D. T., 63-65 Campbell, J. D., 54 Campbell, N. A., 45 Cantor, N., 287 Cantril, H., 35-37, 94 Caputo, C., 226 Carden, G., 194 Carlsmith, J. M., 40-43 Carpenter, K. B., 158 Carroll, J. S., 157-158, 229 Centor, R. M., 281 Cervone, D., 184 Chaiken, S., 137-138 Chandler, T. A., 318 Chapman, J. P., 205-206 Chapman, L. J., 205-206 Cheng, P. W., 219 Chesnick, E. I., 171 Chiles, C., 251 Christensen, C., 282 Christensen, D., 293 Christensen- Szalanski, C. M., 317

- Christensen-Szalanski, J. J. J., 17, 54, 276, 281, 317 Cialdini, R. B., 158-159, 322
- Clark, G. M., 229 Clark, R. D., III., 251 Clifford, B. R., 281 Close, M., 223 Clymer, A., 93 Coates, D., 68—69 Cohen, B. L., 175 Cohen, J., 171 Combs, B., 156 Converse, P. E., 90 Coombs, C. H., 112 Cooper, J., 291-293 Cooper, W. H., 66 Coren, S., 61-62 Corey, S. M., 84 Costanza, R., 305 Cox, J. R., 316 Craig, K. D., 247-248 CrandaU, R., 162, 220-221 Crandall, V. J., 169 356
- Crocker, J., 204, 208, 317 Cross, J. G., 296, 297, 299-300, 308 Cunningham, J. D., 218-219
- Dabbs, J. M., Jr., 242 Dalton, H. P., 281 Darley, J. M., 84-86, 220-221, 225, 243-244, 253, 293 Daubman, K. A., 316 Davis, J. H., 263 Davis, K. E., 217 Dawes, R. M., 152, 167, 286, 302, 321 Deci, E. L., 39 Deffenbacher, K. A., 281 Derby, S. L., 175 Deutsch, B., 92 Dion, K., 67 Doherty, M. E., 294 Doob, A. N., 45-47 Doria, J. R., 255 Dub6-Rioux, L., 317 Duffendack, S. C., 153 Duncan, B. L., 232 Dunning, D., 132, 272, 283
- Duval, S., 224 Dyer, L., 256
- Ebbesen, E. B., 317 Eddy, D., 167-168 Edeal, G. H., 195 Edwards, W., 174 Einhorn, H. J., 133, 212 Ellsberg, D., 116 Esser, J. K., 252
- Fama, E. F., 201 Faust, D., 152 Fazio, R. H., 232, 293 Feldman, J. M., 66 Feldman, N. S., 221 Feldman, R. S., 290 Festinger, L., 39—43, 47, 244-245, 247 Feynman, R. P., 269 Fiedler, K., 317 Filkins, J., 256 Fink, C F., 261
- Finkel, S. E., 183 Fisch, E., 245-246 Fischhoff, B., 54-56, 73-74, 131-132, 172, 176, 178, 201, 270-275, 277, 282-283, 287, 295, 300, 319
- Fishbein, M., 87 Fishburn, P. C., 112 Fiske, S. T., 222-223 Fletcher, G. J. O., 317 Fode, K. L., 319 Forsterling, F., 219 Franks, J. J., 52 Frenkel, O., 47 Frieze, I. H., 229
- Galper, R. E., 234, 314 Gansberg, M., 241 Garcia, R., 299 Gargano, G. N., 315 Geva, N., 316 Gill, S., 78 Gilovich, T., 146-147, 169, 321
- Ginsburg, G. P., 169 Giuliano, T., 307—308 Glass, D. C., 238 Gliksman, A., 186 Gmelch, G., 152 Goethals, G. R., 232 Goldberg, L. R., 232, 281 Golding, S. L., 206 Gorkin, L., 44-45 Graham, T. W., 185 Graves, J., 239 Greenberg, J., 186 Gregory, W. L., 158 Grether, D. M., 122 Griffin, D. W., 103, 122, 272, 283
- Grigg, C. M., 82-83 Griggs, R. A., 316 Gross, E. J., 65 Gross, P. H., 142 Guy, D. E., 204 Guyer, M. J., 296, 299, 300, 308
- Ha, Y., 287
- Haberman, C., 242 Hagafors, R., 315
- Hake, H. W., 196-198 Hamilton, D. L., 207 Hammond, K. R., 321 Haran, D., 171 Hardin, G., 303 Harkins, S., 239, 240 Harkness, A. R., 54, 204 Harris, R. J., 90, 93 Harris, V. A., 225, 254 Hartley, E., 77 Harvey, J. H., 221, 226 Hastie, R., 54, 261, 262 Hastorf, A. H., 35-37 Hawkins, S. A., 54 Heider, F., 217, 222, 224 Henchy, T., 238 Henry, R. A., 262, 280 Henslin, J. M., 214 Herrnstein, R. J., 123 Hershey, J. C., 69, 74 Hewstone, M. R. C., 219 Hill, G. W., 262 Hilton, D. J., 219 Hilts, P. J., 175 Hintzman, D. L., 181 Hippler, H., 92, 95 Hirt, E. R., 160 Hoch, S. J., 65, 160, 283 Hofstadter, D. R., 304 Hogarth, R. M., 133, 134, 174, 212, 321, 322
- Hoge, R. D., 169 Holmes, M., 245-247 Hooke, R., 196 Homstein, H. A., 245-247

- Hover, G. L., 153 Hovland, C. L., 61 Howe, R. C., 169 Hu, L., 255 Hubbard, M., 319 Hunter, I. M. L., 56 Hyman, R., 196-198  
 Ingham, A. G., 239 Inkster, J. A., 46-47 Irwin, F. W., 169 Isen, A. M., 316  
 Jacobson, L., 289—290 Jaggi, V., 317  
 357  
 Janis, I. L., 251-253,  
 261, 269 Janoff-Bulman, R.,  
 68-69  
 Jaspars, J. M. F., 219 Jenkins, H. M., 181, 202 Jenkins, J. J., 319 Jennings, D. L., 207, 216 Johnson, C., 207 Johnson, E. J., 122 Johnson, J., 160 Johnson-Laird, P. N., 285 Jones, E. E., 217, 225, 254 Jones, R. T., 34, 255 Jussim, L., 290  
 Kahneman, D., 17, 96-98, 100-102, 113, 122-123, 126-131, 141-146, 148-151, 155-157, 183-184, 188, 321  
 Kammer, D., 232 Kantola, S. J., 45 Kaplan, M. F., 258 Kaplan, R. M., 99 Karmarkar, U., 112 Kassim, S. M., 221 Keeney, R. L., 175 Kellaway, R., 169 Kelley, H. H., 67, 213,  
 217-220, 231 Keren, G., 272, 317 Kida, T., 317 IoT, J. I., 315 Klayman, J., 287 Kleinmuntz, D. N., 313 Knetsch, J. L., 127 Knox, R. E., 46-47 Koepsell, T. D., 317 Kogan, N., 207, 257 Koivumaki, J. H., 231-232 Konecni, V. J., 317 Koriat, A., 295 Kramer, B.M., 185 Kriss, N., 234 Kristiansen, C. M., 165  
 Lage, E., 251 Lai, C., 282 Lamal, P. A., 49 Lamm, H., 259 Landy, D., 67  
 Lang, E., 308 Langer, E. J., 213-215 LaPiere, R. T., 83-84 Lasky, J. J., 153 Latane, B., 220, 239-240,  
 242-244, 249, 253 Lawrence, C. P., 183 Leary, M. R., 54 Leddo, J., 142 Lee, I., 175 Lefcourt, H.M., 213 Legant, P., 226 Leippe, M.M., 281, 322 Lelyveld, J., 89 Lepper, M. R., 37-38,  
 160, 283, 295, 315, 319 Levi, A. S., 160 Levinger, G., 239 Lichtenstein, S., 37—38, 73-74, 120-122, 131-132, 175-176, 178, 270-273, 277, 282, 295 Lin, S., 272 Lindoerfer, J. S., 252 Linkous, R. A., 239 Lockerbie, B., 89 Loftus, E. F., 49-52, 93,  
 281  
 Loomes, G., 132-133 Lopes, L. L., 109, 199,  
 310-311 Lord, C. G., 283, 295,  
 319  
 Loy, J. W., 37 Luce, R. D., 112, 123 Luck, R. F., 299  
 Maass, A., 251 McArthur, L. A.  
 (see McArthur L. Z.) McArthur, L. Z., 207,  
 220, 224  
 McKenna, K., 54 Mackie, D. M., 255 McMillen, D., 34 McNeil, B. J., 99 Maier, N. R. F., 260-261 Malkiel, B. G., 201 Malone, B., 194 , Marecek, J., 226 Marks, R. W., 169 Marz, B., 229  
 Matsuda, N., 318 Mazur, A., 178 Meehl, P. E., 152 Merton, R. K., 289 Messick, D. M., 254 Messick, S., 169-170 Metalsky, G. I., 233 Metzger, J., 169 Meyerowitz, B. E., 137—  
 138  
 Michaels, J. W., 238-239 Michela, J. L., 219 Milgram, S., 220, 224 Miller, A. G., 224 Miller, D. T., 230, 293 Miller, J., 61-62 Miller, J. G., 318 Miller, N., 63-65 Miller, R. L., 244 Miller, R. S., 230 Mills, J., 46 Milojkovic, J. D., 272 Mims, M., 204 Mitchell, R. C., 177 Moede, W., 239 Morgenstern, O., 109—  
 112, 123  
 Morier, D. M., 142 Morley, I. E., 54 Moscovici, S., 250-251, 256 Mullen, B., 207, 230, 255 Murphy, A. H., 272,  
 276, 317 Myers, D. G., 49-50,  
 258-259 Mynatt, C R., 293-294  
 Naffrechoux, M., 251 Nahinsky, I. D., 204 Nathanson, S., 306, 313 Neale, M. A., 186-187 Nemeth, C., 251, 261 Neuringer, A., 200 Nida, S., 244 Niemi, R. G., 89 Nisbett, R. E., 18, 151, 160-

- 163, 203-204, 209, 220-222, 225-227, 229, 321 Nord, C. L., 153 Northcraft, G. B., 186—187  
 Novick, L. R., 219 Nowicki, G. P., 316  
 358  
 O'Brien, M. K., 186 Oldendick, R. W., 78 Orvis, B. R., 218-219 Osberg, T. M., 149 Oskamp, S.,  
 269-271 Ostrom, T. M., 281  
 Paese, P. W., 280-281 Palmer, J. C., 50-52 Park, B., 255 Parpal, M., 132 Patrick, R., 316 Pauker,  
 S. G., 99 Paulos, J. A., 165, 188, 190 Payne, J. W., 112, 133 Peake, P. K., 184 Peckham, V., 239  
 Pennington, D. C., 54 Peterson, C., 198, 233 Pettigrew, T. F., 232 Phillips, L. D., 174, 272,  
 275, 277  
 Pieters, R. G. M., 54 Pietromonaco, P. R., 225 Planchard, S. K., 318 Platt, J., 296, 304, 309 Plott,  
 C. R., 122 Pious, S., 79, 166, 179,  
 180, 183, 230, 279 Pool, R., 115 Post, D. L., 224 Postman, L. J., 31—33 Presser, S., 75-76, 78,  
 80, 81, 94-95, 322 Preston, E., 283, 293—  
 295, 315  
 Prkachin, K. M., 247-248 Prohaska, T., 290 Prothro, J. W., 82-83 Pruitt, D. G., 169 Pryor, J. B.,  
 160, 234  
 Quattrone, G. A., 102, 126-127, 183-184, 191, 226, 255  
 Radelet, M. L., 274-275 Radloff, C. E., 232 Raiffa, H., 321 Reed, H., 162, 220-221 Reeder, G.  
 D., 224 Regan, D. T., 232, 234, 314  
 Reichenbach, H., 199 Reyes, R. M., 162-163 Reynolds, K. D., 159 Riordan, C. A., 230 Robbins,  
 J., 299 Rodin, J., 214-215, 229 Ronis, D. L., 272 Rorer, L. G., 206 Rose, T. L., 207 Rosenhan, D. L.,  
 169—170 Rosenthal, R., 289-290,  
 293, 319  
 Ross, J., 306, 308-309 Ross, L., 18, 37-38, 151, 160-161, 203—204, 209, 216, 224, 229, 272,  
 283, 319, 321  
 Ross, M., 230-231 Roth, J., 213-214 Rothbart, M., 160, 255 Rothstein, H. G., 316 Rowe, J. S.,  
 239 Rubin, D. M., 178 Rubin, J. Z., 306-308, 319 Ruble, D. N., 221 Ruderman, A., 223 Rugg, D., 94  
 —95 Rusbult, C. E., 307 Russo, J. E., 124, 125, 252, 277, 278, 294, 317, 321  
 Rutter, D. R., 54 Ryback, D., 280  
 Salovey, P., 316 Sande, G. N., 232 Sattath, S., 123 Savage, L. J., Ill Saville, P. D., 54 Schachter,  
 S., 220 Schelling, T. C., 99-  
 100, 304  
 Schkade, D. A., 122 Schlenker, B. R., 230 Schmemmann, S., 256 Schneiderman, L. J., 99  
 Schoemaker, P. J. H.,  
 69, 74, 112, 252,  
 277-278, 294, 321 Schum, D., 316 Schuman, H., 75-76, 78,  
 80-92, 94-95, 322  
 Schwartzman, D. F., 159 Schwarz, N., 92, 95 Scott, J., 91-92, 281 Seabright, M. A., 256  
 Seligman, M. E. P., 233 Selvin, S., 167 Semmel, A., 233 Shaklee, H., 172, 204 Shama, D. D., 318  
 Shaw, M. C., 306 Sheffey, S., 256 Shenkel, R. J., 229 Sherif, M., 61 Sherman, S. J., 44-45,  
 159-160  
 Shrauger, J. S., 149 Shubik, M., 304 Sicoly, F., 231 Sieber, J. E., 274 Sigall, H., 67 Simon, H. A.,  
 125 Sinden, J. A., 127 Skinner, B. R., 301, 320 Skitka, L., 315 Slaymaker, F. L., 204 Slovic, P., 55-  
 56, 73-74, 103, 120-123, 131-132, 136, 156, 175-176, 178, 201, 272-274, 283, 321 Slugoski, B. R.,  
 219 Small-Weil, S., 306 Smedslund, J., 203-204,  
 287  
 Smith, J. F., 317 Smith, P. A., 153 Smith, S., 34 Smith, T. W., 77 Sniezek, J. A., 262-264,  
 280-281  
 Snodgrass, J. G., 169 Snyder, C. R., 229 Snyder, M., 31, 225, 287-288, 290-291, 293-294  
 Solem, A. R., 259-261 Solomon, D., 169 Souza-Silva, K., 183 Sox, H. C., Jr., 99 Starr, C., 175  
 Staw, B. M., 305-308 Steinmetz, J., 160 Stone, E. R., 175

359

Stoner, J. A. F., 257, 318 Storms, M. D.,

228-229, 314 Strack, F., 160 Strack, S., 92 Straus, E., 232 Sturgill, W., 281 Sudman, S., 322 Sugden, R., 132-133 Sullivan, K., 192 Suls, J. M., 244 Swann, W. B., Jr., 288 Sweeney, P. D., 233 Switzer, F. S., III, 281 Syme, G. J., 45 Synodinos, N. E., 54

Tabachnik, N., 204 Тапке, Е. D., 290-291 Taub, D., 61 Taylor, D. M., 253, 317 Taylor, S. E., 160, 221—

223, 231-232, 310 Teasdale, J. D., 233 Teger, A. I., 305 Tesser, A., 54 Tetlock, P. E., 226, 237, 244, 315 Thaler, R. H., 102, 127, 137

Theiss, A. J., 290 Thomas, E. J., 261 Thompson, S. C., 164,

231 Thompson, W. C.,

162-163

Thorndike, E. L., 66-67 Thorngate, W., 312 Tindale, R. S., 256, 264 Titus, L., 239

Totten, J., 234, 314

Town, J. P., 226

Tuchfarber, A. J., 78

Tucker, D., 204

Turnbull, W., 293

Tversky, A., 96-103, 113, 118, 119, 122-123, 126-131, 135-136, 141-151, 155-157, 183-184, 188, 316, 321

Tweney, R. D., 293

Uranowitz, S. W., 31

Valins, S., 229 Vallone, R. P., 37-38,

146-147, 272 van den Bosch, R., 299 Verplanken, B., 54 von Baeyer, C., 233 von Neumann, J., 109-112, 123 vos Savant, M., 166

Wagenaar, W. A.,

198-199

Wallach, M. A., 257 Wallsten, T. S., 281 Walster, E., 54, 67 Ward, W., 317 Ward, W. C., 181, 202

Warren, D. L., 183 Warwick, D. P., 17 Wason, P. C., 285-287 Watson, D., 227 Weaver, W., 192

Weinberg, A. M., 178 Weinstein, N. D., 170-171 Weirich, P., 109

Weldon, E., 315 Wells, G. L., 221, 281 Wells-Parker, E., 34 White, P. A., 233 Wicker, A. W., 86-

87 Wicklund, S. A., 224 Willham, C F., 54 Williams, K., 239 Williams, K. D., 186 Williams, L., 15

Wilson, D. K., 99 Wilson, G. T., 33 Wilson, R., 175 Winkler, R. L., 272, 276,

317

Wolf, F. M., 318 Wolf, S., 249 Wood, G. C., 255 Word, C. O., 291-293 Wortman, C. B., 214

Wortmann, R. L., 54 Wright, G. N., 318 Wright, J. C., 197 Wright, P., 316 Wright, W. F., 184, 316

Wyer, R. S., Jr., 174

Yarkin, K. L., 226 Yates, J. F., 175, 272,

277, 281, 318 Younger, D. P., 233 Yucker, H.E., 33, 59-60

Zajonc, R. B., 238 Zanna, M. P., 291-293 Zavalloni, M., 256 Zehner, K. S., 160 Zimbardo, P. G., 229-230, 279, 322

## Предметный указатель

Абстрактная информация

в противоположность конкретной информации (См. Яркость, Живость)

Адаптационные уровни, 46—47

Адвокат дьявола (см. также Групповое мышление), 253, 314

Аллайса (парадокс), 113-116, 130, 137

Анкета, построенная на дилеммах, 256-258

Атлетика, 34-37, 136, 146-148, 152, 157, 255

Атомная война (*см.* Война, атомная)

Атомное оружие, 176—180, 269

Атрибутивные предпочтения: как уменьшить, предпочтения,

228, 233-234, 313-315 обслуживающие себя, 230,

254-256 318 предпочтения, обслуживающие

группу, 254—256 предпочтения эгоцентризма,

230-232

различия между действующим лицом и наблюдателем, 226-228, 230, 234 Атрибуции (теория):

ANOVA (модель), 217-220 ковариация (принцип), 218—219 консенсус (информация о), 217-222, 230, 233, 237

Байеса (теорема), 167—169 Бернулли, Дэниел, 108—109 Бернулли, Николас, 107—108 Биржа, 201, 271

Вес решения, 130—131 Влияние меньшинства, 250—251,

259-260 Вмешательство свидетеля

(*см. также* Диффузия

ответственности), 242—244, 253 Внимание (*см.* Выпуклость, Рельеф)

Война:

атомная, 79, 89, 93-94, 112, 143-144,

160, 172, 175-181, 184 Вторая мировая, 94, 269 Вьетнамская, 89—90, 309

Выпуклость, 207, 222-224, 228, 234

Гибкость:

в атрибуции, 233—234

во мнениях, 73—88

ограничения, 74—76, 102—103

определение, 74, 81 Гонка вооружений

(*см.* Война, атомная) Градуирование, 275—278, 282—284

индекс неожиданности

(*см. также* Уверенность), 276-277

кривые, 276

определение, 275

показатели Брайера, 275—277 Групповая ошибка атрибуции, 254, 265 Групповая поляризация, 256—258 Групповое мышление:

определение, 251

пути ослабления, 251—253, 260-261, 314

Давление времени, 314

Деловые приложения

(*см.* Реклама и маркетинг, Поведенческие ловушки)

Денежная помпа, 111, 117—118

Депрессия, 233

Диагнозы, 166-169, 205-206, 228-230, 275-278, 281

Дилемма заключенного, 302—303

Думать о желаемом, 169—171, 181

Закон малых чисел, 145—146 определение, 145

Игра в долларový аукцион, 304—305 Иллюзия контроля, 211—212

361

Иллюзорная корреляция,

205-207, 213, 319 Индекс неожиданности, 276—277

Ковариационная оценка, 202—216,

218-219, 287-288, 318

определение, 202

- подсказки способов улучшения,  
215-216
- Когнитивный диссонанс, 39—48, 318 Консенсус (информация о),  
217-222, 230, 233, 237 Консерватизм, 174 Конформизм, 62, 248-250, 318
- Ловушки памяти, 49—55, 125—127, 208-209
- Ловушки поведения, 296—309 дилемма заключенного, 302—303 захлопывание ловушки,  
305—309 игра в долларовый аукцион,  
304-305
- определение, 241 проблема «тютяка», 304 пути избегания, 307-309, 313 типы, 296-297
- трагедия обычного, 303—304 эффекты погубленных затрат, 299-300
- Лотереи, 68-69, 171-174, 196-197, 213-214
- Маркетинг (см. Реклама  
и маркетинг)
- Межкультурное исследование, 317—318 Метод Дельфи, 263—264 «Мозговой штурм»,  
263, 265 Мультиатрибутивный выбор, 133—134
- Невидимая корреляция,  
207-208, 228 Недвижимость, 68-69, 186-187,  
190-191 Несогласованность:  
установок, 81—83
- установок - поведения, 81-87 Нетранзитивность (см. Принцип  
транзитивности)
- Обман в исследованиях, 16
- Образование, 66-68, 84, 150-151,  
217-218, 289-290, 293 Обратимость предпочтений,  
120-123, 132 Ожидаемая ценность (определение), 107
- Опровержение, 160 Ответственность  
(см. Диффузия ответственности; Социальная ленность)
- Оформление, 95—103
- определение, 95—96 Оценка вероятности:  
думать о желаемом (см. также
- Предсказания), 169-170, 181 консерватизм, 174 опровержение, 160 ошибка соединения,  
142—145, 256-257, 317
- первичная вероятность, 168—169 правило умножения, 181—182 путаница инверсий, 166  
—169 разъединенные события, 171—174,  
181-182 сложные события, 171—174,  
181-182 соединенные события, 171—174,  
181-182
- теорема Байеса, 167—169 эффект воображаемых событий,  
157-159
- Ошибка игрока, 146 Ошибка соединения, 142—145, 256, 317
- Пагубная привычка, 300 Первичная вероятность, 168—169 Переговоры, 126, 184—186
- Перспективы (теория), 125—138
- Поведение покупателя (см. Реклама и маркетинг)
- Поведение при выборе:  
более важные параметры, 136 компенсирующий выбор, 133—134 опорные модели, 112
- полиатрибутивность, 133—135 стратегии некомпенсирующие, 135-136
- стратегия лексикографии, 135
- Удаление-по-аспектам, 135—136
- Подотчетность, 237, 315
- 362
- Показатели Брайера, 275—277

- Политическая неграмотность, 78—80 Понятие риска (*см.* Смещения смысла)  
 Попадание в ловушку, 305—309, 318  
 Предел уменьшения выгоды, 108 Предрассудок (*см. также* Удача), 196-197 Предсказание, прогноз, 53—55, 65, 150-163, 169-171, 282-283  
 клинический в сравнении с предположительными (*см. также* Вероятность оценки), 152-153, 282-283 Предсказание погоды, 276—277  
 Предубеждение внегрупповой однородности, 256—258 Предубеждение «Я-все-это-знал» (*см.* Ретроспективные предубеждения) Предубеждения: атрибутивные (*см.* Атрибутивные предубеждения) внегрупповая однородность, 255 непредусмотрительности (Предубеждения непредусмотрительности) о результатах исследования оценок и решений, 317—319 основания для обучения, 16—18 память, 49—57 подтверждение, 285—288, 293—295, 318-320 Предубеждения подтверждения, 285-289, 293-295, 317, 319 Пренебрежение базовой частотой (*см. также* Консенсус), 148—149, 152, 161, 220-222, 226, 313 Преувеличенная самоуверенность (*см.* Градуирование, Самоуверенность)  
 Приведение контраргументов, 132—133 Привлекательность, 65—68, 290—291, 309  
 Привязка и подгонка, 182—191 Принцип доминирования, 109, 113, 123 Принцип инвариантности, 110, 113, 123 Принцип непрерывности, 110 Принцип погашения, 109, 113—117, 122-123  
 Принцип разницы отношений, 102 Принцип транзитивности, 109—110, 113, 117-120, 122-123 Принятие медицинских решений, 54, 98-99, 131-132, 137-138, 159-160, 166-170, 202-203, 275-278, 282  
 Причинность, 202, 210—213 Проблема дня рождения, 188—190, 192 Проблема игрового шоу, 166—169 Проблема комитета, 117—118 Проблема «тюфяка», 304 Псевдомнения, 77—78 Психологический учет, 100—102 Психотерапия, 228—230 Путаница инверсий, 166—169  
 Расизм (*см. также* Стереотипизация), 83-84, 208-210, 231-232, 257-258, 291-293 Распределение ответственности (*см. также* Социальная ленность), 239-244, 253  
 Рациональность, 122, 137, 310—313  
 Регресс к среднему, 150—154 определение, 150  
 Реклама и маркетинг, 45—47, 65—69, 124, 126-127, 132, 137-138, 162, 186-188, 190-191, 210-213  
 Ретроспективные предубеждения: определение, 54 пути ослабления, 55—56, 282, 314  
 Риск: восприятие, 175—181 стремление, 73, 96—98, 129 уклонение, 74, 96—98, 129—130

Русская рулетка, 129  
 Сами собой сбывающиеся пророчества  
 определение, 289—290  
 Санкт-Петербургский парадокс, 107-108, 136  
 Свидетельство очевидца, 281  
 Сдвиги внимательности (*см.* Сдвиг выбора)  
 Сдвиги выбора, 256—259, 265, 319  
 Сексизм (*см. также*  
 Стереотипизация), 44—45, 48, 233, 257  
 Синхронность, 194—195

### 363

Случайность, воспринятая, 147—148, 197-200  
 Совпадения, 190, 192—195 Социальная желательность, 93—94  
 Социальная леность (*см. также* Распределение ответственности), 239-240, 244, 253  
 Социальная фасилитация, 237—239, 244, 253  
 Спорт (*см.* Атлетика) Спорт в иллюстрациях, 152  
 Страх утраты, 126—128, 137—138  
 Страховка, 73-74, 130-131  
 Субъективная теория ожидаемой полезности, 111—112  
 Судебные решения, 44—45, 63—68, 143, 162-163, 228, 257-259, 264-265, 272-273  
 Теория ожидаемой выгоды, 107-112, 117-118, 122-123, 129-130, 136-138, 310  
 Теория раскаяния, 132—133  
 Теория самовосприятия, 42—43  
 Теория социального сравнения, 244-245  
 Техника диктатора, 263—265  
 Техника снятия предубеждений:  
 предубеждения подтверждения, 293-295  
 предубеждения ретроспективные, 55-56, 314  
 чрезмерная самоуверенность (*см. также* Атрибутивные предубеждения), 282—284, 314  
 Трагедия сообществ, 303  
 Уверенность:  
 корреляция между точностью, 278-281  
 крайняя, экстремальная, 272—274, 284  
 самоуверенность, 201, 269—284, 317  
 свидетельство очевидца, 281 (*см. также* Градуирование)  
 Удаление-по-аспектам, 135—136  
 Удача (*см.* Предрассудок), 196—197  
 Удовлетворенность, 124—125  
 Ультимативная ошибка атрибутивности, 232—233  
 Установка:  
 определение, 76  
 поляризация, 256—259  
 постоянство, 81—88  
 укрепление, 45  
 Установление цены, 124  
 Фильтрация, 80—81, 102—103  
 Формирование впечатления, 62—63,  
 66-69 Формирование стереотипов, 205—  
 207, 233, 251, 255, 290-295  
 Формулировка (*см.* Формулировка вопроса)  
 Формулировка вопроса:

альтернативы ответов, 93—94, 103  
открытые и закрытые  
приоритеты, 91—93, 103  
средние категории, 89—91, 103  
фильтрация, 80—81, 102—103  
фразы-ловушки, 94, 103  
Фундаментальная ошибка атрибуции, 224-226, 230, 233, 254, 312-313, 315-317  
определение, 224  
Функция ценности, 125—126  
Эббингауза (иллюзия), 61—62  
Эвристика:  
доступность (*см.* Эвристика  
доступности) определение, 141  
репрезентативность (*см.* Эвристика репрезентативности)  
Эвристика доступности, 154-165, 175-176, 180-182, 205-206, 222, 255, 317  
доступность пути, 160  
доступность результата, 160  
определение, 155  
Эвристика репрезентативности, 141-154, 181, 206-208, 256-257  
определение, 142  
Экспертные суждения, 98—99,  
271-273, 317-318  
Эллсберга (парадокс), 116—117,  
133, 136  
Эмоции  
(*см.* Эффекты настроения)  
**364**  
Эмпатия, эффекты снятия предубеждения (*см. также* Атрибутивные предубеждения),  
233-234, 314-315  
Эффект контраста, 58—62  
Эффект недавности, 58, 63—65, 68, 181  
Эффект ореола, 58, 65—68  
Эффект первичности, 58, 62—63, 68, 180, 213-214  
Эффект Пигмалиона, 289-290  
Эффект позитивности, 229-230  
Эффект потерянных вложений, 299-230, 318  
Эффект псевдоуверенности, 131-132  
Эффект собственности, 126-127  
Эффект средств массовой коммуникации, 37-38  
Эффект убежденности, 130-131  
Эффекты контекста:  
ограничения, 69, 74-76  
примеры, 58-69  
Эффекты настроения, 315  
Эффекты обратной связи, 201, 271-273, 281-283  
Эффекты структуры:  
в альтернативах ответа  
(*см. также* Первичный эффект, Эффект новизны), 74-78  
в вопросах, 74-76  
Яркость, 160-162, 175-176, 223

**Плаус Скотт Психология оценки и принятия решений**

Перевод с английского В.А. Ровнер

Редактор Т.Л. Мышко Художник Е.Б. Кафтырева Корректор О.Н. Богачева

Подписано в печать 30.01.98.

Формат 60x88/16. Бумага офсетная. Гарнитура Times. Печ. л. 23. Тираж 5000 экз. ЛР № 063643 от 14.10.94. Заказ №53.

Московская типография № 6 Комитета РФ по печати 109088, Москва, Ж-88, Южнопортовая ул., 24

Информационно-издательский дом «ФИЛИНЪ»

Москва, Новопетровская ул., д. 1, стр. 7 тел./факс: (095) 459 4131, 450 0041; E-mail: FILIN@g23.relcom.ru