

Предисловие научного редактора

Джон Тернер — один из первых социальных психологов, кто попытался дифференцировать процесс социального влияния, выделив из него процесс собственно влияния, совершающийся в результате личного принятия индивидом групповых норм, и процесс давления, принуждения, осуществляющийся через конформность. Красной нитью проходит через все разделы пособия мысль автора о том, что существуют два способа изменения поведения. Первый осуществляется через личное и добровольное принятие взглядов, норм других людей, когда поведение человека меняется благодаря тому, что чьи-то взгляды становятся его собственными, хотя сначала они, возможно, весьма различались. Это внутриличностный процесс, затрагивающий внутреннюю сущность человека. Второй осуществляется через давление, принуждение, когда происходит подчинение «авторитету» или большинству и имеет место конформность, но это изменение не затрагивает сущности человека.

В этой связи Тернер уделяет особое внимание дуалистической модели нормативного и информационного влияния, теориям групповой поляризации, социальной конформности и социального сравнения, а также концепции влияния меньшинства, считая, что они тесно связаны между собой. Тщательно анализируя все эти концепции, автор показывает, что ни одна из теорий не является необходимой и одновременно достаточной для объяснения процесса социального влияния. Недостаток дуалистической модели — в параллельности ее постулатов о том, что: а) влияние когнитивно и асоциально, б) общество принуждает к слепому подчинению принятым нормам. На самом деле между индивидом и обществом существует взаимозависимость как на уровне процесса познания и формирования образа «Я», так и на уровне поведения, доступного наблюдению. Общество является проводником информационного влияния, которое также нормативно (а нормы, в свою очередь, информативны как в отношении убеждений, так и в отношении фактов объективной реальности).

После разъяснений Тернера кажется само собой разумеющимся, что оказать влияние способна не любая информация, а только *валидная*, т. е. прошедшая социально-нормативную проверку; что «личное Я» (сформированное приватно), как и «публичное Я» (сформированное публично, в присутствии группы), является социально обусловленным феноменом, основанным на сравнении.

Несмотря на обеспокоенность тем, что психологи еще недостаточно глубоко проникли в сущность человеческого «Я» (и личного, и публичного), Тернер тем не менее отмечает, что все теории ценны как доказательства того, что наше «Я»:

- ♦ конструируется в социальных условиях,
- ♦ изменяется (в зависимости от социального контекста и собственной идентичности),
- ♦ от него зависят наши установки и поведение.

В этом многоуровневом, неоднозначном процессе внутриличностные когнитивно-информационные процессы не являются детерминирующими, а действуют в соответствии с социальным нормативным контекстом. Здесь имеет значение, что нормативная позиция людей, категоризируемых индивидумом как похожих на него, субъективно воспринимается им как валидная, а валидность информации, соответственно, устанавливается групповыми нормами. При этом аргументы информационно валидны, а позиции других людей социально ценны лишь в той мере, в какой они представляют общие реакции членов группы как единого целого (вследствие социального сравнения и самокатегоризации). Такой общий подход к объяснению социально-нормативных и информационных процессов предлагает теория самокатегоризации Тернера. Хочется отметить, что данная теория к тому же еще и универсальна (попытка проникнуть в сущность человеческого «Я» предпринята). Она вполне может быть применима не только к процессам социального влияния, но и к процессам личного влияния. Так, например, влияние какого-либо человека на меня будет определяться значимостью его мнения и одновременно — значимостью его самого для меня в данный момент. Другими словами, эффект влияния будет зависеть от того, готов ли я: а) лично принять данное мнение, б) принять этого человека. Понятно, что для успешного (эффективного) влияния необходимы оба условия (как минимум): моя личная потребность, готовность принять нужную мне информацию (что-то влияние) и значимость того человека, который оказывает влияние. Следуя этой логике, мы незаметно подошли к непреходящей мудрости древних, которая гласит: «Если ученик готов, то готов ему и учитель».

Предисловие редактора

Давно назрела потребность в серии недорогих и небольших по объему книг по основным проблемам социальной психологии, адресованных в первую очередь студентам и написанных специалистами, снискавшими известность и уважение своими блестящими исследованиями и не менее выдающейся способностью ясно и доходчиво излагать свои знания в избранной области и заражать читателей своим энтузиазмом. Надеюсь, что серия *Mapping Social Psychology* удовлетворяет этим требованиям.

Приступая к работе над этим проектом, мы ставили перед собой вдобавку, решить две проблемы. Первая проблема заключается в том, [то существующие в настоящее время учебники слишком примитивны и неинформативны для студентов старших курсов и выпускников]. Мы решаем эту проблему отчасти за счет того, что автор, обсуждая те или иные вопросы, не ограничивается рамками какой-либо одной главы, а постоянно возвращается к ним на протяжении всей книги. Наши авторы — блестящие педагоги, прекрасно владеющие пером. Все книги написаны признанными специалистами в данной области и предлагают читателям краткое изложение основных современных концепций, теорий и методов, а также экспериментальных данных, имеющих непосредственное отношение к обсуждаемой проблеме. Хотя изначально мы намеревались обеспечить полноценными учебниками студентов старших курсов и выпускников, но то обстоятельство, что все книги написаны простым и понятным языком, скорее всего, сделает их доступными и для студентов, только приступающих к изучению социальной психологии. Одновременно эти книги достаточно информативны, чтобы заинтересовать исследователей и педагогов и снискать их одобрение.

Вторая проблема, которую мы стремились решить, приступая к выпуску серии *Mapping Social Psychology*, заключается в том, что традиционные учебники демонстрируют слишком сильную зависимость от исследований, проводимых в Северной Америке, и от примеров, взятых из жизни североамериканского общества. Благодаря этому создается превратное представление о социальной психологии как о прерогативе Северной Америки, а читатели, не знакомые с ее культурой, испытывают дополнительные трудности. Чтобы решить эту проблему, мы поддерживаем авторов книг настоящей серии в их стремлении продемонстрировать более широкий взгляд на проблему и приводить примеры исследований, выполненных за пределами Северной Америки, в тех случаях, где это помогает ее более полному освещению. Наша цель заключалась в том, чтобы создать серию книг, интересных для читателей разных стран и знакомящих их с интернациональной наукой.

Перед Джоном Тернером стояла трудная задача: он должен был написать книгу, которая одновременно была бы и введением в проблему социального влияния, и тонким теоретическим анализом процессов социального влияния. Социальное влияние — основной предмет изучения социальной психологии, включающий такие явления, как формирование социальных норм, социальная конформность, групповая поляризация, влияние меньшинства, а также власть и авторитет. Наша повседневная жизнь изобилует дискуссиями, противоречиями и конфликтами, и во всех этих явлениях участвуют процессы социального влияния. Конфликты возникают — по крайней мере, отчасти — потому, что социальные группы, придерживающиеся общих взглядов или действующие аналогичным образом, отвергают людей, которые отклоняются от этих общих норм или вступают в дискуссии с группами, которые думают и действуют иначе, чем члены группы. Профессор Тернер показывает своим читателям, почему концепция социальной нормы является ключом к пониманию такого феномена, как социальное влияние. Социальная норма одновременно и описание, поскольку она отражает реальное сходство между людьми, и предписание, ибо она отражает общие представления о том, какой образ мыслей и какое поведение признаны приемлемыми. Эти общие нормы рождаются из социальных контактов между людьми, психологически воспринимающими друг друга как членов одной социальной группы и испытывающими определенное давление, которое и заставляет их проявлять конформность по отношению к этим группам. Однако конформность не является просто вопросом смещения членов группы к некоей позиции, являющейся средним их индивидуальных позиций, потому что при некоторых условиях члены социальных групп достигают согласия на более радикальной позиции, чем средняя. Более того, конформность проявляется не только в форме смещения внутригруппового меньшинства в сторону большинства: при определенных условиях влияние меньшинства может быть настолько сильным, что большинство сдвигается в его сторону.

На страницах своей книги профессор Тернер обсуждает эти и многие другие феномены социального влияния. Не следует недооценивать масштабность задачи, которая стояла перед ним, поскольку литература о социальном влиянии огромна и противоречива. Безусловной заслугой автора является не только то, что он тщательно описал сценарии экспериментов, имеющих первостепенное значение, и их результаты, но и то, что он привлек внимание читателей к тем проблемам, которые возникают при попытке интерпретировать эти результаты с позиций теории социального влияния, основанной на информационной зависимости индивидуума от других или на его зависимости от социального признания. Профессор

Тернер успешно справился со стоявшей перед ним задачей: не умаляя заслуг своих предшественников, он сумел объединить разноречивые и противоречащие друг другу экспериментальные данные и интерпретировать их таким образом, что перед читателем возникла связная и стройная картина. Более того, он взял на себя труд переосмыслить и по-новому объяснить результаты многих классических исследований. Результатом этого труда явилась интегративная по своей сути теория, названная автором теорией самокатегоризации, способная устранить многие противоречия, присутствующие в специальной литературе, и объяснить различные феномены социального влияния. На смену традиционным трактовкам влияния в терминах зависимости индивидуума от других, основанной на его потребности в информации и боязни социальной отверженности, пришла единая теория, согласно которой категоризация других людей как похожих на себя приводит к появлению общих ожиданий согласия и таким образом создает основу для социального влияния. Иными словами, эта книга предлагает студентам изложение процессов социального влияния без излишнего упрощения сути проблемы, а более искушенным читателям — как критику традиционных взглядов, так и новую теорию социального влияния.

Тони Мэнстед,

редактор серии *Mapping Social Psychology*.

Предисловие автора

Эта книга посвящена социальной психологии социального влияния. Перед автором стояло несколько задач: написать учебник для студентов старших курсов и выпускников и подробный литературный обзор, доказать необходимость единой теории, способной объяснить все многообразие форм социального влияния, и представить такую теорию. Я постарался обобщить результаты исследований, выполненных социальными психологами после 1920 года, критически оценить основные современные теории и сформулировать принципиальные теоретические положения, которыми могли бы руководствоваться будущие исследователи. То обстоятельство, что я не ограничился простым повторением общеизвестных фактов, а выступил с их критикой (конструктивной), не свидетельствует о моем пессимизме. Напротив, мне кажется, что социальные психологи вправе гордиться своими достижениями в этой области. Они получили вызывающие восхищение, важные и неожиданные экспериментальные данные, им принадлежат глубокие мысли и отнюдь не ординарные теории. Критика в их адрес означает лишь, что прогресс науки остановить невозможно.

Я борюсь с искушением начать отвечать на некоторые ожидаемые мной реплики в адрес этой книги, но я этого не сделаю. Сейчас важно внести ясность лишь в один вопрос: то обстоятельство, что я выражаю несогласие с кем-либо из моих коллег, ни в коем случае не означает, что я не восхищаюсь их работой или не считаю ее важной. Более того, я прекрасно отдаю себе отчет в том, что мое несогласие с ними — результат определенного влияния.

В моей книге нет главы, посвященной убеждению. Первоначально я планировал включить и ее, но затем узнал, что одна из книг серии *Mapping Social Psychology* должна быть посвящена этой проблеме, и автор, конечно же, изложит ее более подробно, чем мог бы сделать это я в рамках одной главы. Кроме того, я понял, что изложение материала именно так, как я считал нужным, практически не оставило мне места ни для чего другого. И я оказался перед выбором: либо вообще не включать вопрос об убеждении в книгу (но не в серию!), либо посвятить ему очень короткую главу, сократив другие главы. И я предпочел пойти по первому пути. Однако я искренне надеюсь, что читатель без труда поймет, что все сказанное мною о влиянии вообще (особенно в главе 6) относится также и к убеждению. Именно поэтому я позволил себе лишь очень бегло коснуться этой проблемы (глава 6).

Я хочу отметить тот вклад, который внесли в создание этой книги мои коллеги, участвовавшие вместе со мной в изучении влияния и смежных

проблем. Я признателен Джону Колвину, Барбаре Дэвидсон, Алексу Хасламу, Майку Хоггу, Крэгу Мак-Гэрти, Пенни Оксу, Филу Смиту, Стиву Зэйчеру и Маргарет Уэтрелл. Я также благодарен и другим своим коллегам, которые принимали участие в интересных и содержательных дискуссиях. Чтобы завершить работу над этой книгой, потребовалось много времени. Но этот процесс был бы еще более продолжительным, если бы не мое пребывание в Великобритании, в Эксетерском университете с сентября 1988 по февраль 1989 года. Я хотел бы выразить благодарность сотрудникам факультета психологии, и прежде всего Дику Эйзеру и Стиву Рэйчеру, за их гостеприимство и за прекрасную творческую обстановку; я получил огромное удовольствие и очень признателен им за это. Я также благодарен Тони Мэнстеду за предоставленную мне возможность написать эту книгу и за терпение, с которым он ожидал ее завершения.

Джон Тернер

Введение: основные понятия и классические исследования

Что такое социальное влияние

Эта книга посвящена социальной психологии, в частности социальному влиянию. Что такое социальное влияние? Наиболее очевидное определение можно дать исходя из того, что социальное влияние включает в себя процессы, посредством которых люди прямо или косвенно влияют на мысли, чувства и поступки других людей. К несчастью, это слишком широкое определение. Оно ставит знак равенства между изучением влияния (здесь и далее, если отсутствуют какие-либо комментарии, термином «влияние» обозначается *социальное* влияние) и социальной психологией вообще. Известно определение социальной психологии как «попытки понять и объяснить, каким образом реальное, воображаемое или подразумеваемое присутствие других людей влияет на мысли, чувства и поведение индивидуумов» (G. W. Allport, 1985, p. 3). Автор поясняет это определение, говоря, что термином «подразумеваемое присутствие» обозначает влияние, испытываемое индивидуумом вследствие его принадлежности к сложной социальной структуре и к определенной культуре. Возможно, это и вполне разумное определение социальной психологии, но специалисты, изучающие влияние, имеют в виду более узкую и конкретную проблему.

Не прибегая к научной терминологии, можно сказать, что исследователи влияния заняты поисками ответов на весьма непростые, но интригующий вопросы. Как один человек может убедить другого человека или группу людей изменить свои убеждения, мнения и установки? Как можно убедить кого-то в том, что то, что он считает правильным, на самом деле таковым не является, а то, что он прежде считал неверным, и есть правда? Почему члены одной социальной группы, субкультуры или общества склонны думать и действовать одинаково? Почему людей, отличающихся от нормы, так часто не любят и отвергают? Когда мы хотим, чтобы люди согласились с нами, а когда нам это безразлично? Почему разные социальные группы имеют разные социальные ценности и по-разному воспринимают мир? Когда люди отказываются от своих ценностей, а когда их приверженность им становится фанатичной? Социальная жизнь полна споров, противоречий и конфликтов по поводу того, что правильно и что неправильно с социальной и моральной точек зрения. Это предмет забот политиков, но также и предмет повседневных разговоров и слухов. Что определяет уверенность человека в приемлемости своего поведения, а что порождает сомнения и нерешительность?

Все это разные аспекты социального влияния и, более того, — основополагающие аспекты социальной жизни. Что же касается социальной психологии, то поисками ответов на эти вопросы занимаются исследователи, изучающие такие вопросы, как социальный конформизм, убеждение и изменение установки, власть и авторитет, поляризация группы, влияние меньшинства и формирование социальных норм. Объединяет же эти вопросы проблема *нормативного социального сходства и различия* между людьми, проявляющихся в их восприятии, когнициях (результатах когнитивных процессов), чувствах и поступках. Чтобы понять, что именно исследователи понимают под социальным влиянием, нужно понять их концепцию *социальной нормы*. Влияние имеет непосредственное отношение к тем процессам, посредством которых люди соглашаются или не соглашаются с тем, что есть приемлемое поведение, формируют, поддерживают или изменяют социальные нормы или социальные условия, порождающие эти формы и влияющие на них. Пока что у нас нет однозначной научной теории социальных норм. Наше понимание социальной нормы изменяется по мере того, как изменяется наше понимание процесса влияния. Однако существует хорошая рабочая гипотеза относительно

того, что именно включает в себя понятие социальной нормы.

Социальные нормы и субъективная валидность

Не любое сходство или различие между людьми нормативно. Исследователи, изучающие влияние, предприняли попытку объяснить психологию группы. Групповое поведение, действия толпы, какого-либо общества или культуры, характеризуется поразительным и всепроникающим однообразием убеждений и действий индивидуумов. Например, члены одной политической партии придерживаются одной идеологии, люди одной культуры имеют общие представления о том, что такое инцест, а толпа футбольных хулиганов — о том, кто их враг. В начале XX века подобные проявления социальной униформности рассматривались как следствие взаимного влияния членов данной группы. И до сих пор мысль о том, что социальная униформность членов социальной группы является более или менее непосредственным результатом их социального взаимодействия и социальных связей, остается одним из важных подходов к толкованию смысла понятия «социальная норма». Исследователи заинтересованы скорее в конкретизации общих черт и различий, которые возникают у людей вследствие социальных отношений, нежели в «случайных» сходстве и различии, отражающих намеренно изолированные друг от друга индивидуальные реакции на общие для всех стимульные условия. Каким образом из социального взаимодействия как такового возникают психологические силы, необходимые для достижения согласия и единодушия?

Вторая принципиальная мысль заключается в том, что подобное сходство отражает предписанное правило или социальную ценность. Социальная норма — это воспринятые всеми образ мысли, чувства или поведение, которые одобряются и которых ждут, поскольку именно они воспринимаются как правильные мысли, чувства и поступки. Именно правило, ценность или стандарт, которых придерживаются все члены данной социальной группы, предписывают приемлемые, ожидаемые или желаемые установки или поступки в ситуациях, имеющих значение для данной группы. По мнению католической церкви, контроль над рождаемостью аморален: она считает его несовместимым с истинной верой и требует от своей паствы отказа от противозачаточных средств, ибо пользоваться ими безнравственно, грешно и нежелательно не только с точки зрения католической веры, но и с точки зрения общепринятых моральных норм.

Социальные нормы отличаются друг от друга тем, насколько они важны для группы, и тем, насколько энергичное социальное одобрение или отторжение вызывают конформизм и неконформизм. Существует тенденция к социальному одобрению тех членов группы, которые следуют установленным нормам, и к порицанию тех, кто пренебрегает ими; в крайней своей форме это порицание проявляется в виде наказания «отступников» и их изгнания из группы.

Важно понимать, что социальная норма — нечто гораздо большее, чем просто любовь к определенным формам поведения или отдаваемое им предпочтение. Речь вовсе не о том, что взгляды разных людей на то, чем они предпочитают заниматься, совпадают. В самом понятии «норма» заложено определенное требование соблюдать определенные правила поведения, некое «долженствование»: существуют вещи, которые мы *обязаны* видеть, в которые мы обязаны верить и которые обязаны делать (хотим мы этого или нет) только так, а не иначе, т. е. речь идет о моральных обязательствах, долге, праве и справедливости. От матерей не просто ждут того, что всем прочим занятиям они станут предпочитать любовь к своим детям и заботу о них; мы чувствуем, что любовь к детям и забота о них — обязанность матерей, а если этого нет, то женщина признается не просто плохой матерью, но и вообще никудышним человеком. Социальные нормы выражают социальные ценности, и нормативные суждения есть ценностные суждения. В этом смысле они для индивидуума — внешняя среда и, будучи принадлежностью данной культуры, принуждают индивидуумов к определенным действиям. Социальные ценности воспринимаются так, как если бы они были независимой, внешней реальностью. Вряд ли кто-нибудь сомневается в том, сколь велика роль социальных ценностей в жизни человека, сколь важно то, что они есть, что они имеют значение для нас и что общество зависит от них.

Подводя итог, можно сказать, что социальные нормы проявляются в сходстве и в различиях, свойственных поведению разных людей, и что эти сходство и различия отражают те социальные ценности, в отношении которых мнения людей сходятся и расходятся. Попросту говоря, речь идет о традициях и обычаях, о морали и законе, о модном и немодном, о «хорошо известных фактах» и «общественном мнении» и тому подобном.

Фундаментальной теоретической концепцией, описывающей субъективный аспект приверженности социальной норме, является концепция

«субъективной валидности» (Festinger, 1950). О человеке, который участвует в каком-либо деле с уверенностью в его приемлемости, правильности и социальной желательности, т. е. о человеке, следующем строго установленной норме, говорят, что у него есть субъективная валидность. Субъективная валидность — это убежденность индивидуума в том, что некая идея, суждение или действие — правильны (корректны, справедливы и т. д.). Если социальная норма есть разделенная вера в то, что некие действия приемлемы в данной ситуации, то индивидуумы, действующие в соответствии с этой нормой, ощущают свое собственное поведение как субъективно валидное. Легко заметить тесную связь между концепцией субъективной валидности и проблемой убеждения. Например, убеждение — это искусство заставить людей увидеть, что идеи, в которые они верят, — ошибочны (субъективно невалидны), а верны (субъективно валидны) новые идеи. Во многом центральной теоретической проблемой социального влияния является выявление основ субъективной валидности и невалидности. На протяжении всей этой книги, как и в языке, на котором мы разговариваем в повседневной жизни, вместо термина «субъективная валидность» часто будут использоваться другие термины, из которых наиболее важными являются (субъективная) уверенность, компетентность, правильность и просто ощущение «правоты».

Личное принятие и публичная уступчивость

Иногда нам приходится проявлять конформизм по отношению к тем нормам других людей, которые мы не разделяем. Мы вынуждены — нравится это нам или нет — совершать какие-то тривиальные или важные действия, которые мы не считаем правильными. Это различие между конформностью по отношению к своим собственным нормам (пронормативное поведение) и конформностью по отношению к нормам других людей, которых человек лично не принимает (контрнормативное поведение), делает необходимым проведение границы между личным принятием влияния и публичной уступчивостью желаниям других. Влияние, которое приводит к изменению личной установки (при этом не имеет значения, выражено ли оно открыто — словами или делами — или нет), называется личным принятием. Влияние, которое изменяет наблюдаемое поведение в нужном направлении (но которое не обязательно приводит к изменению личной установки), называется публичной уступчивостью*. Хотя в действительности личное принятие и публичная уступчивость нередко идут рука об руку, заметна тенденция к использованию этих терминов как концептуальных оппонентов.

Теоретики исходят из того, что в отсутствие противодействующих или следствием личного принятия человеком нового убеждения естественно станет тенденция к изменению публичного поведения, и поэтому склонны «попридержать» термин «уступчивость» для контр-нормативного поведения в условиях некоего принуждающего социального давления, т. е. для уступчивости без принятия. Поскольку у нас нет возможности заглянуть в чью-то душу, совсем непросто сказать, что произошло на самом деле: личное ли принятие или уступчивость (Allen, 1965). Именно поэтому исследователи договорились о том, что, если поведение стабильно наблюдается и в отсутствие принуждающего агента, скорее всего, можно говорить о принятии новой нормы человеком; если же соответствующее поведение — только ответы на совершенно определенное социальное давление, не исключено, что это всего лишь уступчивость. Ньюкомб в качестве примера личного согласия с новой нормой приводит студенток, которые за время обучения в Беннингтонском колледже в 1930-х годах изменили свои консервативные убеждения на либеральные (Newcomb, 1943). Расставшись со своими соучениками, они и спустя много лет после окончания колледжа оставались верны идеологии, к которой приобщились в молодости. Пример уступчивости без личного принятия приводят Коч и Френч (Coch & French, 1948): производительность труда одной работницы возросла после того, как она была изолирована от коллег, имевших совершенно четкие представления о том, как именно следует работать. Таким наблюдениям за приватным и публичным поведением, которые позволили бы отличить принятие (внутреннее согласие) от уступчивости, свойственны определенные теоретические проблемы (см. главу 6).

Референтная группа и группы членства

Эти примеры иллюстрируют также и различие между референтными группами и группами, к которым данные люди принадлежат. Референтной группой называется группа, которая психологически значима для установок и поведения индивидуума. Келли (Kelley, 1952) и другие авторы дают определение референтных групп, исходя из двух функций самореферентности: это группы, с которыми индивидуум сравнивает себя, чтобы оценить

свое собственное положение и свои установки (функция сравнения), и из которых он черпает свои нормы и ценности (нормативная функция). Группа, к которой принадлежит данный человек, — это группа, *членом которой он является* (по определенным критериям), но с которой он может психологически не сравнивать себя в плане самооценки или социальных ценностей.

Референтные группы делятся на позитивные и негативные. Позитивной референтной группой называется группа, привлекательная для индивидуума, которую он внутренне принимает или принадлежности к которой добивается, с ней он ощущает психологическую совместимость и отождествляет себя. Негативная референтная группа — это группа, внутренне отвергаемая индивидуумом, который не только не отождествляет себя с ней, но и использует ее для того, чтобы определить, кем он *не является* и кем *не хочет* быть. Человек сравнивает себя с позитивной референтной группой, чтобы определить, что он должен чувствовать и как ему следует вести себя; что же касается негативной референтной группы, то человек сравнивает себя с ней, чтобы понять, какие чувства *не надо* испытывать и как *не следует* себя вести. В этой книге, как и во всей исследовательской литературе, термин «референтная группа» — если нет никакого специального комментария — используется для обозначения позитивной референтной группы.

Если безработная и бедная женщина испытывает сильное разочарование, потому что сравнивает себя с богатой женщиной и одновременно одобряет ценности и установки богатых, возможно, пытается говорить, одеваться и вести себя, как они, то в этом случае богатые являются для нее (позитивной) референтной группой. Безработный человек, однако, не богат; возможно, она мечтает о том, чтобы принадлежать к кругу богатых, но на самом деле она принадлежит к кругу безработных. В данном случае группа, к которой она принадлежит, — это безработные, но они не являются для нее референтной группой. Если же ей неприятно сознавать себя членом «группы безработных» и она не только подражает богатым, но и старается вести себя так, чтобы ее поведение отличалось от того, что она определила как поведение безработных, в таком случае безработные для нее не только группа, к которой она принадлежит, но и негативная референтная группа.

Позитивные референтные группы оказывают влияние на своих реальных членов и на тех, кто стремится стать таковыми, что, по определению, обычно приводит к личному принятию норм данной группы. Что же касается уступчивости, то негативные референтные группы проявляют тенденцию навязывать ее, и эта тенденция проистекает из их власти над людьми, которой они обладают, поскольку эти люди — их члены. Если индивидуум не может избежать членства в какой-либо группе, он вынужден отдать себя на милость ее одобрения и неодобрения и санкций, которые она применяет. Хороший пример — положение не склонной к военной службе женщины-новобранца. До тех пор пока она служит, она вынуждена считаться с армейскими правилами и требованиями, как бы внутренне ни протестовала против них, поскольку ее принадлежность к определенной группе дает этой группе право принудить ее к их исполнению. Интересно мнение исследователей, которые считают, что типичные примеры уступчивости появляются там, где индивидуумы стремятся сохранить свое членство в позитивной референтной группе. Ниже мы еще вернемся к обсуждению некоторых аспектов этой проблемы, но приведенный выше пример с новобранцем, ставшим таковым не по своей воле, лучше отражает реальность.

Влияние и власть

Различие между понятиями «влияние» и «власть» введено в научный оборот Московичи (Moscovici, 1976): влияние — это то, что вызывает субъективное принятие, а власть — источник принуждения и вынужденного подчинения ему. Коррелирующие различия между принятием и уступчивостью, референтной группой и группой, к которой принадлежит данный человек, влиянием и властью — все это основные вопросы, к которым социальная психология влияния постоянно обращается. Мы скоро увидим, что они представляют собой разные аспекты дуалистической концепции влияния, которая в разных формах возникала на протяжении всей истории исследований в этой области. По сути, референтные группы — это источник убеждающего влияния, которое приводит к принятию индивидуумом их норм, пронормативному поведению и субъективной валидности. Группы членства (если они не являются позитивными референтными группами) принуждают к подчинению, навязывают публичное согласие с их нормами, следствием чего становится контрнормативное поведение и искаженная, фальшивая самопрезентация. К другому аспекту этой дуалистической модели можно отнести само определение понятия социальных норм либо как «разделенной рамки референции», которая вносит в реальную жизнь стабильность и когнитивную когерентность (Sherif, 1936), либо как набора «разделенных ожиданий» тех, кто навязывает их остальным (Deutsch & Gerard, 1955). Разграничение власти и влияния в психологии социального влияния появилось относительно недавно.

Начиная с 1940-х годов и вплоть до появления в 1970-х годах работ Московичи, было принято трактовать власть как основу влияния и влияние — как проявление власти. В соответствии с традициями, заложенными еще Куртом Ле-вином (Cartwright & Zander, 1968), и личное принятие, и публичное подчинение рассматривались как формы проявления влияния, различие между которыми определялось *типом власти*, являющейся источником влияния (т. е. противопоставление власти, основанной на информации, и власти, контролирующей вознаграждение и издержки). Более современный подход рассматривает влияние и власть как *альтернативные* процессы изменения поведения других людей, признавая принятие следствием влияния, а подчинение — следствием употребления власти (Hollander, 1985). Аргументация Московичи будет рассмотрена ниже, а пока важно помнить лишь о том, что, по мнению всех теоретиков, полезно для науки — о разнице между убеждающим влиянием и вынужденной уступчивостью.

Модальности влияния

Заслуга Московичи заключается также и в том, что он предположил существование трех основных модальностей влияния, которые определяют, как люди реагируют на конфликт: нормализация, конформизм (или влияние большинства) и инновация (или влияние меньшинства). Различия между этими модальностями проявляются в том, как в результате влияния формируются, поддерживаются и изменяются социальные нормы. Нормализация — это процесс бесконфликтного изменения норм внутри группы за счет взаимных уступок и постепенного сближения позиций. Конформизм — это разрешение конфликтной ситуации за счет подчинения меньшинства большинству, а инновация характеризует возникновение в группе конфликтной ситуации и ее разрешение в результате привлечения меньшинством остальных членов группы на свою сторону. Ниже мы расскажем об исследованиях, имеющих самое непосредственное отношение ко всем трем процессам. О ранних исследованиях нормализации и конформизма, ставших классическими, будет рассказано в заключительных разделах этой главы. Главы 2,3 и 4 посвящены соответственно изучению социального конформизма, поляризации группы и влиянию меньшинства, причем в главах 3 и 4 будет рассказано преимущественно о нормализации и инновации. Затем, в главе 5, мы обсудим власть и уступчивость как процессы, отличные от влияния, и, наконец, в главе 6 подробно рассмотрим взаимосвязь между самокатегоризацией, членством в группе и влиянием. В этой заключительной главе я попытаюсь представить единую теорию такого феномена, каким является влияние, согласующуюся как с классическими, так и с современными тенденциями.

Классические исследования социального влияния

Предтечей современных теорий влияния была концепция «внушения» (*suggestion*). Под внушением понимают иррациональное восприятие человеком влияния других людей, обусловленное социальными и эмоциональными связями. В качестве модели процесса внушения был выбран гипноз, признанный экстремальной формой внушения. Внушением объясняется наблюдаемое отличие психологии *толпы* от психологии отдельно взятого человека: возникновение в толпе единообразного, общего для всех поведения основано на этом иррациональном процессе взаимного подражания (LeBon, 1896).

Современные исследования начались с изучения того, что казалось подсознательными процессами взаимного внушения и подражания внутри групп. Можно считать, что начало экспериментального изучения влияния было положено Ф. Оллпортом (F. Allport, 1924), который обнаружил, что люди в присутствии других более консервативно и сдержанно оценивают запахи и вес, чем когда делают это в отсутствие посторонних. Тенденция индивидов смягчать в группе свои суждения получила название конформности. По мнению Оллпорта, подобное явление основано на инстинктивном подчинении группе. В 1921 году Мур на своих испытуемых изучил влияние мнений большинства и экспертов в области этики, лингвистики и музыки. Он обнаружил, что суждения индивидуумов сильно зависят от таких мнений (Moore, 1921). Здесь вполне уместно вспомнить и работу Оллпорта о «социальной фасилитации», поскольку она представляет собой попытку объяснить внушение в группе посредством обусловленных ответов. Он нашел, что присутствие других облегчает людям выполнение простых заданий, но сложные задания в их присутствии выполняются хуже.

Результаты этих исследований заставляют предположить протекание в группе процессов ^конвергенции (т. е. стремления людей к сближению и к тому, что быть похожими друг на друга). Основные достижения в понимании этого явления связаны с именем Шерифа (Sherif, 1936). Его

исследования связали образование социальных норм с формированием консенсуса внутри группы. Он определил социальные нормы как «привычки, традиции, стандарты, правила, ценности, манеры и другие критерии поведения, которые стандартизировались вследствие контакта индивидуумов» (Sherif, 1936, p. 3). Он утверждал, что наши социальные суждения относительно того, что приемлемо, а что — нет, что правильно, а что неправильно, отражают общепринятые, всеми усвоенные, имеющие социальные корни «рамки референции», или социальные нормы, точно так же как наш перцептивный и когнитивный опыт физического мира отражает некие «рамки референции», т. е. сравнительные контексты, стандарты или «якоря», относительно которых мы судим о воздействующих на нас стимулах. Реальность неоднозначна, она постоянно изменяется, и, чтобы внести порядок, стабильность и когерентность в наши отношения с внешним миром и друг с другом, мы создаем и усваиваем общие для всех «рамки референтности», или социальные нормы.

В своих опытах, ставших классическими, Шериф продемонстрировал развитие перцептивных норм. Испытуемые (мужчины) помещались в совершенно темную комнату, и после определенной тренировки им предъявляли стимул — световую точку (после того как испытуемые впервые утвердительно отвечали на вопрос, видят ли они точку, точка предъявлялась на две секунды). Задача испытуемого в каждом опыте заключалась в том, чтобы громко сказать, на какое расстояние, по его мнению, сместилась точка. В действительности же световая точка вообще не двигалась. То, что они воспринимали ее как движущуюся, объясняется оптической иллюзией, известной под названием «автокинетический феномен», о существовании которой испытуемые даже не подозревали. Иллюзорное расстояние, которое якобы «проходила» светящаяся точка при подобных экспериментальных условиях, «изменялось» от опыта к опыту и по-разному оценивалось разными испытуемыми.

В одной серии опытов испытуемые вначале выполняли задание поодиночке, а затем были объединены в группы по двое или по трое. Выполняя задание поодиночке, каждый испытуемый постепенно «определил» свой собственный, индивидуальный «сдвиг точки», в который укладывались все его ответы, и некий модальный, наиболее часто даваемый им ответ. Ответы разных испытуемых отличались друг от друга, и были основания считать, что испытуемые сравнивают свои последующие оценки «смещения» с предыдущими. С течением времени «внутренняя точка отсчета», сформировавшаяся на базе личного опыта каждого испытуемого, стабилизировала их последующие суждения. Когда же испытуемые с разными «личными нормами» были объединены в группы и каждому из них по очереди нужно было громко сказать, на какое расстояние сместилась точка, оказалось, что имеет место постепенная взаимная конвергенция их оценок, а следовательно, и формирование общей «точки отсчета». Когда испытуемые выполнили несколько совместных заданий, разница в их индивидуальных ответах оказалась настолько незначительной, что ею можно было пренебречь: их оценки «смещения точки» соответствовали среднему значению их индивидуальных ответов. Влияние этой социальной нормы продолжало сказываться и тогда, когда испытуемые вновь приступили к индивидуальному выполнению заданий. Смысл этого эксперимента заключается в том, что в данном случае коллективная норма не является результатом уступчивости, а была воспринята вполне добровольно: даже получив такую возможность, испытуемые не вернулись к своим индивидуальным нормам. Складывается впечатление, что испытуемые использовали суждения друг друга для создания общей точки отсчета точно так же, как перед этим они использовали свои собственные суждения. К тому же выяснилось, что испытуемые пребывали в относительно неведении по поводу взаимного влияния. Они преимущественно бессознательно координировали свои ответы с ответами других, чтобы прийти к стабильной, согласованной картине общего, но изначально неструктурированного мира.

В другой серии опытов испытуемые сначала выполняли задание вместе, а затем приступали к его индивидуальному выполнению. Оказалось, что при этих условиях процесс формирования общей социальной нормы протекает еще быстрее и полнее.

Позднее в опытах, которые стали вариацией этого базового эксперимента, было показано, что влияние коллективной нормы на индивидуальное суждение чрезвычайно устойчиво и сохраняется даже спустя год после ее формирования (Rohrer et al, 1954); что и произвольные нормы, установленные с помощью «подсадных уток», имеют тенденцию сохраняться в нескольких «поколениях» неискушенных испытуемых (Jacobs & Campbell, 1961), но что подобные произвольные нормы тем хуже сохраняются в последующих поколениях, чем они более искусственны (MacNeil & Sherif, 1976).

Шериф продемонстрировал, каким образом в группах возникают социальные нормы — коллективный ответ на новые, неструктурированные, неоднозначные ситуации — и как они отражают стабильные и когерентные знания о ней. Он предложил концепцию социальных норм — «коллективные рамки референции», — возникающих из социального взаимодействия и функционирующих в качестве интер-нализированных когнитивных структур. Они сдерживают индивидуальные суждения, но не принуждают человека к отказу от них. На практике они формируются в результате взаимной и постепенной конвергенции индивидуальных реакций или личных норм членов группы. Последующие исследования

наглядно продемонстрировали важную роль референтных групп в овладении социальными нормами и большие возможности групповых норм в том, что касается изменения установок индивидуума и его поведения.

Полевые (выполненные в естественной обстановке) исследования Ньюкомба показывают, как люди постепенно усваивают нормы тех групп, членами которых становятся, и как они продолжают следовать им и в дальнейшем, на протяжении многих лет (Newcomb, 1943). Эти исследования были проведены в 1930-е годы в Беннингтонском колледже, небольшом частном университетском колледже США для женщин. Студентки-первокурсницы — дочери богатых и привилегированных родителей — в основном придерживались консервативных политических и экономических взглядов, в то время как преподаватели и студентки старших курсов отдавали предпочтение либеральным ценностям. Они поддерживали прогрессивную налоговую политику, профсоюзы, право на забастовки и экономическое планирование, но выступали против фашизма и «необузданного» капитализма. В течение нескольких лет, пока студентки учились в колледже, Ньюкомб наблюдал за тем, как изменялись их политические и экономические установки. Он нашел, что большинство из них постепенно отказались от реакционных взглядов, «привезенных» из дома, ради либеральных ценностей, которые были нормой для этого колледжа. Участие в жизни колледжа привело к кардинальным и устойчивым изменениям политических воззрений студенток. Когда спустя более четверти века Ньюкомб вновь встретился с бывшими студентками, оказалось, что, покинув Беннингтонский колледж, они не вернулись к своим прежним взглядам (Newcomb et al., 1967). Не только сами эти женщины и в 1960-е годы были настроены более либерально, чем их ровесницы, принадлежавшие к тому же социальному слою и имевшие аналогичный экономический статус, но и их мужья. Ньюкомб обнаружил также и связь между их политическими установками и голосованием на президентских выборах 1960 года: выпускницы, придерживающиеся более левых взглядов, голосовали за Кеннеди, а не за Никсона.

Как и почему взгляды студенток изменились во время учебы? Они быстро поняли, что в колледже популярны и уважаемы радикальные установки и ценности. Их разделяли и педагоги, и студентки старших курсов — люди, занимавшие престижные позиции. Во время занятий, неформальных дискуссий, которые всячески поощрялись, и в ходе социальных контактов студентки сталкивались с радикальными суждениями, слышали и аргументы в их защиту, и критику оппонентов. В новой студенческой жизни было много привлекательного, а наиболее активные, популярные студентки, лидеры — олицетворение колледжа — энергично пропагандировали либеральные ценности. Либеральные установки были непременным условием принадлежности к чрезвычайно сплоченному коллективу и вовлеченности в новую, привлекательную жизнь. Однако изменились отнюдь не все студентки. Меньшинство консервативно настроенных девушек так и остались в стороне от жизни колледжа. Они были наименее популярны, практически не участвовали в общих мероприятиях, завели мало знакомств и, образовав небольшую группу единомышленников, обычно держались обособленно. Преподаватели объясняли это чрезмерной зависимостью от родителей. Пребывание в стенах Беннингтонского колледжа в качестве члена его коллектива вовсе не означало неизбежного принятия его норм и ценностей. Решающее значение имело одно обстоятельство: стал колледж позитивной референтной группой или нет. Более либеральные взгляды приобрели те девушки, которые оказались психологически вовлеченными в жизнь колледжа и идентифицировали себя со старшими, активными студентками и с преподавателями. Для девушек, сохранивших консервативные взгляды, была характерна тенденция к неучастию в жизни колледжа, для них референтными группами оставались их собственные семьи, друзья детства, а в колледже — небольшой круг столь же консервативно настроенных студенток.

Результаты, полученные Куртом Левином при изучении процесса принятия групповых решений, свидетельствуют о том, насколько трудно изменить поведение индивидуумов в отрыве от норм, которых они придерживаются как члены определенных групп (Lewin, 1947). Ученый показал, что если личная установка была «заякорена» в группе (т. е. установка, которой придерживается человек, является следствием его принадлежности к какой-либо группе), то ее изменению должно предшествовать изменение установки группы в целом. Чтобы заставить американских домохозяек покупать субпродукты, которых они раньше не покупали, например почки и сердце, Левин использовал различные методы. Один из его экспериментов заключался в том, что три группы, в каждой из которой было от 13 до 17 домохозяек, посещали лекции, посвященные важной роли хорошего питания в военное время (дело происходило в 1943 году), ценным питательным свойствам субпродуктов, а также проблемам здоровья и домашней экономики. Лекции были построены таким образом, чтобы у женщин появилось желание покупать субпродукты и кормить ими свои семьи. В трех других группах специалисты-диетологи обсуждали те же самые проблемы, сообщали женщинам фактическую информацию и подталкивали женщин к обсуждению этих вопросов между собой. Членов группы просили достичь консенсуса относительно покупок субпродуктов и сказать в конце дискуссии, будут они их покупать или нет. По окончании эксперимента выяснилось, что только 3 % посещавших лекции домохозяек и 32 % членов «дискуссионных групп» действительно до некоторой степени изменили свое отношение к субпродуктам. Аналогичные результаты были получены и в

экспериментах, связанных с включением в рацион младенцев масла тресковой печени и апельсинового сока.

Более поздние исследования (Bennett, 1955; Pelz, 1958) показали, что при проведении групповых дискуссий не так важны сами дискуссии, сколько процесс подхода к принятию определенного решения, которое можно рассматривать как результат согласования позиций членов данной группы. Важным оказалось осознание членами группы того факта, что у них появилась новая общая норма, которой они должны следовать, и что они добровольно согласились следовать ей.

Соломон Аш возражал против того, что влияние в группах — иррациональный, подсознательный процесс, предполагающий произвольное подчинение социальному давлению ("Asch, 1951, 1952, 1956). Он утверждал, что конвергенция в экспериментах Шерифа была рациональной попыткой придать смысл неоднозначному общему миру, в котором один и тот же объект суждения предполагает согласие между теми, кто воспринимает его. Аш высказал мысль о том, что если индивидуумы столкнутся с безусловно неверным групповым консенсусом (он назвал такой консенсус «противоречащим факту»), то не проявят никакой конформности, а сохранят свою независимость.

Чтобы проверить свою гипотезу, он спланировал серию интересных экспериментов, в которых испытуемым предстояло выполнить задание, связанное с визуальным оцениванием. В каждом опыте одновременно должны были участвовать от 7 до 9 человек, которым предполагалось предъявить две карточки, на одной из них были изображены три линии, а на другой — одна. Испытуемые должны были выбрать из трех линий ту, которая равна образцу, и по очереди вслух высказать свое мнение. (Порядок «выступлений» испытуемых во всех опытах должен был быть одним и тем же и определялся тем, как участники рассядутся для проведения первого опыта.) Всего предполагалось провести 18 опытов. В действительности среди участников эксперимента был только один настоящий испытуемый, и он всегда отвечал на вопрос предпоследним. Остальные были помощниками экспериментатора¹, проинструктированными следующим образом: в 12 опытах (эти опыты были названы «критическими») все они единодушно должны были дать неверный ответ, причем 6 раз они должны были выбрать более длинную линию и 6 раз — более короткую. Контрольные опыты показали, что, выполняя подобное перцептивное задание поодиночке, без всякого давления со стороны группы, испытуемые легко справляются с ним и дают правильный ответ: количество ошибочных ответов было менее 1 %. Аш спланировал подобную экспериментальную работу, чтобы получить ответ на следующий вопрос: согласится ли испытуемый во время критических опытов с единодушным неправильным ответом группы или останется самостоятельным, не зависимым от нее, и даст правильный ответ?

Итогом серии оригинальных исследований были следующие результаты (Asch, 1956). Во-первых, около трети ответов во время критических опытов свидетельствовали о конформности испытуемых по отношению к мнению группы. Эта цифра неоднократно подтверждалась на протяжении всего исследования. Во-вторых, испытуемые весьма существенно отличались друг от друга. Примерно четверть из них не проявила никакой склонности к конформности и во всех опытах давала не зависящие от групп ответы, в то время как примерно такое же количество согласилось с группой в 8 опытах или чаще. Одна треть испытуемых соглашалась с мнением группы в половине опытов или чаще. Незначительное число испытуемых (6 из 133 человек, вошедших в три экспериментальные группы) согласились с мнением группы во всех опытах. Когда эксперименты были завершены, Аш и его коллеги, проинтервьюировав участников, пришли к выводу, что несогласие с группой смущает людей, они ощущают неуверенность и сомневаются в своей правоте. Испытуемых нервировал и волновал конфликт со своими группами, и они пытались найти этому объяснение; по мере того как расхождение в ответах продолжалось, волнение испытуемых нарастало, они начинали сомневаться в точности своих суждений, и им все труднее становилось преодолевать соблазн присоединиться к мнению большинства. В конце концов они начинали смущаться, становились мнительными, чувствовали себя одинокими, и у них появлялся страх перед общественным осуждением.

Большинство испытуемых переживали эмоциональный и когнитивный конфликт, не понимая, кто прав, а кто ошибается, и «конфликт конформности», поскольку у них не было иного выхода, кроме как положиться на то, что они видят, и пойти против группы либо согласиться с ней, хоть она и ошибается. Различие между «независимыми» и «покладистыми» проявлялось в том, как они справлялись с этим конфликтом конформности. Среди «независимых» были разные люди: одни твердо стояли на своем, другие испытывали эмоциональный дискомфорт, но вели себя так, что их желание сохранить индивидуальность было очевидным; третьи демонстрировали изрядную долю сомнений и напряжение, но были полны решимости давать адекватные ответы. «Покладистые» тоже руководствовались разными соображениями: складывалось такое впечатление, что меньшая их часть страдала искажением восприятия, поскольку они клялись, что на самом деле видели именно то, о чем сообщала группа, большая же часть покладистых знала, что видела линии не так, как их видели остальные члены группы, но считали свое восприятие — в отличие от восприятия большинства — неверным. Среди «покладистых» было и немало довольно циничных людей: они не считали, что группа права,

но не хотели «высовываться», сознательно не желали демонстрировать свое отличие от других и боялись насмешек со стороны группы, которая могла счесть их «неполноценными».

Аш провел и эксперименты, ставшие интересными вариантами опытов, описанных выше. Когда настоящим испытуемых не просили сообщать свой ответ вслух, а давать его в письменной форме (при этом остальные участники эксперимента давали устные ответы), конформность значительно понизилась и составила не более 12,5% от общего числа ответов в «критических» опытах. Когда разница между линиями-образцами и линиями, с которыми их нужно было сравнивать, уменьшилась, вследствие чего задание перцептивно усложнилось, а правильный ответ стал менее очевидным, конформность усилилась. Оказалось, что социальная конформность обратно пропорциональна разнице между линией-образцом и линиями-стимулами. На нее также заметно влияет и нарушение единогласия в группе. Когда один из конфедератов «присоединялся» к испытуемому и начинал давать правильные ответы, отличные от ответов большинства, конформность ответов в критических экспериментах упала до 5,5 %. Подобное «освобождающее» влияние партнера проявлялось даже тогда, когда он начинал давать правильные ответы во второй половине экспериментальной серии, и полностью исчезало, если партнер, дававший правильные ответы в первой половине экспериментальной серии, потом «предал» наивного испытуемого и переставал это делать.

Эффект «партнера», или «поддерживающего», тем более поразителен, что конформность, судя по всему, по достижении определенной численности группы, практически не зависит от нее. Аш показал, что если испытуемому «противостоит» всего лишь один «конфедерат», конформность очень невелика (процент ошибок не превышает 0,33 %), если два помощника — 1,53 %, если три — 4 %, если четыре — 4,2 %, а в группе, в которой испытуемому «противостоят» 16 человек, количество неверных ответов равно 3,75%. Следовательно, гораздо важнее единодушие «оппонентов», чем число участников эксперимента, дающих неверные ответы: важен консенсус, а не численность. Как писал сам Аш, «при прочих равных условиях единое большинство, состоящее из трех человек, значительно эффективнее большинства, состоящего из восьми человек и имеющего одного девианта» и «наблюдаемые влияния не являются результатом суммации влияний всех членов группы: необходимо понимать, что результаты лишь относительно детерминированы» (Asch, 1951, p. 186).

Другие результаты Аша убедительно доказывают, что конформность, если речь не идет о меньшинстве наблюдателей, не подчиняется принципу «все или ничего». Испытуемые демонстрируют попытки достичь компромисса с группой. Если группа допускает «среднюю» ошибку, т. е. если она признает совпадающей с образцом ту из сти-мульных линий, которая отличается от него меньше, чем другие сти-мульные линии, доступные в этом опыте, все ошибки испытуемых будут средними. В случае же, когда группа допускает «экстремальную ошибку», количество «средних» ошибок испытуемых (ответов, лежащих между ответом группы и правильным ответом) составит 20 %. Точно так же если у испытуемого появляется «склонный к компромиссу» и «средним» ошибкам партнер, который всегда расходится в оценках как с «экстремистски» настроенным большинством, так и с испытуемым, испытуемый допускает ошибки с той же *частотой*, но примерно 76 % его ошибок будут «средними», а в контрольном опыте, в котором испытуемый противостоит «экстремистски» настроенному единогласному большинству, количество «средних» ошибок у него всего лишь 42 %. Испытуемый никогда не «отрывается» от группы и, даже двигаясь в этом направлении, стремится найти компромисс.

И последнее. Аш провел замечательный эксперимент, в котором создал ситуацию, противоположную описанной выше, т. е. он заменил своих помощников настоящими испытуемыми: в опытах принимали участие группы, состоявшие из 16 испытуемых и одного помощника (Asch, 1951). При этих условиях испытуемые вели себя совершенно по-другому. Уверенные в своей правоте и в себе, они с насмешкой, удивлением и недоверием взирали на ошибающегося помощника.

Исследования Аша свидетельствуют о том огромном давлении, которое оказывала на испытуемых группа, вынуждая их проявлять конформность даже в перцептивно структурированной ситуации и при норме, противоречащей факту, и о напряжении, неуверенности и сомнениях в собственной правоте, присущих испытуемым, которые не хотели становиться нежеланными изгоями. Аш доказал, что в перцептивно однозначной ситуации как минимум меньшая часть испытуемых останется полностью независимой, а большинство испытуемых останутся независимыми в большинстве случаев. Между тем вывод из исследований Аша, распространяющийся на все ситуации, заключается в том, что перед лицом группы индивидум слаб и что сильное спонтанное принуждение к конформности является неотъемлемой чертой группового контекста.

Выводы

Социальные контакты между людьми, принадлежащими к одним и тем же позитивным референтным группам и психологически связанными друг

с другом, приводят к возникновению общих норм в релевантных сферах. Социальные нормы и ценности — основа социальной жизни людей, поскольку они обеспечивают порядок, согласованность и стабильность как на макроуровне (общество, история, культура), так и на микроуровне (межличностные отношения и поведение индивидуума). Существует немало доказательств того, что люди создают социальные нормы и проявляют конформность по отношению к ним, что социальным контактам присущи различные формы влияния и скрытого принуждения к согласию даже без каких-либо специальных приказов повиноваться или очевидной принадлежности к данной группе. Ни Шериф, ни Аш не говорили своим испытуемым, что они должны сотрудничать друг с другом или действовать как сплоченная группа. Социальные и эмоциональные связи между испытуемыми либо полностью отсутствовали, либо — в лучшем случае — были слабыми. Наблюдаемое принуждение к уни-формности представляется скорее когнитивно и социально мотивированным, нежели основанным на иррациональном процессе внушения. Складывается такое впечатление, что она проистекает из тяги к перцептивной структурированности", потребности придать определенный смысл происходящему и из желания соответствовать окружающим. Каковы источники подобного группового давления? В главе 2 мы рассмотрим основные теории социальной конформности и результаты исследований этой проблемы.

Дополнительная литература

1. Allport, G. W. (1958). The historical background of social psychology. В книге G. Lindzey and E. Aronson (eds), *The handbook of social psychology*, Vol. 1, 3rd ed. New York: Random House. Книга адресована тем, кто интересуется историей изучения социального влияния.
2. Asch, S. E. (1952). *Social psychology*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall. Блестящая книга, прекрасно раскрывающая проблемы группового поведения и социального влияния.
3. Asch, S. E. (1956). Studies of independence and conformity: A minority of one against a unanimous majority. *Psychological Monographs: General and Applied*, 70, 1-70. Whole № 416. Фундаментальный обзор исследований социальной конформности.
4. Festinger, L. (1950). Informal social communication. *Psychological Review*, 57, 271-82. Оригинальное изложение концепции субъективной валидности и плодотворной теории социального влияния, с которой она связана.
5. Sherif, M. (1936). *The psychology of social norms*. New York: Harper and Brothers (Harper Torchbook edition, 1966). Важная, новаторская книга о социальных нормах, оказавшая большое влияние на современников, до сих пор не утратившая своего значения и доставляющая большое удовольствие читателям.