

ЗАРУБЕЖНЫЙ УЧЕБНИК



ТРЕТЬЕ ИЗДАНИЕ



Введение В СОЦИАЛЬНУЮ ПСИХОЛОГИЮ

Серия «Зарубежный учебник»

**Введение
в социальную
психологию**

ЕВРОПЕЙСКИЙ ПОДХОД

THIRD EDITION

Introduction
to

SOCIAL
Psychology

A European Perspective

Edited by **Miles Hewstone**
and **Wolfgang Stroebe**

 **Blackwell**
Publishing

М. Хьюстон, В. Штрёбе

Введение в социальную психологию

ЕВРОПЕЙСКИЙ ПОДХОД

Перевод с английского
под редакцией проф. *Т.Ю. Базарова*

*Рекомендовано
Учебно-методическим объединением (УМО)
университетов России по психологии
в качестве учебника для студентов вузов*

*Рекомендовано Учебно-методическим центром
«Профессиональный учебник» в качестве учебника
для студентов вузов, обучающихся по специальностям
психологии и педагогики*



Москва • 2017

УДК 316.6(075.8)
ББК 88.5я73-1
Х98

Перевод с английского
канд. психол. наук *Г.Ю. Любимова*

Научный консультант
канд. психол. наук *Е.М. Дубовская*

Главный редактор издательства
доктор экономических наук *Н.Д. Эриашвили*

Хьюстон, М.
Х98 Введение в социальную психологию. Европейский подход: Учебник для студентов вузов / М. Хьюстон, В. Штрёбе; Пер. с англ. под ред. проф. Т.Ю. Базарова; [пер. с англ. Г.Ю. Любимова]. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 622 с.: ил., табл.

И. Штрёбе, В.

ISBN 0-631-20437-7 (англ.)

ISBN 5-238-00713-2 (русск.)

Агентство СІР РГБ

Книга представляет собой исчерпывающий по тематике, ясно и ярко написанный вводный учебник для студентов, изучающих социальную психологию. Авторы, известные исследователи, не только излагают основные теории и экспериментальные данные в той области, которая представляет для них наибольший интерес, но и стараются передать свой энтузиазм читателю.

Каждая глава подготовлена ведущими европейскими специалистами, описывающими свою проблему с интернациональной точки зрения. Достаточно подробное изложение материала дает студентам действительное представление о рассматриваемых теориях и экспериментальных работах.

Журнал *Contemporary Psychology* назвал эту книгу «выдающимся учебником по социальной психологии». Учебник переведен на многие европейские и японский языки.

ББК 88.5я73-1

ISBN 0-631-20437-7 (англ.)
ISBN 5-238-00713-2 (русск.)

Translated from *Introduction to Social Psychology, A European Perspective*

Third edition by Miles Hewstone and Wolfgang Stroebe.

© 2001 by Blackwell Publishing Ltd. All Rights Reserved.

This edition is published by arrangement with Blackwell Publishing Ltd, Oxford

© ИЗДАТЕЛЬСТВО ЮНИТИ-ДАНА,
перевод, оформление, 2004

Оглавление

Предисловие научного редактора русского издания	XVII
Предисловие авторов к русскому изданию	XIX
Предисловие к третьему изданию	XX
Предисловие ко второму изданию	XXII
Предисловие к первому изданию	XXIV
Благодарности	XXVI
Часть I. ВВЕДЕНИЕ	1
1. Историческое введение в социальную психологию	2
Введение	3
Предвестники социальной психологии	8
Völkerpsychologie	9
Психология толпы	10
Направления и отрасли современной социальной психологии	13
Социальная психология в Северной Америке	13
Социальная психология в Европе	17
Заключение и выводы	20
2. Эволюционная социальная психология	23
Введение	24
Альтруизм и естественный отбор	25
Естественный отбор и поведение	25
Альтруистическое поведение	27
Видовая приспособленность и важность родственных связей	28
Взаимный альтруизм	30
Кооперация и конкуренция	31
Половой отбор и половые различия в поведении	32
Половой отбор	32
Выраженные половые различия в предпочитаемом количестве партнеров	34
Основания для выбора партнера	36
Молодые мужчины: риск, насилие и честь	41
Феномен рогоносца и ревность	43
Заключение и выводы	43
3. Социальная психология развития	47
Введение	48
Природа социализации	49

VI

Дети как изначально социальные существа	50
Социализация и социальная психология	51
Развитие отношений	52
Привязанность	52
Типы привязанности	54
Отношения, социальное развитие и социальная психология	55
Развитие языка	56
Социальные факторы освоения языка	57
Язык и социальная психология	59
Развитие социального знания	59
Социальное взаимодействие и понимание	60
Взаимодействие со сверстниками и когнитивное развитие	61
Представления Выготского о социальном взаимодействии и знании	63
Понимание социального мира	63
Развитие понимания особенностей других людей, их чувств и мыслей	64
Национальная и этническая категоризация	65
Социальное знание и социальная психология	68
Заключение и выводы	69
4. Методы социальной психологии: инструменты для проверки теорий	71
Введение	72
Выбор стратегии исследования	76
Исследование выборки	76
Эксперименты и квази-эксперименты	78
Сопоставление стратегий	81
Основные признаки социально-психологического эксперимента	81
Планирование эксперимента	86
Обстоятельства, снижающие валидность экспериментального исследования	89
Методы получения данных	93
Наблюдение	94
Использование самоотчетов	96
Косвенные показатели	100
Выбор показателя	102
Проблемы экспериментального исследования	103
Заклучение и выводы	106

	VII
Часть II. КОНСТРУИРОВАНИЕ СОЦИАЛЬНОГО МИРА	109
5. Социальное познание	113
Введение	111
В чем состоит социальность социального познания?	114
Стадии переработки социальной информации	117
Структура человеческого знания	118
Восприятие и внимание	121
Декодирование и интерпретация	122
Организация	127
Отношение стимула к существующему знанию: соответствующая и несоответствующая информация	128
Суждения	130
Подтверждение и опровержение социальных гипотез	133
Стереотипы и иллюзорные корреляции	134
Подтверждение собственных гипотез	135
Когнитивная адаптация в социальном окружении	138
Распределение стимульной информации	138
Язык и общение	139
Когнитивно-аффективная регуляция	141
Заключение и выводы	143
6. Эмоции	146
Введение	147
Что такое эмоция?	148
Теория Джемса—Ланге	150
Эмоция как социально-психологический конструкт	150
Резюме	152
Зачем нам нужны эмоции?	153
Эволюционное значение эмоций	153
Эмоция как социальная сигнальная система	153
Эмоция способствует изменчивости поведения	155
Переработка информации	156
Регуляция и контроль	156
Резюме	157
Каким образом вызываются определенные эмоции?	157
Философы об эмоциях	157

VIII

Теория эмоций Шехтера–Зингера	158
Теория когнитивной оценки	160
Культурные и индивидуальные различия в оценке события	165
Резюме	166
Существуют ли паттерны ответов, специфичные для различных типов эмоций?	166
Двигательные проявления	167
Мимика	168
Особенности голоса	170
Контроль и стратегическое манипулирование в проявлении эмоций	171
Резюме	174
Физиологические изменения	175
Резюме	176
Чувства	177
Характеристики чувства	177
Словесные обозначения чувств	179
Резюме	180
Как отдельные компоненты эмоции взаимодействуют друг с другом?	181
Катарсис	181
Проприоцептивная обратная связь	181
Следствия управления эмоциями	184
Резюме	185
Заключение и выводы	186
7. Феномен атрибуции: теория и исследования (от фундаментальных к прикладным)	189
Введение	190
Теории каузальной атрибуции	191
«Наивный» анализ действия	191
Ковариация и конфигурация	191
Атрибуции, основанные на многих наблюдениях: ковариация	192
Проблемные моменты в использовании принципа ковариации	193
Атрибуции, основанные на единичном наблюдении: конфигурация	195
Проблемы, связанные с понятием причинной схемы	196
Ковариация и конфигурация: интеграция принципов	196
Теория каузальной атрибуции: заключение	197
Фундаментальные вопросы в исследовании атрибуции	197

	IX
Природа каузальной атрибуции	197
Провоцирование каузальных атрибуций	198
«Спонтанная» каузальная атрибуция	198
Другие провоцирующие факторы	200
Ошибки и предубеждения в процессе атрибуции	200
Фундаментальная ошибка атрибуции / ложное соответствие	201
Различия между деятелем и наблюдателем	204
Установка на самооправдание	207
Самооправдание группы	208
На чем основаны объяснения: на чувстве или разуме?	210
Процесс каузальной атрибуции	210
Прикладные исследования каузальной атрибуции	213
Атрибуции и мотивация	214
Атрибуции и клиническая психология	218
Исследование случая	218
Ошибочные атрибуции	219
Приобретенная беспомощность и депрессия	219
«Атрибуционное переучивание»	222
Близкие отношения	223
Атрибуции и удовлетворенность отношениями	223
Атрибуции и реакции на поведение	226
Главные проблемы	228
Заключение и выводы	229
8. Установки	231
Введение	232
Основные теоретические проблемы в исследовании установок	233
Определение понятия установки	233
Функции установок	234
Структура установки	236
Внутренняя структура установки	236
Структура отношений между установками	239
Детерминанты установок	241
Убеждение	241
Убеждения, требующие незначительных усилий	241
Убеждения, требующие усилий	244
Двухпроцессные модели формирования убеждений	246

Х

Изменение поведения может привести к изменению установки	256
Реактивное сопротивление и сверхпоощрение	256
Недостаточное поощрение и когнитивный диссонанс	257
Альтернативные объяснения эффектов недостаточного подкрепления	258
Следствия установок	260
Установки определяют переработку информации	260
Избирательное внимание и обнаружение	260
Избирательное восприятие и суждение	261
Избирательный анализ и запоминание	261
Установки как предсказатели поведения	262
Влияют ли установки на поведение?	262
Факторы, опосредующие связь установки и поведения	266
Установки и другие детерминанты поведения: модели оценки ожидаемого поведения	268
Заключение и выводы	273

Часть III. СОЦИАЛЬНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И МЕЖЛИЧНОСТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ **275**

9. Просоциальное поведение	276
Введение	277
Почему люди помогают друг другу?	279
Биологический подход	279
Личностный подход	280
Настроение	280
Просоциальная личность	283
Альтруизм, основанный на эмпатии	286
Межличностный подход	290
Отношения обмена и отношения общности	291
Представление о социальных системах	292
Социальная ответственность	293
Нормы справедливости	295
Вмешательство в чрезвычайных ситуациях. Когда мы приходим на помощь?	297
Следствия принятия помощи	300
Социальная поддержка	302
Заключение и выводы	303

	XI
10. Агрессивное поведение	307
Введение	308
Определение агрессии	309
Теории агрессии	309
Фрустрация и агрессия	310
Как ключевые раздражители влияют на агрессивное поведение?	311
От чего зависит влияние неспецифической активации на агрессивное поведение?	312
Какова связь между негативными стимулами и аффективными реакциями?	313
Агрессия как результат научения	315
Инструментальное обусловливание	315
Теория социального научения	315
Наблюдение агрессии в средствах массовой информации	317
Агрессия в социальных системах	319
Агрессия в семье	319
Агрессия в школе и на работе	321
Агрессия: от действия к взаимодействию	322
Интерпретация индивидуального поведения как агрессивного	322
Социальное влияние и принуждение	323
Атрибуция и агрессия	325
Нормы как регуляторы агрессии	326
Воспринимаемая несправедливость и норма взаимности	326
Обработка социальной информации	326
Коллективная агрессия	328
Заключение и выводы	330
11. Социальное взаимодействие: кооперация и конкуренция	332
Введение	333
Ситуации смешанной мотивации	335
Структура взаимозависимости	338
За пределами эгоистического интереса: трансформация ситуации	340
Источники трансформации	343
Межличностные диспозиции	344
Представления о поведении другого	345
Характеристики близких отношений	349
Социальные нормы	350

XII

За пределами диад и малых групп	351
От диад к большим группам	351
От внутригрупповых отношений к межгрупповым	352
Исходы конфликта	353
Вмешательство третьей стороны	353
Структурные решения	356
Заключение и выводы	358
12. Аффилиация, аттракция и близкие отношения	361
Введение	362
Аффилиация: потребность в социальном контакте	362
Ситуации, способствующие аффилиации:	
Когда люди стремятся к контакту?	362
Мотивы аффилиации: Чего ищут люди, стремящиеся к контактам при стрессе?	364
Социальное сравнение	364
Уменьшение тревоги	364
Поиск информации	365
Эффекты аффилиации	367
Аффилиация и снижение уровня тревоги	367
Социальная поддержка и уменьшение стресса	367
Недостаток аффилиации и одиночество	369
Недостаток аффилиации и здоровье	370
Аттракция и развитие дружеских отношений	370
Пространственная близость	370
Сходство установок	372
Дружба как отношение	374
Пол и дружба	375
Романтическая привязанность	377
Стереотип физической привлекательности	378
Гендерные различия в предпочтениях, касающихся внешней привлекательности и статуса	380
Близкие отношения: удовлетворенность и распад	382
Удовлетворенность отношениями	382
Приверженность в отношениях	384
Последствия разрыва отношений	386
Заключение и выводы	386

	XIII
Часть IV. СОЦИАЛЬНЫЕ ГРУППЫ	389
13. Социальное влияние в малых группах	390
Введение	391
Конформность, или влияние большинства	392
Сюрприз Соломона Эша	394
Почему люди проявляют конформность: нормативное и информационное влияние	396
Нормативное и информационное влияние: экспериментальное доказательство	397
Инновации, или влияние меньшинства	401
Последовательность позиции меньшинства	401
Влияние большинства и меньшинства: два процесса или один?	404
Теория двух процессов	404
Теория единого процесса	407
Относительная ценность двух- и однопроцессных моделей	408
Влияние большинства и меньшинства: подражание или оригинальность	410
Перспектива интеграции: модель дифференцированной переработки	411
Принятие решений в группах	413
Групповая поляризация	413
Анализ феномена групповой поляризации	414
Групповое мышление: крайний пример групповой поляризации	417
Подчинение аморальным приказам: социальное влияние авторитета	419
Покорность: эксперимент Милгрэма	419
Ситуационные детерминанты подчинения авторитету	421
Что бы сделали вы?	423
Динамика подчинения авторитету	424
Заключение и выводы	426
14. Групповая деятельность	429
Введение	430
Что влияет на групповые достижения	430
Потери и приобретения	430
Индивидуальные достижения в социальном контексте	432
Простое присутствие	432

XIV

Боязнь оценивания	434
Распределение внимания	435
Синтетический подход	435
Объединение индивидуальных ресурсов в едином групповом продукте	436
Взаимозависимость	436
Правила объединения	437
Аддитивные задачи	437
Дизъюнктивные задачи	442
Конъюнктивные задачи	443
Потери при коллективном порождении идей, получении информации и принятии решений	445
Порождение идей	445
Получение информации	448
Принятие решений	450
Предупреждение процессуальных потерь	451
Структура группы	454
Ролевая дифференциация	454
Статусная дифференциация	455
Паттерны коммуникации	457
Преодоление дисфункциональных особенностей групповой структуры	459
Заключение и выводы	460
15. Отношения между группами	463
Введение	464
Что представляет собой межгрупповое поведение?	465
Популярные представления о межгрупповом конфликте и предубеждениях (предрассудках)	465
Предубеждение как тип личности	465
Предубеждения и теория «козла отпущения»: межгрупповая агрессия как результат фрустрации	468
Межличностное и групповое поведение	469
Межгрупповое поведение как проявление реальных или воображаемых интересов группы	471
Исследования Шерифа в летнем лагере	472
Формирование групп	472
Соревнование между группами	473
Ослабление конфликта	474

	XV
Факт членства в группе как источник межгрупповой дискриминации	476
Эксперименты с группами, члены которых связаны между собой в минимальной степени	477
Объяснения межгрупповой дискриминации в группах с минимальными внутригрупповыми связями	481
Членство в группе и социальная идентичность	484
Кто Я такой? Кто такие Мы?	484
Межгрупповая дифференциация в естественном контексте	486
Ин-групповая установка и групповая идентификация	488
Подчиненное положение, межгрупповые сравнения и общественные беспорядки	489
Выход из группы	490
Социальные сравнения	490
Когнитивные альтернативы	491
Относительная депривация	491
Ослабление конфликта между группами и изменение негативных стереотипов	493
Сверхцели	493
Изменение границ между категориями	494
Гипотеза контакта	496
Заключение и выводы	498
Часть V. ПРАКТИЧЕСКИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ	501
16. Психология здоровья: социально-психологическая перспектива	502
Введение	503
Поведение и здоровье	503
Влияние поведения на здоровье	503
Детерминанты здорового образа жизни	504
Модель представлений о здоровье	504
Теория мотивации к защите	507
Стадиальные модели	511
Стратегии изменения поведения, связанного со здоровьем	514
Убеждающие воздействия в лаборатории	515
Убеждение в реальной жизни	519
По ту сторону убеждения: изменение структуры намерений	522
Заклучение	523
Стресс и здоровье	524

XVI

Оценка критических событий жизни	525
Что делает критические события жизни стрессогенными?	527
Каким образом стресс влияет на здоровье?	529
Стресс и болезнь	530
Факторы, ослабляющие влияние стресса на здоровье	530
Стратегии преодоления стресса	531
Присущий человеку оптимизм	531
Социальная поддержка	532
Заключение	536
Заключение и выводы	537
17. Социальная психология в организациях	540
Введение	541
Результаты деятельности организации	543
Удовлетворенность трудом, приверженность организации и добровольные увольнения	543
Последствия работы в организации, связанные со здоровьем	544
Качество деятельности	545
Ролевое и сверхнормативное поведение	546
Удовлетворенность трудом и качество деятельности	546
Что влияет на работу организации?	548
Теория постановки целей	548
Эго-ориентация и ориентация на обучение	549
Детерминанты целевых ориентаций	551
Теория социальной справедливости	551
Дистрибутивная справедливость и теория справедливости	552
Долговременная несправедливость и выгорание	554
Процедурная справедливость	555
Теория продуктивного конфликта	558
Теории лидерства	560
Описание лидерства с точки зрения теории черт	561
Проблема лидерства в бихевиоризме	562
Взаимодополняющие теории лидерства	563
Лидерство: выдумка или реальность?	566
Заключение и выводы	566
Словарь терминов	569

Предисловие научного редактора русского издания

35 лет назад впервые на русском языке была издана книга профессора Калифорнийского университета Т. Шибутани «Социальная психология». Жанр издания и тираж вопреки традиции не были указаны: не учебник, не монография. Просто книга об экзотической области знания. Теперь, наверное, трудно установить, как случилось, что из сотен зарубежных авторов и книг выбор пал именно на *Society and Personality* Tamotsu Shibutani. Может быть потому, что книга была относительно «свежей»: издана в Нью-Йорке в 1961 г. А, возможно, причина крылась в подзаголовке: «Интеракционистский подход к социальной психологии». Если попытаться реконструировать ситуацию того времени, то можно предположить, что решение о переводе и издании принималось именно тогда, когда у Советского Союза была возможность начать широкомасштабную модернизацию ключевых сфер государственной жизни, включая, разумеется, систему управления. Идеологи модернизации наверняка понимали, что любые реформы, затрагивающие сферу «человеческих отношений», предполагают развернутое знание о закономерностях индивидуального и группового поведения. Точно так же они безусловно нуждаются в сопровождении особыми «гуманитарными технологиями». К этому моменту социальная психология могла восприниматься (или уже воспринималась) определенными представителями правящей элиты в качестве научного фундамента для построения целого ряда гуманитарных технологий. Однако «пражская весна» и все, что за ней последовало, притормозили процесс модернизации страны вплоть до полной ее остановки. Но технологию книгоиздания уже было, к счастью, не остановить. Книга Т. Шибутани увидела свет, но оказалась в положении миссионера, которого приняли в партию и обязали быть живой иллюстрацией к целому ряду телепередач в «Клубе кинопутешественников». Благодаря такой возможности многие студенты советских ВУЗов познакомились с иным подходом к пониманию человеческого поведения. Воспоминания о прошлом не только позволяют задуматься о том, что у книг, как и людей, может быть замысловатая судьба. Появление тех или иных книг и научных направлений — явление вовсе не такое случайное, как может показаться на первый взгляд. Логично предположить, что тексты и проблемные области как-то связаны с закономерностями развития не только научного знания, но и общества в целом.

Сказанное в полной мере может быть отнесено и к книге, находящейся в ваших руках. Перед вами 3-е издание учебника «*Введение в социальную психологию: европейский подход*», подготовленного большим коллективом профессоров ряда университетов Европы под редакцией *Майлса Хьюстона* (Оксфордский университет, Великобритания) и *Вольфганга Штрёбе* (Утрехтский университет, Нидерланды).

Несмотря на то, что исходно западноевропейские мотивы в области социальных наук созвучны российским дореволюционным идеям, европейская социально-психологическая традиция отечественному читателю известна в меньшей степени. Среди переводной литературы по социальной психологии традиционно преобладают тексты, подготовленные американскими учеными (например, *Майерс Д.* Социальная психология. — СПб., 1997, *Аронсон Э.* Общественное животное. — М., 1998; *Фестингер Л.*

XVIII

Теория когнитивного диссонанса. — СПб., 1999; Росс Л., Нисбет Р. Человек и ситуация. — М., 2000; Зимбардо Ф., Лайтне М. Социальное влияние. — М., 2000), для которых характерен интерес к экспериментальному исследованию поведения индивида в различных микро- и макросоциальных ситуациях. Специфика европейской социально-психологической традиции состоит в фокусировке на социальном и культурном контекстах жизнедеятельности индивида и группы. Проблемно-тематически в рамках данной традиции исследуются межгрупповые отношения, феномен социальной идентичности и процессы социального влияния. Значительное внимание европейские социальные психологи уделяют проблеме социального конструирования коллективной реальности.

Авторскому коллективу европейского учебника удалось главное — *ввести* читателя в многообразный и увлекательный мир социальной психологии. Это означает, что студенту, который впервые знакомится с основами данной науки, вполне доступно и убедительно изложены как концептуальные начала, так и экспериментальный взгляд на социальную психологию.

Почему знакомство с идеями, систематически изложенными в данном издании, важно именно сейчас для российских студентов, изучающих курс социальной психологии? Во-первых, потому что именно сейчас в России происходят радикальные социальные изменения, которые требуют от индивида овладения способами адаптации, «совладания» или равноправного взаимодействия с окружающим миром. Многообразие видов деятельности, которое предлагает человеку современная жизнь, порождает появление новых типов идентичности. При этом не совсем ясно, как человеку «строить жизнь» в условиях множественной идентичности. Во-вторых, Россия подписала Болонское соглашение и тем самым объявила о своем намерении интегрироваться в единое европейское образовательное пространство. В-третьих, выпускник кафедры социальной психологии, по-видимому, должен быть готов ответить на вопрос о том, зачем нужны свободы, если люди боятся выйти из дома, вскрыть почтовый конверт, сесть в самолет или войти в метро.

О прикладном разделе книги хочется сказать особо. По сравнению с предыдущими изданиями учебника в разделе V помещена глава, отражающая вклад социальной психологии в область организационного поведения. В центре внимания две ключевые проблемные области, определяющие эффективность деятельности организаций: мотивация работников и лидерство. Данный раздел учебника выполнен в междисциплинарном ключе и значительно расширяет круг заинтересованных читателей за счет специалистов в области менеджмента, практиков — руководителей разных уровней управления и консультантов по организационному развитию.

В заключение отметим, что ценность любого учебника, на наш взгляд, определяется не только содержанием передаваемой студенту информации о предмете рассмотрения. Важен предлагаемый читателю понятийный аппарат, особенно если он позволяет не только расширить познания в данной области, но и сформировать особую культуру профессионального мышления. Поскольку в данной книге все это присутствует в полной мере, остается пожелать уважаемому читателю приятного путешествия по удивительным островам архипелага «Социальная психология».

Тахир Базаров, доктор психологических наук,
профессор (Московский государственный
университет им. М. В. Ломоносова, Россия),
Первый вице-президент Российского
психологического общества

Предисловие авторов к русскому изданию

Нам доставило огромное удовольствие написать предисловие к третьему изданию нашей книги на русском языке. Книга уже переведена на немецкий, итальянский, венгерский, испанский и даже японский языки, а это означает, что книга несомненно реализовала пожелания редакторов подготовить учебник, специально предназначенный для студентов, изучающих социальную психологию именно в университетах Европы, а не Америки. Нам, как авторам, было особенно приятно, что наша книга встретила положительные отзывы, а журнал *Contemporary Psychology* («Современная психология»), который регулярно делает обзоры всех основных новых изданий в области психологии, охарактеризовал ее как «выдающийся учебник по социальной психологии».

Сейчас самое подходящее время, чтобы представить российской аудитории новый перевод нашей книги. Социальная психология преподается более чем в 200 вузах России, где все студенты обязаны освоить общий курс социальной психологии; многие из них изучают и специализированные курсы (например, по социальному познанию, малым группам, межгрупповым взаимодействиям и т.д.). Социальная психология — также обязательная учебная дисциплина, изучаемая на многих факультетах социологии; социальную психологию изучают студенты педагогических вузов, а также некоторых политехнических университетов и колледжей, где готовят специалистов по менеджменту. Наш учебник предназначен для всех этих студентов, а также для их преподавателей. Мы надеемся, что книга будет способствовать укреплению интереса к психологии, росту знаний и компетентности, а также будет дополнять ту литературу по социальной психологии, которая уже издана в России (например, учебник профессора Галины Андреевой «Социальное познание» (*Social Cognition*), изданный в 1997 г. московским издательством Аспект-Пресс.

Мы надеемся, что и будущее, четвертое, издание нашего учебника также будет интересно российским специалистам и студенчеству. А пока мы будем рады получить от профессоров и студентов России любые отзывы об этом издании, которые, надеемся, помогут нам сделать учебник еще лучше, чтобы он в большей степени удовлетворял пожеланиям наших новых многочисленных читателей.

Профессор **Майлс Хьюстон**
Оксфордский университет, Великобритания

Профессор **Вольфганг Штрёбе**
Утрехтский университет, Нидерланды

Предисловие к третьему изданию

Когда 16 лет назад мы, *европейские* преподаватели, начали готовить учебник по социальной психологии для *европейских* студентов, мы не могли предположить, что когда-нибудь нам придется писать предисловие к его третьему изданию. Конечно, мы это делаем с восторгом, и успех книги нас волнует. А успех есть, как показывают отзывы рецензентов из разных стран, а также широкое использование учебника студентами университетов не только Европы, но даже других частей света. Предыдущие издания учебника уже переведены и изданы в Германии, Венгрии, Италии, Испании и даже в Японии.

Третье издание учебника мы значительно переработали. Это касается как подбора *авторов* и *материала*, так и *способа* его представления. Только 10 глав из 17 принадлежат авторам, готовившим предыдущее издание, но и они существенно изменены. Мы также внесли четыре принципиальных изменения в структуру книги частично в соответствии с отзывами преподавателей и студентов. (1) В части II («Конструирование социального мира») из двух глав, посвященных установкам и социальному познанию, мы перенесли материал в отдельные главы (в главу 5 «Социальное познание» и главу 8 «Установки»). Это позволило авторам представить материал более полно. (2) Мы также перенесли главу 6 «Эмоции» в часть II книги, что дало возможность комплексно обсуждать проблемы социального познания и аффекта и рассматривать установки как конструкты, имеющие аффективную составляющую. (3) В части III («Социальное взаимодействие и межличностные отношения») мы изменили порядок глав и заменили главу о коммуникации новой главой о кооперации и конкуренции в социальном взаимодействии (глава 11). Это изменение отражает, в частности, тот факт, что немногие курсы социальной психологии освещали тему коммуникации, а большинство были посвящены стратегическому анализу социального взаимодействия. (4) Наконец, в части V (Приложения) мы заменили одну обобщающую главу по прикладной социальной психологии двумя отдельными главами, широко и полно отражающими вклад нашей дисциплины в психологию здоровья и организационную психологию. Мы чувствуем, что увеличение объема этих глав отражает растущее, потенциальное и актуальное значение социальной психологии в решении социальных и социетальных проблем.

Как и в предыдущих изданиях, мы уделяли большое внимание отбору материала и уровню его изложения. Мы еще раз подчеркиваем детализированность учебника, поскольку студенты европейских университетов, по сравнению, например, со студентами США, должны уделять изучению социальной психологии больше времени. Отдавая должное издательству Blackwell, мы еще раз выражаем свое восхищение его усилиями по методическому совершенствованию того, что уже признано соответствующим существующим требованиям. Мы сохранили общую структуру глав и их заключительные разделы «Контрольные вопросы», «Темы для обсуждения», «Для дальнейшего изучения» и «Основные исследования». В третьем издании словарные термины мы вынесли в начало каждой главы («Ключевые понятия»). При первом упоминании в тексте каждый новый термин выделяется жирным шрифтом, а определения даются как на полях главы, так и в Словаре, завершающем учебник. Еще одно методическое нововведение — это

вопросы, приведенные перед подразделами каждой главы. После работы над текстом студенты должны уметь на них отвечать. Кроме того, вопросы помогут читателю понять основное содержание подраздела.

Настоящее издание дополняют несколько публикаций. Во-первых, это работы, рекомендованные в разделах «Основные исследования», представлены в *Хрестоматии по социальной психологии Blackwell (Blackwell Social Psychology Reader*, ed. by Hewstone, Manstead and Stroebe). Специально для студентов они рассматриваются критически. Во-вторых, следуя пожеланиям преподавателей, мы восстановили «Методическое руководство» (Study Guide) с комплектом тестов с множественным выбором, которое можно получить на веб-сайте нашей книги (www.blackwellpublishers.co.uk/hewstone). Студенты и преподаватели также могут ознакомиться с кратким изложением основных разделов социальной психологии по *Энциклопедии по социальной психологии Blackwell (Blackwell Encyclopedia of Social Psychology*, ed. by Manstead and Hewstone).

Нам осталось выразить особую благодарность некоторым людям. Прежде всего мы благодарим наших авторов за их нелегкую работу; их понимание того, что подготовка хороших текстов для студентов — это та цель, ради которой стоит потрудиться. А также за их готовность осознать, что, к сожалению, новые знания иногда вынуждают нас менять ранее написанное. Мы уверены, что и авторы, и студенты, работающие с учебником, сочтут эти труды не напрасными. Нам также хочется поблагодарить Мартина Дэвиса (Martin Davies) и Сэбиана Пэттинсона (Siobhan Pattinson), побуждавших нас к работе и ободрениями, и уговорами, и даже прямым подкупом. Так, Сэбиан проявил решимость (после одного-двух стаканов виски в баре Белфаста) и пообещал бросить курить, если мы подготовим рукопись к назначенному сроку. В итоге мы использовали его заявление для ободрения авторов, затягивавших сдачу текстов, приводя им в пример Сэбиана и указывая, как можно использовать социальную психологию для «спасения жизни», и в результате получали их материалы вовремя. Нам также хочется поблагодарить Джеффри Стефенсона (Geoffrey Stephenson). Он работал с нами в качестве соредатора при подготовке двух первых изданий книги и был одним из главных инициаторов идеи европейского учебника.

Подготовка книги занимает немало времени. Поскольку же мы оба и так имеем достаточную нагрузку, для редактирования нам приходилось отнимать время у семьи. Поэтому мы посвящаем это издание нашим близким в знак признания их терпимости.

*Майлс Хьюстон, Кардифф
Вольфганг Штрёбе, Утрехт*

Предисловие ко второму изданию

Перед вами второе, полностью пересмотренное и модернизированное издание учебника, имевшего успех и широко используемого. Учебник состоит из 18 глав, освещающих основные разделы социальной психологии в доступной и увлекательной форме, и знакомящих студентов как с идеями (теориями), так и с их влиянием на понимание и дальнейшую проработку отдельных проблем. Если судить по уровню продаж и широте применения (как в Соединенном Королевстве, так и на континенте), учебник соответствует потребностям европейской аудитории, студенческой и преподавательской, как по *объему*, так и по *широте охвата*.

Если говорить об объеме пособия, европейские студенты-старшекурсники начинают специализироваться в области социальной психологии значительно раньше, чем их заокеанские сверстники. Они нередко выбирают социальную психологию в качестве основной специальности, иногда — для получения диплома по нескольким специальностям или же как дополнительный предмет. Поэтому европейским студентам нужен учебник более серьезный, чем типичный американский учебник общего типа. Нашим студентам нужны *страницы*, а не строки текста по основным разделам социальной психологии. Что касается широты охвата, мы верим, что студенты-европейцы захотят познакомиться с исследованиями, проводимыми в Европе и других частях света, и что их пониманию сути проблем и их значимости помогут примеры и иллюстрации, подобранные нами специально для них (а не для старшекурсников-американцев).

Хотя первое издание учебника пользовалось успехом (он был переведен в Германии, Венгрии, Испании и даже в Японии), мы понимаем, что социальная психология развивается с удивительной скоростью и меняется в свете новых теорий, новых открытий и новых сфер применения. Исходя из указанных соображений мы решили подготовить издание, в основу которого будет положено предыдущее, но которое будет значительно изменено по содержанию, составу авторов и стилю. Во второе издание мы включили четыре совершенно новые главы, написанные авторами, не принимавшими участия в подготовке первого издания учебника. Эти главы посвящены областям социальной психологии, вызывающим растущий интерес (глава 2 «Эволюционная социальная психология»); более детально рассмотрению проблем, освещенных нами в первом издании (глава 6 «Переработка социальной информации при вынесении суждений и принятии решений»); несправедливо опущенным темам (глава 10 «Эмоции») и «интересным» вопросам, рассматриваемым с различных точек зрения (глава 12 «Потребность в общении, привлекательность и близкие отношения»).

Мы также предприняли стилистические изменения, которые, надеемся, сделают книгу более полезной для студентов. Улучшилась структура страниц, описание основных исследований было дополнено графическими иллюстрациями; фотографий стало больше, но они не просто отображают излагаемый материал, а заставляют читателя глубже понять обсуждаемый вопрос (например, как реклама старается изменить наши установки, когда мы действуем в соответствии со своими стереотипами, или каковы последствия социального влияния). Мы также

расширили заключительные подразделы каждой главы. Сейчас они содержат рубрики: «Для дальнейшего изучения» (литература для дальнейшего изучения проблемы); «Контрольные вопросы» (проверка уровня понимания материала); «Словарные термины» (основные понятия, рассматриваемые в главе) и «Основные исследования» (ссылки на оригинальные исследования, полезные для понимания материала главы). Полный текст работ, упоминаемых в разделе «Основные исследования», воспроизводится в *Хрестоматии по социальной психологии Blackwell (Blackwell Reader in Social Psychology)*, публикуемой в дополнение к настоящему изданию. Хрестоматия может быть и самостоятельным учебником, поскольку в ней содержится критический анализ оригинальных текстов. Дополнительные материалы для преподавателей, решивших воспользоваться нашим учебником, содержатся в Руководстве для преподавателей (*Instructor's Manual*), которое можно приобрести у издателей.

Майлс Хьюстон, Кардифф
Вольфганг Штрёбе, Утрехт
Джеффри М. Стефенсон, Кентербери

Предисловие к первому изданию

Идея книги оформилась в многочисленных беседах редакторов с коллегами со всей Европы на различных встречах Европейской ассоциации экспериментальной социальной психологии (European Association of Experimental Social Psychology). Члены Ассоциации преподают социальную психологию более чем в дюжине европейских университетов и часто используют американские учебники. Обычно они говорят, что тексты, высоко оцененные в США, не воспринимаются европейскими студентами. Поскольку европейские студенты изучают больше психологических курсов, чем старшекурсники-американцы, они находят американские учебники слишком «простыми». Преподаватели также сожалеют, что большинство американских учебников недостаточно освещают работы европейских социальных психологов и публикации европейских журналов. Поэтому потребовался текст по социальной психологии более серьезный, чем американские учебники, освещающий основные социально-психологические исследования как в США, так и в Европе. Наш *европейский подход* касается места работы авторов (с точки зрения географии), цитируемой ими литературы, и в меньшей степени их концепции социальной психологии. Несомненно, между социальной психологией Старого и Нового Света больше сходства, чем различия. Тем не менее настоящее издание все-таки больше внимания уделяет темам влияния меньшинства и отношений в группе, в разработку которых европейские исследователи внесли наибольший вклад.

Обсуждая свой замысел с американскими коллегами, мы с удивлением узнали, что многие из них разделяют наши взгляды относительно ограничений американских социально-психологических текстов. Они подтвердили необходимость более серьезного учебника и для США, который можно было бы использовать выпускникам или старшекурсникам. Некоторые также рассчитывали на использование подобного учебника в общих курсах социальной психологии.

Хотя наша идея может показаться претенциозной, нельзя забывать, что когда-то учебники по социальной психологии относились к числу самых передовых. Их читали не только студенты, но и исследователи, и они широко цитировались в специальной литературе. Первое поколение учебников, представленное книгами Эша и Ньюкомба (Asch & Newcomb), и второе, к которому можно отнести работы Джонса и Джерарда (Jones & Gerard), Брауна (Brown) и Секорда и Бекмана (Secord & Backman), были больше, чем просто обзорами. Эти книги помогали определить области применения новых теорий, а также суть уникальных социально-психологических концепций. Они старались воодушевить читателя, а не бесстрастно воспроизвести что-либо.

Когда мы решили подготовить учебник в традиции наших великих предшественников, который также должен был возможно более полно освещать проблемную область, мы очень скоро поняли, что это должен быть сборник, а не единая книга, написанная четверью авторами. По поводу подготовки каждой главы мы обратились к социальным психологам-европейцам, признанным авторитетам в своей области. Это решение позволило нам отразить в учебнике современное

положение дел как в Европе, так и в Америке. Стилиевые несоответствия и недостаточную стыковку отдельных разделов удалось преодолеть с помощью ясных и подробных инструкций нашим авторам.

После многих дискуссий относительно выбора идеального автора для каждой главы мы с удовольствием восприняли отклики коллег, с энтузиазмом отнесшихся к нашим предложениям о сотрудничестве и с большой готовностью реализовавших в своих текстах наши пожелания. Нам хочется воспользоваться имеющейся возможностью выразить свою благодарность авторам за их терпение при переработке исходных вариантов текстов и позитивное отношение к замечаниям редакторов. Мы надеемся, что авторы и читатели этой книги — выпускники, старшекурсники и преподаватели — получают удовольствие и пользу от ее итогового варианта. Мы надеемся, что он отражает основные сведения и мотивацию к занятиям социальной психологией независимо от того, в какой части света работает исследователь.

*Майлс Хьюстон
Вольфганг Штрёбе
Жан-Поль Кодол
Джеффри М. Стефенсон*

Благодарности*

Авторы и издатели хотят выразить благодарность тем, кто любезно предоставил право использовать их материалы.

- Figures 2.1 and 2.2: Singh, D. (1995). Female judgements of male attractiveness and desirability for relationships: Role of waist-to-hip ratio and financial status. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 1089–1101. Copyright © 1995 by the American Psychological Association. Reprinted with permission.
- Figure 2.3: Singh, D. (1993). Adaptive significance of female physical attractiveness: Role of waist-to-hip ratio. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65, 293–307. Copyright © 1993 by the American Psychological Association. Reprinted with permission.
- Figure 2.4: Nisbett, R. E., & Cohen, D. (1996). *Culture of honor. The psychology of violence in the south*. Boulder, CO: Westview Press.
- Figure 3.3: Doyle, A.-B., Beaudet, J., & Aboud, F. (1988). Developmental patterns in the flexibility of children's ethnic attitudes. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 19, 3–18.
- Figure 5.4: after Bargh, J. A., Chen, M., & Burrows, L. (1996). Automaticity of social behaviour: Direct effects of trait construct and stereotype activation on action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 230–44. Copyright © 1996 by the American Psychological Association. Adapted with permission.
- Figure 5.5: adapted from Bodenhausen, G. V. (1990). Stereotypes as judgmental heuristics. Evidence of circadian variations in discrimination. *Psychological Science*, 1, 319–22.
- Figure 5.6: adapted from Macrae, C. N., Hewstone, M., & Griffith, R. J. (1993). Processing load and memory for stereotype-based information. *European Journal of Social Psychology*, 23, 77–87.
- Figure 5.8: after Maass, A., Salvi, D., Arcuri, L., & Semin, G. R. (1989). Language use in intergroup contexts: The linguistic intergroup bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 981–93. Copyright © 1989 by the American Psychological Association. Adapted with permission.
- Figure 6.4: Scherer, K. R., & Ceschi, G. (1997). Lost luggage emotion: A field study of emotion-antecedent appraisal. *Motivation and Emotion*, 21, 211–35. Reprinted by permission of Plenum Press, New York.
- Figure 7.2: data from Miller, J. G. (1984). Culture and the development of everyday social explanation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46, 961–78. Copyright © 1984 by the American Psychological Association. Adapted with permission.
- Figure 7.3: Fiske & Taylor (1991), based on Storms, M. D. (1973). Videotape and the attribution process: Reversing actors' and observers' points of view. *Journal of Personality and Social Psychology*, 27, 165–75.
- Figure 7.4: after Hewstone, M., & Ward, C. (1985). Ethnocentrism and causal attribution in Southeast Asia. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 614–23. Copyright © 1985 by the American Psychological Association. Reprinted with permission.
- Figure 7.5: Gilbert, D. T. (1995). Attribution and interpersonal perception. In A. Tesser (Ed.), *Advanced social psychology* (pp. 99–147). New York: McGraw-Hill. Reproduced by permission of McGraw-Hill Companies.
- Table 7.1: data from Smith, E. R., & Miller, F. D. (1983). Mediation among attributional inferences and comprehension processes: Initial findings and a general method. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 492–505. Copyright © 1983 by the American Psychological Association. Reprinted with permission.

* Перечень воспроизводится по оригинальному изданию.

- Figure 8.2: Heider, F. (1946). Attitudes and cognitive organization. *Journal of Psychology*, 21, 107–12.
- Figure 8.3: adapted from Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. New York: Springer.
- Figure 8.4: adapted from Exp. 1, Petty, R. E., Wells, G. L., & Brock, T. C. (1976). Distraction can enhance or reduce yielding to propaganda: Thought disruption versus effort justification. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34, 874–84. Copyright © 1976 by the American Psychological Association. Adapted with permission.
- Figure 8.7: adapted from Ajzen, I., & Madden, T. J. (1986). Prediction of goal-directed behaviour: Attitudes, intentions and perceived behavioral control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 22, 453–74.
- Figures 10.2 and 10.6: Tedeschi, J. T., & Felson, R. B. (1994). *Aggression and coercive actions: A social interactionist perspective*. Washington, DC: American Psychological Association. Copyright © 1994 by the American Psychological Association. Reprinted with permission.
- Figure 10.3: adapted from Bandura, A. (1973). *Aggression: A social learning analysis*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Figure 10.5: adapted from Mummendey, A., Linneweber, V., & Löscher, G. (1984). Actor or victim of aggression: Divergent perspectives — divergent evaluations. *European Journal of Social Psychology*, 14, 297–311.
- Figure 10.7: Crick, N. R., & Dodge, K. A. (1994). A review and reformulation of social information-processing mechanisms in children's adjustment. *Psychological Bulletin*, 115, 74–101. Copyright © 1994 by the American Psychological Association. Reprinted with permission.
- Figure 11.3: McClintock, C. G. (1972). Social motivation — a set of propositions. *Behavioral Science*, 17, 438–54.
- Figure 11.4: Pruitt, D. G., & Rubin, J. Z. (1986). *Social conflict: Escalation, stalemate, and settlement*. New York: Random House.
- Figure 11.5: Kuhlman, D. M., & Marshello, A. (1975). Individual differences in game motivation as moderators of preprogrammed strategic effects in prisoner's dilemma. *Journal of Personality and Social Psychology*, 32, 922–31. Copyright © 1975 by the American Psychological Association. Reprinted with permission.
- Figure 11.6: Dawes, R. M., McTavish, J., & Shaklee, H. (1977). Behaviour, communication, and assumptions about other people's behaviour in a commons dilemma situation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 35, 1–11. Copyright © 1977 by the American Psychological Association. Reprinted with permission.
- Figure 11.8: Carnevale, P. J. (1986). Mediating disputes and decisions in organizations. In R. J. Lewicki, B. H. Sheppard, & M. H. Bazerman (Eds.), *Research on negotiation in organizations* (Vol. 1, pp. 251–70). Greenwich, CT: JAI Press.
- Figure 12.2: based on Molleman, E., Pruyn, J., & Van Knippenberg, A. (1986). Social comparison processes among cancer patients. *British Journal of Social Psychology*, 25, 1–13.
- Figure 12.3: based on Cohen, S., & Hoberman, H. M. (1983). Positive events and social supports as buffers of life change stress. *Journal of Applied Social Psychology*, 13 (2), 99–125.
- Figure 12.4: based on Festinger, L., Schachter, S., & Back, K. (1950). *Social pressures in informal groups: A study of human factors in housing*. New York: Harper.
- Figure 13.4: based on Asch, S. E. (1951). Effects of group pressure on the modification and distortion of judgements. In H. Guetzkow (Ed.), *Groups, leadership and men*. Pittsburgh: Carnegie.

XXVIII

- Figure 13.5: based on Alien, V. L., & Levine, J. M. (1971). Social support and conformity: The role of independent assessment of reality. *Journal of Experimental Social Psychology*, 7, 48–58.
- Figure 14.3: Based on Latané, B., Williams, K., & Harkins, S. (1979). Many hands make light work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 822–32.
- Figure 14.5: based on Stewart, D., & Stasser, G. (1995). Expert role assignment and information sampling during collective recall and decision making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 69, 619–28.
- Figure 14.7: Based on Leavitt, H. J. (1951). Some effects of certain communication patterns on group performance. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 46, 38–50.
- Figure 16.4: Prochaska, J. O., Velicer, W. F., Guidagnoli, E., Rossi, J. S., & DiClemente, C. C. (1991). Patterns of change: Dynamic typology applied to smoking cessation. *Multivariate Behavioral Research*, 26, 83–107.
- Figures 16.8 and 16.9: adapted from House, J. S., Landis, K. R., & Umberson, D. (1988). Social relationships and health. *Science*, 241, 540–5.
- Figure 17.2: VanYperen, N. W., Buunk, B. P., & Schaufeli, W. B. (1992). Communal orientation and the burnout syndrome among nurses. *Journal of Applied Social Psychology*, 22, 173–89.
- Figure 17.4: Van de Vliert, E. (1996). Interventions in conflicts. In M. J. Schabracq, J. A. M. Winnubst, & C. L. Cooper (Eds.), *Handbook of work and health psychology* (pp. 405–25). Chichester: Wiley.
- Figure 17.5: Fiedler, F. E. (1968). Personality and situational determinants of leadership effectiveness. In D. Cartwright & A. Zander (Eds.), *Group dynamics* (pp. 362–80). New York: Harper & Row.
- Plates 2.1: Kobal Collection; 2.2: © Rex Features, London; 3.1: © PhotoDisc/Monica Lau; 3.2: from *The Social Development of the Intellect*, Pergamon Press; 3.3: Commission for Racial Equality; 4.1: stills from 1965 film *Obedience* © Stanley Milgram as reproduced in *Obedience to Authority* by Stanley Milgram, courtesy of Tavistock Publications; 5.1: © Rex Features, London; 5.2: © Coloursport/Mitchell Layton; 6.1: reproduced from P. Ekman (1998). Afterword, In C. Darwin, *The expression of emotions in man and animals* (3rd ed., Ed. P. Ekman). London: HarperCollins; 6.2: reproduced from D. Morris (1977). *Man-watching: A field guide to human behaviour*. New York: Harry N. Abrams; 6.3: © The Stock Market; 6.4: reproduced from I. Eibl-Eibesfeldt (1995). *Die Biologie des menschlichen Verhaltens: Grundriss der Humanethologie* [Biology of human behaviour: Fundamentals of human ethology] (3rd ed.). Munich: Piper; 6.5: adapted from *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 768–77. Copyright © 1988; 7.1: Photo Kevin Lamarque/Popperfoto/Reuters; 7.2: © PhotoDisc/Jeff Maloney; 7.3: Martin Mayer/Network Photographers; 8.1: © Rex Features, London; 8.2: bus © TRIP/H. Rogers. Car driver © Sally Greenhill; 8.3: Photo © Roger Scruton; 9.1: Brian Rasic/Rex Features, London; 12.1: © PhotoDisc/Scott T. Baxter; 12.2: © The Stock Market; 12.3: © PhotoDisc/Hisham F. Ibrahim; 13.1: Kobal Collection; 13.2: Hulton Deutsch; 14.1: Jess Stock/Stockshot; 15.1: Photo Renate Kuhn/Agence Vandystadt; 15.2: photo Crispin Rodwell/Popperfoto/ Reuters (p. 482), Popperfoto/Reuters (p. 483); 15.3 and 15.4: *Introduction to Social Psychology* (2nd ed.); 16.1: © Health Education Authority; 16.2: Tobacco Education Campaign; 17.1: © PhotoDisc/Ryan McVay; 17.2: © PhotoDisc/ Jacobs Stock Photos; 17.3 Photo © Hannah Gal/Corbis.
- Every effort has been made to trace all the copyright holders, but if any have been inadvertently overlooked the publishers will be pleased to make the necessary arrangement at the earliest opportunity.

Часть ВВЕДЕНИЕ



СОДЕРЖАНИЕ

1. Историческое введение в социальную психологию	2
2. Эволюционная социальная психология	23
3. Социальная психология развития	47
4. Методы социальной психологии: инструменты для проверки теорий	71

Историческое введение в социальную психологию

Карл Ф. Грауманн (Carl F. Graumann)

1

ОСНОВНЫЕ ИДЕИ

Чтобы понять значение и сущность социальной психологии, необходимо обратиться к ее истокам. Представления об обществе до возникновения социальной науки развивались по двум основным направлениям: (1) рассматривалось влияние общества на его отдельных членов и (2) роль индивидов как его созидателей. Оба эти подхода сохраняются и в современной социальной психологии. В главе будут вкратце рассмотрены два основных для Европы теоретических подхода, предшествовавших возникновению социальной психологии: *Völkerpsychologie* и психология толпы. Хотя современная социальная

психология создана преимущественно американцами, подчеркивающими важность исследования индивида и использования экспериментального метода, общеизвестна роль европейских беженцев в ее становлении. В главе рассматривается значительный вклад американской науки в послевоенное развитие и упрочение статуса социальной психологии в Европе, а также теоретические последствия этого влияния. Также в главе дается краткий аналитический обзор некоторых собственно европейских исследовательских направлений.

КЛЮЧЕВЫЕ ПОНЯТИЯ

- *Völkerpsychologie*
- внушение
- гедонизм
- групповое сознание
- индивидуализм
- индивидуально-центрированный подход
- позитивизм
- психическое заражение
- психология толпы
- социология
- социоцентрированный подход
- утилитаризм

Введение

Почему следует изучать историю социальной психологии?

В разговорном языке слово «введение» в определенном смысле синонимично слову «знакомство», поскольку они оба означают приобретение знания о каком-либо человеке или предмете. Это самое начало длительного процесса приобретения знания, в котором трудно заранее решить, где можно будет поставить точку. Работая над учебником, мы имеем дело с начальной фазой (или фазами) обучения новичка, которого необходимо ввести в не знакомую ему область науки. Знакомство может происходить по-разному, в зависимости от степени новизны и доступности изучаемого предмета, что, в свою очередь, определяется объемом и качеством уже существующего знания. Если это исторически новая область, возникшая вследствие недавнего открытия или изобретения, например молекулярная биология, астрофизика или нанотехнология¹, полезно будет дать точное определение ее предмета и проиллюстрировать примерами ее основные проблемы. Изложение истории открытия вызовет у читателя интерес и тем самым «запустит» процесс усвоения. Если же область исследования четко определена, но высоко специализирована, имеет специальную терминологию и сложна для усвоения, новичка следует знакомить с ней постепенно, в широком контексте, указывая, из какого уже знакомого ему научного направления образовалось это новое течение.

Существуют области знания, которые, по-видимому, так или иначе знакомы каждому до их специального изучения. Если обратиться к социальной психологии, то никому не важно, «старая» это дисциплина или «новая». Все «знают», чем занимается «психология» и что означает «социальная». Любой потребитель продукции средств массовой информации слышит, видит и читает о «социальных» последствиях или издержках глобализации и о «психологической» природе очередных взлетов и падений на фондовом рынке. В отличие от «астрофизики» или «гематологии» термин «психология» никогда не воспринимался исключительно и однозначно как обозначение научной дисциплины.

В повседневной жизни под психологией мы понимаем внутренние, ментальные (осознаваемые и неосознаваемые) движущие силы, присущие индивидам, группам, классам, специальным институтам, народам. В повседневной речи мы используем такие слова, как «установки», «эмоции», «мотивация», «фрустрация», которые в науке уже являются терминами. «Психологические» слова применяются всеми и всегда; при этом их обиходное значение может отличаться от научного, а часто и противоречить ему (Graumann, 1996). Использование психологического жаргона в наивной или житейской психологии может стать темой для психолингвистического или социально-психологического исследования (Heider, 1958), но их нужно строго разграничивать с терминами, используемыми в науке. Поскольку мы все становимся житейскими психологами еще до систематического изучения дисциплины, называемой социальной психологией, понятие «введе-

¹ Нанотехнология — «метод проектирования и изготовления объектов, в основе которого лежит замещение и перестановка отдельных атомов в материи» (см. напр.: Эрик С. Реймонд. Новый словарь хакера. — М.: ЦентрКом. — 1996. — С. 348) (Прим. перев.).

ния» в нее или «знакомства» с ней нужно понимать следующим образом: решив заняться социальной психологией как наукой, мы должны забыть все, что знаем о «социальном» и «психологическом», или хотя бы «заклечь это знание в скобки» до его проверки в дальнейшем. Исключим на время из употребления наши прежние знания и примем на веру, что история станет для нас хорошим проводником по новой области.

Как научная дисциплина социальная психология существует только около сотни лет, однако ее интеллектуальные корни уходят в историю гораздо глубже, ко времени зарождения западной социальной и психологической мысли. Прежде всего, это идеи о связи того, что сейчас называют «индивидом» и «обществом», которые породили (или которым можно приписать за это ответственность) социальную психологию и другие близкие социальные науки. Таким образом, рассмотрение, пусть краткое, истории социальной мысли поможет нам лучше понять специфику социальной психологии в контексте как психологии, так и социальных наук.

Социальная мысль до пришествия социальной науки

Если понятия «индивид» и «общество» являются основополагающими для социальной психологии, то как они соотносились в донаучной социальной мысли?

Со времен античности существуют различные системы общежития, в которых отдельные человеческие существа (индивиды) создают и поддерживают взаимно полезные ассоциации. Проблемы, обусловленные совместным проживанием (например, в *полисе*, т.е. в городе-государстве Древней Греции), породили различные теории человека (которого мы будем называть «индивидом») в его отношении к человеческой общности («обществу»). Два основных направления социальной

Социоцентрированный подход (socio-centred approach) Любой подход к исследованию индивидуального и социального поведения, подчеркивающий определяющую роль социального /социетального контекста.

Индивидуально-центрированный подход (individual-centred approach) Любой подход к исследованию социального поведения и социальных функций, основанный исключительно или главным образом на исследовании индивидуального опыта и поведения.

мысли, сохранявшиеся на протяжении многих веков, получили названия платоновского и аристотелевского. Платон подчеркивал приоритет государства по отношению к индивиду, который, чтобы стать настоящим членом общества, должен был воспитываться в духе подчинения власти. Для Аристотеля человек социален по своей природе; именно социальность позволяет индивидам жить вместе и вступать в отношения друг с другом, что приводит к такому же естественному возникновению семей, племен и в конечном итоге государства. Насколько эти

идеи в действительности принадлежат Платону и Аристотелю или их интерпретаторам, мы сейчас оценивать не будем. Просто эти имена обозначают две традиции социальной мысли, которые в наше время обозначаются как **социоцентрированный** и **индивидуально-центрированный подходы**. Первый подчеркивает определяющую роль социальных структур (систем, институтов, групп) в опыте и

поведении индивида. Второй, напротив, объясняет социальные системы через свойства и функции индивида.

В истории социальной мысли идея первичности влияния общества на человека принимала различные формы. Для Гегеля (Hegel) (1770—1831), немецкого философа-идеалиста, государство являлось не только высшей формой общества, но и земным воплощением мирового (объективного) разума, активным участником которого является индивидуальный разум отдельного человека. В дальнейшем идея Гегеля получила свое развитие в концепции над-индивидуального, **группового сознания**. Для современных авторов, трактующих социальную психологию как центрированную исключительно на индивиде, идея социального разума является основополагающей (см. Farr, 1996; Markova, 1982, 1983; Stephan, Stephan & Pettigrew, 1991; Stryker, 1995). Теория общественного устройства может быть положена в основу социально-психологической теории. В качестве примера сошлемся на социальную психологию Г. Мида (G. H. Mead, 1934), называемую теорией символического интеракционизма (Manis & Meltzer, 1980).

В долгой предыстории социальной психологии мы можем найти другие значимые теории первичности общественного начала и общества относительно индивида; однако сейчас мы приведем некоторые примеры противоположного подхода, создавшего философские предпосылки социальной науки, центрированной на индивиде. Поскольку, вообще говоря, психология в целом и социальная психология как ее составная часть представляют собой исследование опыта и поведения индивида, следует ожидать значительного влияния теорий **индивидуализма** на указанные области знания. К сожалению, термин «индивидуализм» имеет такое множество оттенков понимания, что его нельзя использовать без принципиальных пояснений (Lukes, 1973 a). Одним из его толкований, значимых для психолога, является представление об «абстрактном» индивиде, согласно которому базовые человеческие психологические особенности (называемые инстинктами, потребностями, страстями или желаниями) «следует рассматривать как данность, независимо от социального контекста» (1973 a, p.73). Поскольку эти черты полагаются неизменными, группа представляет собой объединение или продукт индивидуальных «способностей». В качестве подраздела психологии социальная психология с самого начала определяется как научное исследование индивида в социальном контексте. Акцентируя внимание на индивиде, социальная психология тесно смыкается с общей экспериментальной психологией, если не становится ее частью. Недавно индивидуализм в психологии был охарактеризован и подвергся критике как центрированное на себе «отрицание другого» (Sampson, 1993). С момента разграничения двух подходов в социальной мысли — центрированного на обществе и центрированного на индивиде — появились две различные социальные психологии. Одна, изредка именуемая «психологической социальной психологией» (Stephan & Stephan, 1990; Stephan et al., 1991), развивается в контексте психологии и не выходит за ее рамки. Другая ее ветвь — «социологическая социальная психология», оформившаяся в социологии, преиму-

Групповое сознание (group mind) Представление о над-индивидуальной природе и независимости коллективного разума социальной группы.

Индивидуализм (individualism) Доктрина, подчеркивающая права, ценности и интересы индивида и их роль в качестве основы для формулирования и юридического закрепления прав и ценностей общества (этический и политический индивидуализм). Этот подход отвергает все объяснения индивидуально-психологических или социальных явлений, если в них не используется его терминология (методологический индивидуализм).

щественно рассматривает роль общества и подчеркивает его значение. В этой книге мы не собираемся специально рассматривать социологическую социальную психологию, однако сосуществование (скорее, чем кооперация) двух ветвей социальной психологии — это исторический факт (см. примечание 1 в конце главы). Они обе вносят свой вклад в наше понимание человеческого опыта и поведения в социальном контексте.

Исторически наибольшее количество индивидуалистических идей было высказано в рамках таких философских подходов, как гедонизм и утилитаризм.

Гедонизм (психологический) (hedonism (psychological)) Доктрина, согласно которой любая активность побуждается стремлением к удовольствию и избеганию боли.

Утилитаризм (utilitarianism) Доктрина, полагающая определяющим условием индивидуального или социального действия ожидание его полезных последствий (*психологический утилитаризм*). Доктрина, полагающая целью любого социального действия наибольшее счастье наибольшего числа людей (*этический утилитаризм*).

Основным тезисом **гедонизма** является *принцип удовольствия*, согласно которому мы действуем для того, чтобы оберегать и поддерживать состояние удовольствия и избегать боли. Со времени Иеремии Бентама (Jeremy Bentham) (1748—1832), преобразовавшего принцип удовольствия в принцип полезности, **утилитаризм** — доктрина, подчеркивающая стремление к наибольшему счастью наибольшего числа людей, — проник и прочно обосновался в социальной мысли. Среди различных вариантов этого учения и различных комбинаций индивидуализма, утилитаризма и либерализма существует од-

на традиция, от которой психология ведет свою родословную. Для большинства современных теорий научения и мотивации, многие из которых считаются социально-психологическими, базовая идея удовлетворенности индивида (подкрепление, поощрение, выгода; уменьшение напряжения, диссонанса, неопределенности), является вариациями на тему принципов удовольствия и полезности. Однако только в середине XX в. принцип полезности стал рабочим понятием в теориях принятия решения, когда, например, Эдвардс (Edwards, 1954) предложил теорию субъективно ожидаемой полезности (subjectively expected utility — SEU). В дальнейшем (von Winterfeldt & Edwards, 1986) понятие полезности было рассмотрено с различных точек зрения в мультиатрибутивной теории полезности (Multi-Attribute Utility (MAU) theory). Оба варианта теории полезности были положительно оценены в теориях, описывающих связь установок и поведения, из которых наибольшее значение имеют теория мотивированного действия (theory of reasoned action, Ajzen & Fishbein, 1980) и ее модификация — теория запланированного поведения (theory of planned behaviour, Ajzen, 1991). Более подробно обе теории рассмотрены в главе 8. Идея полезности и удовлетворения также присутствует в теориях *социального обмена* и взаимозависимости (см. гл. 11 и 12).

Другая «неувядающая» тема в социальной мысли, скорее относящаяся к социальной психологии, чем продолжающая в ней существовать, — это *власть* и ее роль в социальных отношениях. В социальной философии тема власти, иногда в тесной связи с темой эгоизма, представлена наиболее значительно. Это прежде всего идеи, высказанные Макиавелли (Machiavelli, 1513), представления Томаса Гоббса (Thomas Hobbes, 1651) о естественном состоянии человечества как «войны всех против всех» и ницшеанские представления о «воле к власти» (Nietzsche, 1968).

В социальной психологии идея социальной власти (и социального влияния) присутствует в теории поля и теории социального обмена (ср. Ng, 1980; Tedeschi,

1974). В контексте левиновской теории поля (Lewin, 1951) термином «власть» обозначается потенциальное (индивидуальное или групповое) влияние на «других», тогда как термины «контроль» и «влияние», как правило, используются при характеристике непосредственно осуществляемого действия (ср. Cialdini & Trost, 1998). Направления исследования власти или, со времен Френча и Рейвена (French & Raven, 1959), различных типов власти, рассматриваемых как источники влияния — это проблема агрессии (см. гл. 10), конформность по отношению к групповому давлению и подчинение авторитету (см. гл. 13); последние исследования посвящены власти языка (Ng & Bradac, 1993).

Два других интеллектуальных начинания XIX в., оказавших влияние на современную социальную психологию, — это социология и эволюционная теория.

Сам термин **социология** (и программные положения новой дисциплины) был предложен Огюстом Контом (Auguste Comte) (1798—1857), которого также прославляют и порицают как отца **позитивизма**. Для Конта (1853) позитивизм был системой философии, предлагавшей модель эволюционного развития человеческого знания от теологии через метафизику к «позитивной» стадии научного знания, когда явления считаются реальными и определенными, а знание представляет собой описание как самих этих феноменов, так и их пространственно-временной

Социология (sociology) Социальная наука, имеющая дело с социальными системами и структурами, такими, как социальные отношения, социальные институты, общество как целое.

Позитивизм (positivism) Доктрина, согласно которой знание должно опираться на естественные явления и их пространственно-временные отношения, которые можно идентифицировать и верифицировать методами эмпирической науки (используя ее методологию).

последовательности в терминах постоянства и изменения. Социология понималась Контом как вершинная наука, осуществляющая сравнение культур на различных стадиях их социальной эволюции. Тем не менее к основателям современной социологии принято относить Эмиля Дюркгейма (Emile Durkheim) (1858—1917). Он полагал, что «социальные факты» независимы от индивидуального сознания и внешни по отношению к нему. Иначе говоря, *коллективные представления* существуют сами по себе. Хотя они могут проявляться при объединении и взаимодействии индивидов, их свойства будут оставаться специфичными и не зависимыми от представлений индивидуальных (Durkheim, 1898). Постулирование относительной автономии социального от индивидуального заставило Дюркгейма говорить о «коллективной психологии», не зависимой от психологии индивидуальной; однако большинство ранних социально-психологических теорий, возникших на рубеже XIX—XX вв., опирались на представления психологии индивида. Уже значительно позже французский социальный психолог Московичи (Moscovici, 1981 a) проанализировал и пересмотрел теорию коллективных представлений Дюркгейма (см.: Flick, 1998; Moscovici, 1984). Необходимо также добавить, что всякий раз, когда употребляется термин «позитивизм», он приобретает негативное критическое значение в качестве названия доктрины, в которой социальные и психологические явления рассматриваются подобно естественным «фактам» (или признаются таковыми). В этом отрицательном смысле Фарр (Farr, 1996) критикует позитивизм экспериментальной социальной психологии и ее историографии.

Завершая рассказ о предыстории социальной психологии следует рассмотреть роль *теории эволюции*, одной из наиболее значительных интеллектуальных инноваций XIX в. В наибольшей степени психология испытала влияние со стороны ее

создателя Чарльза Дарвина (Charles Darwin) (1809—1882) и его последователей. С идеями Дарвина, имеющими отношение к социальной психологии, можно познакомиться, прочитав труд «Происхождение человека» (*The Descent of Man*, 1871) и родственную ему работу «Выражение эмоций у человека и животных» (*The Expression of the Emotions in Man and Animals*, 1872). Человек является общественным животным; поэтому он вынужден был развить в себе способность приспосабливаться к изменениям среды физически, социально и умственно. К понятию среды в данном случае также можно отнести и социальное окружение, например, племя. Поэтому выражение эмоций имеет социальное значение в меж- и внутривидовом общении (ср. Buss, 1995, 1996; Buss & Kenrick, 1998).

Британский философ и (первоначально) социолог Герберт Спенсер (Herbert Spenser) (1820—1903) создал и активно пропагандировал эволюционную теорию, преимущественно относящуюся к социальной области. Однако, поскольку он объединил эволюционную теорию с доктриной индивидуализма и *laissez-faire attitude*¹ (позволив эволюции идти ее собственным путем), некоторые историки социальной психологии утверждают, что Спенсер не много для нее сделал. Даже вклад Дарвина в основание социальной психологии долгое время оставался незамеченным (Farr, 1980). Тем не менее, роль идей Дарвина признается не только исследователями эмоций (см. гл. 6), но и этологами, занимающимися социальным поведением человека (Hinde, 1974), а также социобиологами (Wilson, 1975). Согласно Бассу (Buss, 1995), *эволюционная психология*, рассматривающая психологические механизмы природных особенностей поведения, представляет собой новую парадигму в психологии и имеет особое значение для социальной психологии (Buss, 1996; Buss & Kenrick, 1998; см. также гл. 2, 9 и 12 настоящего издания).

Предвестники социальной психологии

Если правы американцы, говоря о европейских основаниях социальной психологии, то что может отражать эпитет «европейский» кроме культурного разнообразия?

Говоря о прошлом социальной психологии или ее предыстории, необходимо подчеркнуть, что обсуждаемые нами вкратце положения не относятся к социальной психологии в современном понимании этого термина. Однако некоторые учения, на которые мы ссылаемся, все же внесли свой вклад в теорию социальной психологии нашего времени. В данном параграфе мы не будем касаться современной социальной психологии, но только поговорим о ее предшественниках. Основания для подобного решения следуют из того факта, что авторы, на чьи работы мы будем ссылаться, наметили и стали разрабатывать проблемную область, впоследствии пусть частично отошедшую к социальной психологии. Их исследовательские программы (с акцентом, скорее, на замыслах, чем исследованиях) возвестили появление социальной психологии; и не важно, что с ее окончательным оформлением в качестве новой отрасли научного знания некоторые поставленные ими задачи были забыты или подхвачены другими науками об обществе.

¹ *laissez-faire attitude* (фр.) — установка на «ничего неделание». (Прим. перев.)

Рассмотрим два основных европейских подхода в социальной психологии:

1. *Völkerpsychologie* Морица Лазаруса (Moritz Lazarus, 1824—1903), Германа Штейнталя (Herrmann Steinthal) (1823—1899) и Вильгельма Вундта (Wilhelm Wundt) (1832—1920).
2. Психология толпы, о которой в конце XIX в. писали итальянские и французские авторы, такие, как Габриель Тард (Gabriel Tarde) (1843—1904) и Гюстав Лебон (Gustave LeBon) (1841—1931).

Оба эти направления в социальной психологии центрированы, скорее, на обществе, чем на индивиде, и их можно отнести не столько к основанным на наблюдении и интерпретационным, сколько к экспериментальным. Сегодня эти направления одинаково востребованы теми, кто хочет поднять социальную психологию до уровня (сравнительной) социокультуральной дисциплины, включающей исследование языка, морали, обычаев, материальной культуры, общественных тенденций и социальных изменений.

Völkerpsychologie

Трудно рассчитывать на точный перевод данного термина на английский язык (Danziger, 1983). Буквально это «психология народов»; фактически же это сравнительная историческая и социальная психология, а также психология культуры. В европейском учебнике этот термин можно оставить в оригинале. Серии определений мы заменим изложением основных идей этого подхода¹.

Как важная составная часть «европейского фона» социальной психологии (Karpf, 1932), *Völkerpsychologie* — это образец германской социальной и психологической мысли в период XVIII—XX вв. Центральное утверждение этой традиции состоит в следующем: первичной формой человеческого взаимодействия является культурное (и языковое) сообщество (*Völk*); именно в нем человек формируется как личность и проходит обучение (*Bildung*). Для таких исследователей, как Гердер (Herder), Гегель и Вильгельм фон Гумбольдт (Wilhelm von Humboldt), язык является средой, в которой сообщество формирует своих членов. Они, в свою очередь, активно воздействуют на язык, который следует рассматривать в качестве социального продукта (Markova, 1983). Сегодня абстрактное понятие «общество» рассматривается применительно к социальному контексту опыта и поведения. Для немецких исследователей, упомянутых выше, этот термин обозначал национальное и культурное сообщество «народа» (*Völk*), дух (*Völkgeist*) которого являлся объединяющим ментальным принципом.

Идеи *Völk* и *Völkgeist* стали предметом обсуждения новой научной дисциплины, которая окончательно оформилась в 1860 г. благодаря специальному журналу *Zeitschrift für Völkerpsychologie*, издаваемому М. Лазарусом и Г. Штейнталем. С самого начала не было сомнений, что новый подход тесно связан с политикой и должен много сделать в плане развития национальной германской государственности

¹ В отечественной психологической традиции перевод термина «психология народов» на русский язык является общепринятым. (Прим. перев.)

Völkerpsychologie (нем. психология народов) В своей ранней форме (конец XIX — начало XX в.) — это историческая и сравнительная социокультурная психология, изучающая продукты культуры (язык, мифы, обычаи и т.д.), являющиеся следствием социального взаимодействия.

(Eckardt, 1971). В социальной психологии возникало много проблем, но поскольку основная идея подхода была скорее национальной, чем социальной, в Германии разрабатывались иные вопросы, чем во французской психологии толпы (см. ниже).

Вильгельм Вундт (1900—1920) считал *Völkerpsychologie* равной по статусу экспериментальной психологии и дополняющей ее. Для него *raison d'être*¹ *Völkerpsychologie* был, преимущественно, методологическим, что по-прежнему представляет интерес для современных психологов. Поскольку содержания сознания, или продукты интеллектуальной деятельности, проявляются вовне, включены в общение и могут даже приобретать окончательную форму благодаря языку, адекватное исследование разума должно начинаться с основных продуктов человеческой деятельности, таких, как язык, мифы и обычаи (основные темы *Völkerpsychologie*), и рассматривать их исторические и культурные особенности. Поэтому экспериментальная психология «субъекта», рассматриваемого вне какого бы то ни было контекста должна быть дополнена исследованием основных проявлений работы разума. В этом смысле *Völkerpsychologie* как сравнительное историческое исследование объективных продуктов социального взаимодействия была предвестницей социальной психологии культуры (Fiske, Kitayama, Markus & Nisbett, 1998; Gergen, 1973).

Сегодня легко указывать на ошибки *Völkerpsychologie*, касающиеся методов сбора эмпирического материала, и недостаточность исследований. Однако, если мы посмотрим на сегодняшнюю социальную психологию с точки зрения Вундта, станет очевидно, насколько в ней сужена роль культурного компонента, несмотря на методологические достижения (Jaspars, 1983, 1986). Мы почувствуем, что пусть не идея в целом, но многие основные темы *Völkerpsychologie* переключались в смежные дисциплины, такие, как антропология и социология, и только недавно были заново открыты европейскими социальными психологами. Джесперс (Jaspars, 1986, p. 12) даже говорит о «возвращении к самой ранней научной попытке исследовать социальное поведение как его представляли себе Лазарус и Штейнталь». По крайней мере центральная идея Вундта о том, что экспериментальная психология — это только половина дела, находит все больше сторонников.

Психология толпы

Психология толпы (crowd psychology) Исследование разума (ср. групповой разум, group mind) и поведения человеческих масс и толп и переживаний человека, находящегося в толпе.

Внушение (suggestion) Техника и/или процесс, посредством которой у человека можно вызвать определенные переживания и заставить его действовать в соответствии с пожеланиями внушающего (гипнотизера).

Интеллектуальный и научный фон **психологии толпы** сложен. Существует множество методов и концепций **внушения**, таких, как традиции гипнотизма (искусство, техники, доктрина и культ), т.е. вызывание у субъекта состояния, некоторым образом подобного сну, и далее осуществление собственно внушения со стороны гипнотизера. Антон Месмер (Anton Mesmer, 1734—1815), погружавший людей в транс, считал, что он владеет универсальной духовной силой («животным магнетизмом»), поддерживающей жизнь и

укрепляющей здоровье. Гипнотическое внушение (как стали называть этот процесс в дальнейшем) предполагает снижение уровня сознательного контроля со стороны

¹ *raison d'être* (фр.) — «смысл существования», разумное основание, смысл.

пациента и делает его разум более «примитивным». Эта техника выступает и как диагностическое, и как лечебное средство в известном соперничестве между конкурирующими французскими медицинскими школами Нанси и клиники Сальпетриер (Salpêtrière) в Париже. Также идея внушения является одной из центральных в большинстве моделей социального влияния; она использовалась первыми теоретиками психологии толпы для обоснования необъяснимой иррациональности, эмоциональности и «примитивизма» толп (Barrows, 1981; Paicheler, 1985).

Другая медицинская модель, в еще большей степени связанная с «патологией» по своему происхождению и сути, пришла из эпидемиологии. Созвучно идее бактериального заражения, ставшей в то время научным фактом благодаря исследованиям таких «охотников за микробами», как Луи Пастер (Louis Pasteur, 1822—1895) и Роберт Кох (Robert Koch, 1843—1910), **психическое зара-**

жение рассматривалось в качестве механизма распространения аффекта и «распада личности» в стадоподобных или каким-либо образом возбужденных толпах (см. примечание 2 в конце главы). Психическое заражение — это ключевой термин знаменитой психологии толпы Лебона (LeBon, 1895), который, однако, был уже им позаимствован (Nye, 1975). В дальнейшем он интерпретировался как «кольцевая реакция» (circular reaction) (Allport, 1924) и «интерстимуляция» (interstimulation) (Blumer, 1946). Таким образом, термин утратил свой «инфекционистский» оттенок (Milgram & Toch, 1969). «Медицинские» искажения образа толпы в теориях XIX в. были блестяще обоснованы и подвергнуты критике Бэрроузом (Barrows, 1981) и Мак-Фейлом (McPhail, 1991). Бэрроуз не мог предвидеть, что после продолжительного затишья идея эмоционального заражения снова получит шанс на существование у современных социальных психологов (Hatfield, Cacioppo, & Rapson, 1994).

Психическое заражение (mental contagion)
Гипотетический механизм, лежащий в основе распространения аффектов и идей в толпах.

После медицины вторым научным источником психологии толпы стала криминология. То, что медики называют подсознанием и аффективным состоянием, в истории юриспруденции выступало в качестве *ограниченной ответственности* индивида, находящегося в толпе, и даже в «делинквентной толпе» (Sighele, 1891; Tarde, 1901). Медико-юридическое понимание проблемы снова возвращает нас к мысли, что в толпе индивид становится более примитивным и инфантильным, чем пребывая в одиночестве, менее сообразительным, разумным и, таким образом, в меньшей степени отвечающим за себя. Как только эти идеи были высказаны (до 1895 г.) в ряде итальянских и французских публикаций, Лебон популярно изложил их в своем бестселлере без ссылок на истинных авторов. И именно на Лебона исследователи группового разума и группового поведения более позднего времени ссылались как на мэтра психологии толпы (см. например, Freud, 1953; критику Nye, 1975; Moscovici, 1981 a).

Если мы рассмотрим оба подхода — медицинский и криминологический — в единстве, толпа понимается в этой «римско-католической» традиции как аномальное явление, связанное с болезнью или преступлением и которое рассматривается с учетом смягчающих обстоятельств. Чтобы понять, почему коллективное поведение и его ментальные корреляты рассматривались как аномальные или «неупорядоченные», необходимо учитывать социальный и политический контекст, в котором эти концепции развивались. На становление психологии толпы оказали влияние следующие политические обстоятельства:

- революции во Франции (1789, 1830, 1871)