

**УДК 159.923:316.6**

**Губина Екатерина Витальевна, Махмутова Елена Николаевна**

Московский государственный институт международных отношений  
(Университет) МИД РФ, г. Москва.

E-mail: makhur@mail.ru

## **СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ФЕНОМЕН АТТРИБУЦИИ В МЕЖЛИЧНОСТНОЙ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ**

В статье представлен обзор теоретических и экспериментальных исследований по вопросам межличностной и межкультурной коммуникации в фокусе проблемы атрибуции. Для феномена атрибуции рассмотрены личностная и предсказательная формы. Подробно описана и проиллюстрирована результатами экспериментальных исследований фундаментальная ошибка атрибуции и варианты ее проявления. Проведен анализ атрибуции в межкультурной коммуникации в восточной и западной культурах.

**Ключевые слова:** социальная психология, общение, атрибуция, межкультурная коммуникация, социальные установки.

**Gubina Ekaterina Vitalievna, Makhmutova Elena Nikolaevna**

Moscow State Institute of International Relations (University) of the Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow.

E-mail: makhur@mail.ru

## **SOCIO-PSYCHOLOGICAL PHENOMENON OF ATTRIBUTION IN INTERPERSONAL AND INTERCULTURAL COMMUNICATION**

The paper provides an overview of theoretical and experimental studies on interpersonal and intercultural communication in the focus of attribution. Personality and predictive forms are considered for the attribution phenomenon. Fundamental attribution error and variants thereof are described in details and illustrated by the results of experimental studies. An analysis of attribution in intercultural communication in eastern and western cultures has been carried out.

**Keywords:** social psychology, communication, attribution, intercultural communication, social attitudes.

Социальная психология – одна из отраслей психологии, изучающая среди прочих проблем влияние других людей на наши суждения, эмоции

и действия [1]. В рамках социальной психологии когнитивное восприятие отвечает за то, как мы позиционируем себя в обществе и оцениваем других [2,7]. Когнитивное восприятие включает в себя атрибуции, отношения, предубеждения [12]. Остановимся подробнее на атрибуциях.

Атрибуция – это процесс анализа причин действий и поведения людей. Мы совершаем атрибуцию каждый день, наделяя оценками все события, происходящие вокруг нас. Если, например, учащийся получает плохую оценку, то обвиняет в первую очередь преподавателя, а не себя. Таким образом, выводы, которые мы делаем, очень часто бывают ошибочными. Внешней информации для формирования своей оценки ситуации или действий другого человека бывает недостаточно, и нам приходится додумывать. Каузальная атрибуция – это попытка объяснить, почему совершается тот или иной поступок. Важную роль в этом процессе играет характер наблюдателя, его темперамент, привычки, социальный статус и психическое состояние [3,8].

Личностная атрибуция проявляется, когда мы ищем оправдание своим поступкам, объясняя своё поведение посредством анализа воздействия на наше поведение внешнего мира.

Предсказательная атрибуция имеет место тогда, когда мы объясняем свои и чужие поступки страхом перед чем-то ещё не случившимся. Например, человек решает не продавать свою квартиру не потому, что хочет оставить её детям, а потому, что хочет сдавать её [10]. Чаще всего это психологическое явление происходит независимо от воли и желания человека в силу незнания реальных событий, характера, особенностей его поведения. Например, из-за низкой самооценки и непринятия себя человек может видеть собственные «недостатки» в других людях. Человек с категоричными взглядами осуждает поведение других людей, навешивая на них ярлыки неудачников, глупцов. Таким образом, наше виденье ситуации и действительный ход развития событий могут значительно

отличаться от аналогичных рассуждений другого человека (и тем более от реальности) [11].

Из этого можно сделать вывод, что казуальная атрибуция субъективна из-за существующего ошибочного восприятия действительности. В более широком социально-психологическом контексте основой проявления каузальной атрибуции могут быть «когнитивные искажения» как отклонения наших суждений от нормы или логики, на основе которых формируются ложные или алогичные предположения, заключения, выводы относительно людей, их поступков и ситуаций [4, с. 226-227].

Понятие «фундаментальная ошибка атрибуции» было введено Ли Россом в 1977 году [5]. Впоследствии был проведен ряд исследований, отвечающих на вопрос, почему люди, интерпретируя чье-либо поведение, недооценивают влияние ситуации и переоценивают роль ее участника или наоборот. По определению Гилберта, «фундаментальная ошибка атрибуции — склонность делать выводы об уникальных и постоянных чертах человека на основе его поведения, которое может полностью объясняться ситуацией, в которой он находится» [11].

Фундаментальная ошибка атрибуции (Fundamental attribution error) – тенденция наблюдателей недооценивать влияние ситуации на поведение человека, переоценивая при этом влияние диспозиции. Первый эксперимент на выявление этого феномена был проведен Питером Дитто и его коллегами в 1977 году. Группу мужчин-участников эксперимента попросили по очереди встретиться с женщиной, которая должна была записывать свои впечатления о каждом из них. Мужчинам нужно было догадаться, насколько они ей понравились на самом деле. Оказалось, что, если в отзыве женщины перечислялись лишь негативные впечатления о мужчине, он не принимал критику в расчет и думал, что она лишь выполняет указание. Когда же характеристика была лестной, мужчина, как

правило, полагал, что понравился ей на самом деле, не придавая значения, был ли факт симпатии искренним или же был запрограммированным результатом [5].

Показательный эксперимент был проведён в 1986 году Гильбертом и Джонсоном. Группу испытуемых попросили принять участие в интервью, в процессе которого они должны были намеренно продемонстрировать в речи те или иные качества, преувеличивая или преуменьшая их. Под наблюдением было поведение интервьюера. Оказалось, что участники не осознавали своего влияния на человека. Отвечая на вопрос скромно, они тем самым провоцировали скромное поведение интервьюера, при этом ошибочно характеризуя его поведения, навязывая ему ярлык скромного человека [11].

Не всегда учитывая давление ситуации при оценивании поведения других людей, мы склонны совершать прямо противоположную ошибку, объясняя свое собственное поведение. Схема размышлений такова: если я вспылил из-за того, что у меня был неудачный день, то ты вспылил из-за своей раздражительности. На самом деле, объясняя свои поступки, мы обычно используем глаголы действия («Меня раздражает, когда...»). Говоря о других людях, мы описываем самого человека («Временами он просто отвратителен»). Одно из объяснений заключается в том, что мы сами находимся в центре событий своей жизни, мы знаем обо всём, что происходит с нами, знаем свои собственные потребности, видим логику в своих действиях. Напротив, о других мы узнаём информацию только от них самих. Из-за недостатка информации о других людях, их поведение и эмоции оцениваются через призму нашей собственной жизни [5].

Фундаментальная ошибка атрибуции совершается на основе четырёх парадигм, описание которых приведено в работе И.Скопеллити, Х.Л.Мин, Э.МакКормик и другие (I.Scopelliti, H. L.Min, E.McCormick и др.) [13].

Первая – это парадигма отношения. Оценка поступка человека рассматривается с точки зрения отношения к нему в обществе, его авторитета. Исследование, проводившееся для доказательства этой парадигмы, показало, что эссе, написанное без научных источников, не было оценено по достоинству. Напротив, работа, пестрящая ссылками на научные статьи, была отнесена в разряд компетентных.

Вторая парадигма – это действие, лежащее в основе успеха. В реальной жизни люди часто обманываются постановочным поведением окружающих. В исследовании, описанном И.Скопеллити, Х.Л.Мин, Э.МакКормик и другие (I.Scopelliti, H. L.Min, E.McCormick и др.) [13], участвовали двое молодых людей и зал желающих опрашиваемых. Участники, изолированные друг от друга, должны были отвечать на вопросы, после этого зал должен был назвать того, кто лучше знал материал. Один молодой человек был с наушником, а другой знал ответы на все вопросы. Соответственно во время ответа первый отвечал сходу, а второму нужно было подумать, чтобы назвать правильный ответ. Несмотря на то, что ответы были верные у обоих участников, зал выбрал первого молодого человека. Людям показалось, что его уверенные ответы являются показателем знаний.

Третья парадигма – эмоции. На интервью одной известной актрисе стали задавать личные вопросы. Девушка стала нервничать, усиленно думать, стараясь подобрать тактичный ответ. В это время сидящие у экранов зрители подумали, что актриса не уверена в себе, тревожна и возможно страдает от психических расстройств. Этот пример – типичный показатель того, что наши эмоции могут быть поняты неправильно.

Четвертая парадигма – мораль. В этом случае поступки оцениваются с точки зрения «хорошо или плохо». Если ребёнок своровал хлеб из магазина, он плохой мальчик, так как поступил «плохо». Когда на самом деле «плохо» поступили его родители, оставив его голодного [13].

На возникновение ошибки влияет ещё и асимметрия позиции наблюдателя или асимметрия атрибуции при смене перспективы наблюдения. В одном из экспериментов К.Черри (Cherry К.) испытуемые просматривали видеозапись дачи показаний подозреваемым в ходе допроса. Если испытуемые видели сцену признания подозреваемого, в которой видеокамера была направлена на него, то воспринимали признание истинным. Если же в поле зрения был детектив, то испытуемые считали, что в какой-то мере подозреваемого заставили признаться [10].

Точку зрения наблюдателей также может изменить время. Если образ человека, увиденного лишь однажды, стирается в памяти, ситуации будет придаваться все большее значение. Чем чаще человек совершает характерный поступок, тем меньше будет привлекать к себе внимание.

Большое значение играет фактор осознания – обстоятельства могут переместить центр тяжести на нас самих [3]. Если мы видим себя на телеэкране, то обращаем внимание, прежде всего, на себя. То же происходит, когда мы совершаем действие: мы понимаем, почему совершаем его. Когда наше внимание сосредоточено на нас самих, мы приписываем себе большую ответственность. При фокусе внимания на самом себе, люди делаются более восприимчивыми к своим собственным установкам и склонностям, особенностям характера, умственным способностям [14]. Когда дело касается других людей, в центре внимания оказываются обстоятельства, при которых этот человек совершал свой поступок.

Часто мы находим причины там, где их ищем [10]. Например, если спросить, молчаливы мы или разговорчивы, то скорее мы ответим, что это зависит от ситуации. Но если кто-то видит нас только в ситуации общения, то скорее скажет, что мы довольно общительны.

Наконец, имеет место влияние на определение причин поведения фактора культуры [8,14]. Западное мировоззрение (индивидуалистические

культуры) убеждает нас в том, что люди, а не ситуация, являются причиной происходящих событий («Ты можешь сделать это!»). Некоторые ярлыки способствуют внешней атрибуции (например, в коллективистских культурах). Вместо того, чтобы сказать: «Я опоздал», испанская идиома позволяет сказать: «Часы явились причиной моего опоздания». Индусы в Индии с меньшей вероятностью, чем американцы, истолкуют поведение с точки зрения диспозиции («она доброжелательна»). Скорее всего, они придадут значение ситуации («ее друзья были с ней») [6].

Следует отметить, что фундаментальная ошибка атрибуции может проявляться в разной степени в разных культурах. Например, в восточных культурах принято оценивать ситуацию, учитывая всевозможные факторы влияния. В 1999 году было проведено исследование, в котором принимали участие представители китайской и американской культур. Выяснилось, что представители первой культуры подсознательно не оценивают ситуацию, у них нет шаблона правильного и неправильного поведения. Почему? Система ценностей представителей китайской культуры основана на социальных потребностях [8]. Коллективное для них обладает большей ценностью, их внимание направлено на мир вокруг себя. Неудивительно, что в Китае так заботятся о природе и экологии.

Представители западных культур относятся к индивидуалистическому типу: их внимание обращено, прежде всего, к личности, делается акцент на собственные амбиции и успех, и, как следствие, возникает четкое понимание правильного и неправильного поведения. Так, представители американской культуры резки и очень конкретны в описании ситуации. Они больше подвержены совершению фундаментальной ошибки атрибуции [9].

Фундаментальная ошибка атрибуции может проявляться, по мнению Г. Келли, еще и в ошибке ложного согласия, когда «нормальной» интерпретацией какого-либо явления считается такая, которая совпадает с

«моим» суждением. В этом случае все подгоняется под «мое» суждение, которое и считается нормой. Всё остальное, что каким-то образом противоречит моей точке зрения, является ненормальным, неуместным [6].

Последствия совершения ошибки атрибуции могут быть разрушающими, ведь она совершается не только в компании друзей или по отношению к другим незнакомым людям, но и дома при воспитании детей, в школах при выставлении отметок, на работе при увольнении сотрудников. Следует рассматривать ситуацию с разных сторон, не оценивая и не делая пристрастных выводов.

Социально-психологические установки личности существуют в соответствии с ее психическим здоровьем, характером и множеством других факторов [7]. Видя поведение другого человека, наш мозг автоматически даёт сигнал о несогласии с его действиями. Мы можем научиться игнорировать эти автоматические сигналы, научившись смотреть на ситуацию шире, используя свои когнитивные ресурсы.

Существует 4 вопроса, которые способствуют развитию логического мышления и помогают избежать совершения фундаментальной ошибки атрибуции.

1. В основе поведения лежит желание самого индивидуума или желания других? (Например, зачастую люди, остающиеся на улице, лишаются дома не по своему желанию, а по стечению обстоятельств.)

2. Здоровое ли это поведение? (Если человек ведёт себя агрессивно или совершает жестокие поступки, то, скорее всего, причиной является психическое расстройство, а не его личностные качества).

3. Были ли причины поступка контролируемы? (Имеет ли место в конкретной ситуации виктимное поведение, «обвинение жертвы»?)

4. Как бы я поступил в этой ситуации? (Если поступок человека в той или иной ситуации кажется нам странным, то лучший способ – это представить своё поведение в таких же обстоятельствах).



Эти четыре вопроса способствуют развитию аналитических способностей, появлению психического равновесия, гармонии в отношениях с коллегами, друзьями и близкими [12]. В итоге социально-психологическое познание атрибутивных процессов развивает навыки эффективного общения, социальной рефлексии, повышает социальный статус как отдельной личности, так и различных социальных групп.

#### **Список литературы:**

1. Андреева Г.М. Психология социального познания: Учеб. пособие для студентов высших учебных заведений. – Издание второе, перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2000. – 228 с.
2. Аронсон Э. Общественное животное. СПб: Прайм-Еврознак, 2006. – 416 с.
3. Гониная О.О. Психические состояния и свойства личности. Тверь: Психолого-педагогическая академия, 2018. – 113 с.
4. Комафорд К. Единоплеменники: Сплотить, убедить, вдохновить / Кристин Комафорд [пер. с англ. Г. Агафонова]. М.: Олимп-Бизнес, 2020. – 400 с.
5. Майерс Д. Социальная психология. СПб: Прайм-Еврознак, 2002. – 512с.
6. Трифонова С.А. Психология социальных коммуникаций. Ярославль: Изд-во Ярославский государственный университет им П.Г. Демидова, 2004. – 91с.
7. Чуганская А.А. Интеракции в общении: проблема теоретических подходов к анализу виртуального взаимодействия [Текст] // Психолого-педагогический поиск. 2018. – № 3(47). – С. 167-175.
8. Чуганская А.А. Проблема изучения ценностей: современные подходы в психологической науке // «Наследие М.Акмуллы: взгляд через века», Материалы Международной научно-практической конференции 14-15 декабря 2006 г. – Уфа: изд-во БГПУ, 2006. – С. 65-67.

9. Chernouski L., O'Neil D. Is Critical Thinking a Socially Constructed Practice? // Proceedings of the Third Purdue Linguistics, Literature, and Second Language Studies Conference, Cambridge Scholars Publishing, 2019, p. 45-60.

10. Cherry K. Attribution and Social Psychology, 2019. Электронный ресурс: <https://www.verywellmind.com/attribution-social-psychology-2795898> (дата обращения: 14.10.2019).

11. Gilbert D.T., Patrick S. The Correspondence Bias // Psychological Bulletin 1995, Vol. 117, No. 1, p. 21-38.

12. Huffman K. Psychology in action. Hoboken, 2018.

13. Scopelliti I., Min H. L., McCormick E., Kassam K.S., Carey K. M. Individual Differences in Correspondence Bias: Measurement, Consequences, and Correction of Biased Interpersonal Attributions // Management science, Articles in Advance, 2017, p. 1–32. Published online in Articles in Advance 2017: <http://careymorewedge.com/papers/CorrespondenceBias.pdf> (дата обращения: 1.11.2019).

14. Stepanov E.V., Andreev M.V., Gavzov V.V., Novikov S.V., Kostikova L.P. Cooperation skills in professional activity of the military // Advances in Social Science, Education and Humanities Research Proceedings of the 3rd International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE 2019). 2019. С. 487-491.

### **References**

1. Andreeva G.M. Psihologiya social'nogo poznaniya: Ucheb. posobie dlya studentov vysshih uchebnyh zavedenij. – Izdanie vtoroe, pererab. i dop. – M.: Aspekt Press, 2000. – 228 s.

2. Aronson E. Obshchestvennoe zhivotnoe. SPb: Prajm- Evroznak, 2006. – 416 s.

3. Gonina O.O. Psihicheskie sostoyaniya i svoystva lichnosti. Tver': Psihologo-pedagogicheskaya akademiya, 2018. - 113 s.

4. Komaford K. Edinoplemenniki: Splotit', ubedit', vdohnovit' / Kristin Komaford [per. s angl. G. Agafonova]. M.: Olimp-Biznes, 2020. – 400 s.
5. Majers D. Social'naya psihologiya. SPb: Prajm-Evroznak, 2002. – 512s.
6. Trifonova S.A. Psihologiya social'nyh kommunikacij. YAroslavl': Izd-vo YAroslavskij gosudarstvennyj universitet im P.G. Demidova, 2004. – 91s.
7. Chuganskaya, A.A. Interakcii v obshchenii: problema teoreticheskikh podhodov k analizu virtual'nogo vzaimodejstviya [Tekst] // Psihologo-pedagogicheskij poisk. - 2018. – No 3(47). – S. 167-175.
8. Chuganskaya A.A. Problema izucheniya cennostej: sovremennye podhody v psihologicheskoy nauke // «Nasledie M.Akmully: vzglyad cherez veka», Materialy Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya 14-15 dekabrya 2006 g. – Ufa: izd-vo BGPU, 2006. – S. 65-67.
9. Chernouski L., O'Neil D. Is Critical Thinking a Socially Constructed Practice? // Proceedings of the Third Purdue Linguistics, Literature, and Second Language Studies Conference, Cambridge Scholars Publishing, 2019, p.45-60.
10. Cherry K. Attribution and Social Psychology, 2019. Elektronnyj resurs: <https://www.verywellmind.com/attribution-social-psychology-2795898> (data obrashcheniya: 14.10.2019).
11. Gilbert D.T., Patrick S. The Correspondence Bias // Psychological Bulletin 1995, Vol. 117, No. 1, p. 21-38.
12. Huffman K. Psychology in action. Hoboken, 2018.
13. Scopelliti I., Min H. L., McCormick E., Kassam K.S., Carey K. M. Individual Differences in Correspondence Bias: Measurement, Consequences, and Correction of Biased Interpersonal Attributions // Management science, Articles in Advance, 2017, p. 1–32. Published online in Articles in Advance

2017: <http://careymorewedge.com/papers/CorrespondenceBias.pdf> (data obrashcheniya: 1.11.2019).

14. Stepanov E.V., Andreev M.V., Gavzov V.V., Novikov S.V., Kostikova L.P. Sooperation skills in professional activity of the military // Advances in Social Science, Education and Humanities Research Proceedings of the 3rd International Conference on Culture, Education and Economic Development of Modern Society (ICCESE 2019). 2019. S. 487-491.