

DOI: 10.33184/dokbsu-2020.5.12

Современная психология атрибуции: модели и методы исследования

С. В. Щербаков

Башкирский государственный университет

Россия, Республика Башкортостан, 450076 г. Уфа, улица Заки Валиди, 32.

Email: newpharo@yandex.ru

Статья посвящена анализу современных концепций психологии атрибуции. В данной работе сопоставляются психология здравого смысла Ф. Хайдера, теория корреспондирующей атрибуции Э. Джоунса и К. Дэвиса, ковариационная модель Г. Келли и обыденная концепция атрибуции Б. Малля. Описываются принципы и модели концепции, предложенной Б. Маллем. Делается вывод о том, что обыденная концепция атрибуции открывает новые перспективы в изучении познавательной деятельности личности, указывается на тесные взаимосвязи данной концепции с проблематикой социального интеллекта.

Ключевые слова: атрибуция, диспозиция, интенция, каузальная история, ментальный маркер, ситуация, социальный интеллект.

Как известно, создатель теории атрибуции Фриц Хайдер исследовал «психологию здравого смысла», к помощи которой люди прибегают, объясняя повседневные события [3]. Он рассматривал человека как «интуитивного психолога», который конструирует собственные причинно-следственные объяснения событий. Хайдер указывал, что наивный наблюдатель воспринимает другого человека как своеобразный поток поведения. В ходе интерпретации и понимания такого потока наблюдатели в качестве житейских психологов выделяют устойчивые и инвариантные характеристики поведения, ярким проявлением которых являются мотивы, интенции и чувства.

Отталкиваясь от работ Хайдера, Э. Джоунс и К. Дэвис предложили теорию корреспондирующей атрибуции, главной задачей которой было получить стабильную и непротиворечивую картину личности. Цель атрибутирования – конструирование такой диспозиционной схемы индивида, в которой наблюдаемые поведенческие акты соотносились бы с его гипотетическими интенциями. Согласно этим авторам, можно выделить следующие факторы этой модели – понимание последствий своих действий, возможность совершить действие и существование самого намерения выполнить действие [6]. Важным условием атрибутирования интенций является степень социальной желатель-

ности того или иного действия. Кроме того, информативную роль о субъекте деятельности играют не подтвердившиеся стереотипные ожидания о нем, самостоятельность сделанного субъектом выбора, влияние ситуативных ключей (давление группы, ролевые задачи, стереотипные представления и т. д.) Поэтому в ходе атрибутирования часто происходит переосмысливание или уточнение ситуации [2].

Один из классиков современной психологии Г. Келли, основываясь на работах Хайдера, Джонса и Дэвиса и др., выдвинул общепризнанную до сих пор теорию атрибуции и выделил три важнейших фактора атрибутирования:

1. Высокая согласованность действий во времени как индикатор личностных диспозиций.
2. Подобие (консенсус). Неординарные поступки, расходящиеся с общепринятыми ожиданиями, носят информативный характер, необходимый для атрибутирования, и также могут служить основой для оценки личности.
3. Различие – степень дифференцированности поступков в определенных ситуациях. Напр., если сотрудник эффективно выполняет свои обязанности на всех занимаемых им должностях, то его можно считать старательным человеком, а если он хорошо проявил себя только на одной работе, то можно предположить, что это связано с условиями его деятельности в этом учреждении [1].

Сущность каузального атрибутирования заключается в том, чтобы находить адекватные варианты сочетания причин и следствий в каждой конкретной ситуации. Предложенный Келли принцип является весьма сходным с принципами процедуры, которую используют статистики при проведении «анализа вариаций» (ANOVA).

Хотя Келли предложил математически обоснованный подход к атрибутированию, но при этом сделал принципиальную ошибку, так как отталкивался от сокращенного плана трехфакторного исследования – плана $2 \times 2 \times 2$. Фактически он использовал информацию только из четырех клеток этого плана: поведение индивида, информация о консенсусе, различиях и подобии. Д. Хилтон констатирует, что обычный человек в ходе решения подобных задач не занимается формально-логическими операциями, а использует свои предварительные представления о подобных ситуациях и отталкивается от уровня расхождения данной ситуации с обычными нормативными случаями [5]. В итоге он приходит к выводу, что в ходе атрибутирования происходит сопоставление текущей информации с нормативными представлениями. Если ситуация носит нестандартный характер, то причиной поведения оказывается сам ненормативный инцидент.

В этой связи большой интерес вызывают работы Бертрана Малля, выдвинувшего новую модель атрибуции. Отталкиваясь от критики сциентистской модели Келли, автор

предлагает обыденную концепцию атрибуции (folk-conceptual theory of explanation), основанную на следующих принципах:

1. Интенциональность, которая предполагает тесную связь атрибутирования с рациональным мышлением, планированием и целеполаганием.
2. Соответствие определенному типу объяснительной модели. Согласно Маллю существует два типа таких моделей – механическая и собственно каузальная [8]. Механическая модель предполагает объяснение причин физических явлений и диспозиционную атрибуцию, связанную с машинальными неинтенциональными действиями (impersonal causality).

Атрибуции интенциональных актов по Маллю предполагают три способа интерпретации – объяснение причин, описание каузальной истории и объяснение способствующих факторов:

1. Объяснение причин (personal causality) является намного более сложным, наиболее распространенным вариантом каузальной атрибуции и опирается на стремление к достижению определенного результата и учитывает веру в возможность его достижения.
2. Каузальная история – это набор сопутствующих обстоятельств (настроение, культурные и личностные особенности). Напр., если индивид отказывается принять участие в голосовании, то наблюдатель может высказать такие атрибуции, как «Он ленивый» или «Он вырос в аполитичной семье».
3. Объяснение способствующих факторов (enabling factor explanations) относится к таким сопутствующим обстоятельствам, как усилия и способности исполнителя, благоприятные случаи и т. д. Напр.: «Она побила свой личный рекорд, потому что практиковалась всю неделю». Обычно такие атрибуции используются для объяснения значительных усилий. В обыденной концепции причинности желания и убеждения – это необходимые условия целей и интенций.

Кроме того, каузальные атрибуции можно выразить посредством использования т. н. «ментального маркера» как указателя на категорию определенной причины или просто изложить ее содержание. Напр., наблюдателю задают вопрос: «Почему она пошла в итальянское кафе?» Если он ответит, что она хотела попробовать настоящий капучино, то тем самым укажет на мотив ее поведения. Лаконичный ответ: «Она пошла в кафе за настоящим капучино» не содержит прямого указателя мотивации посещения кафе. Таким образом, ментальные маркеры дублируют основную каузальную информацию и выполняют важные социальные функции с помощью передачи различных смысловых оттенков (межличностные отношения, самопрезентация и т. д.).

Итак, в рамках обыденной концепции атрибуции подчеркивается, что вместо классической личностно-ситуативной парадигмы атрибутирование основано на оценке

интенций и каузальной истории индивида. Малль отмечает, что в ходе интерпретации поведения личности необходимо опираться на характерные тренды ее поведения. Если трендов несколько, то житейская атрибуция ищет базовую и наиболее вероятную предшествующую причину поступков человека.

Мы полагаем, что обыденная концепция атрибуции открывает новые перспективы в изучении познавательной деятельности личности. В частности, нельзя не отметить тесные взаимосвязи данной концепции с проблематикой социального интеллекта. Так, Н. Кантор и Дж. Килстром указывают на важную роль имплицитных представлений о других людях, связанных с представлениями о собственной личности, воплощенных в нарративах о своих действиях и переживаниях. Эти представления являются основой для оценки диспозиций, эффективного прогнозирования и управления деятельностью [7].

Литература

1. Андреева Г. М. Психология социального познания. М.: Аспект Пресс, 2009. 305 с.
2. Fiske S. T., Taylor S. T. Social cognition. New-York: McGraw-Hill, 1991. 717 p.
3. Heider F. The Psychology of interpersonal relations: Wiley & Sons. New York-London, 1958. 334 p.
4. Hilton D. Causal explanation: from social perception to knowledge-based causal attribution // Social psychology: handbook of basic principles / ed. by A. W. Kruglanski, E. T. Higgins. New York: The Guilford Press, 2007. Pp. 232–253.
5. Hilton D. Social attribution and explanation // The Oxford handbook of causal reasoning / ed. by M. R. Waldmann. New York: Oxford University Press, 2017. Pp. 645–674.
6. Jones E. E., Davis K. E. From acts to dispositions: The attribution process in person perception // Advances in experimental social psychology / L. Berkowitz (Ed.). New York: Academic Press, 1965. Vol. 2. Pp. 219–266.
7. Kihlstrom J. F. and Cantor N. Social intelligence // The Cambridge handbook of intelligence / ed. by R. J. Sternberg, S. B. Kaufman. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. Pp. 564–581.
8. Malle B. F. Attribution theories: how people make sense of behavior // Theories in social psychology / ed. by D. Chadee. Oxford, England: Blackwell Publishing Ltd., 2011. Pp. 72–95.

Статья рекомендована к печати кафедрой общей психологии Башкирского Государственного университета (к. пс. наук, доц. О. В. Каратеев)

Modern psychology of attribution: models and methods of research

S. V. Scherbakov

Bashkir State University

32 Zaki Validi Street, 450076, Ufa, Republic of Bashkortostan, Russia.

Email: newpharo@yandex.ru

The article is devoted to the analysis of modern concepts of attribution psychology. This paper compares the psychology of common sense by F. Hider, the correspondence attribution theory of E. Jones and K. Davis, the covariation model of G. Kelly and the folk concept of attribution of B. Malle. The principles and models of the concept proposed by B. Malle are described. It is concluded that the folk concept of attribution opens up new perspectives in the study of the cognitive activity of the individual, points to the close relationship of this concept with the problem of social intelligence.

Keywords: attribution, disposition, intension, causal history, mental marker, situation, social intelligence.