

Глава VII
ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА УСТАНОВОК
И ДИНАМИКА ИХ ИЗМЕНЕНИЙ ПОД ВЛИЯНИЕМ
ПРОПАГАНДЫ

Предыдущее изложение было связано прежде всего с психологическими проблемами оптимизации пропаганда стекой коммуникации с точки зрения ее успешности. Успешное пропагандистское действие приводит к соответствующим изменениям в установках и поведении человека, формирует его определенное отношение к явлению окружающего мира. В последнее время все чаще обращаются к вопросу об успешности пропаганды с учетом ее влияния на систему установок людей, в основном идейно-политических.

Проблема установки исследуется рядом общественных наук, ибо большая часть установок формируется в процессе воспитания человека в обществе. В этом смысле политическая пропаганда является специфической воспитательной деятельностью, направленной прежде всего на развитие сознания и общественно-политических установок.

Установка — это некоторое состояние готовности сознания к реагированию на определенную ситуацию. Г. Олпорт, один из представителей концепции установки, определяет ее как «умственное и нервное состояние готовности, возникшее на основании опыта и оказывающее направляющее и динамическое влияние на поведение человека, которое возникает как реакция на все явления и примеры, входящие в сферу его жизнедеятельности».

ОПЕРАЦИОНАЛЬНОЕ ОПРЕДЕЛЕНИЕ ИДЕЙНЫХ,
ОБЩЕСТВЕННЫХ И ПОЛИТИЧЕСКИХ УСТАНОВОК

В ряду имеющихся теорий установки наиболее полной с психологической точки зрения является познавательная концепция установки, разработанная Д. Кречем,

Р. Крачфилдом и Е. Бэллэчи в совместной работе «Индивид в обществе». Подчеркивая особое значение готовности к действию, направленному на предмет установки, авторы полагают, что эту готовность не следует отождествлять с реальным действием, осуществление которого зависит от многих внешних факторов. Даже вполне определенная готовность может не выразиться в действии под влиянием каких-либо внутренних или внешних ограничений. Тем не менее действие в этом случае тесно связано с установкой, что, несомненно, облегчает определение установки как таковой.

Несмотря на существенные различия между всеми упомянутыми определениями, установки имеют некоторые общие черты:

• всегда существует некоторый предмет, к которому они относятся;

• они связаны с некоторыми познавательными процессами, такими, например, как наблюдение и воображение;

• они связаны также с определенными эмоциональными состояниями, выражающими специфическое отношение к некоторым лицам, предметам или явлениям;

• в них проявляются мотивационные элементы, а порой и сами установки выступают как мотивы к действию.

Перечисленные свойства и структурные элементы установок позволяют выделить их среди других психологических явлений.

Наиболее характерной чертой установок является их связь с предметом, вызывающим определенные реакции. Что же касается других постоянных свойств установок, то они являются психологическими компонентами и будут рассмотрены в процессе дальнейшего изложения.

Рассмотрение проблемы установки дает нам основание предложить следующее понимание этого термина, отвечающее целям настоящей работы. *Установка — это сформированная под воздействием пропаганды, воспитания и опыта относительно устойчивая организация знаний, чувств и мотивов, вызывающая соответствующее отношение человека к идейным, политическим и общественным*

явлениям окружающей его действительности, выражающееся в действии (в широком смысле слова).

Установки, таким образом, являются универсальным «поведением» по отношению к окружающей человека действительности, в которой может существовать множество предметов и явлений, имеющих для человека особое значение. Предметом установок может быть все, что имеет или имело (в историческом смысле) какое-либо значение для удовлетворения человеческих потребностей¹. Множество предметов и явлений, имеющих особое значение для человека, делает весьма трудным (а иногда даже невозможным) нахождение научных критериев для классификации установок. Тем не менее попытка классифицировать установки, формирующиеся под влиянием пропаганды, представляется оправданной. Однако она может лишь проиллюстрировать проблему, но ни в коем случае не исчерпать ее.

Как уже отмечалось, установки формируются под воздействием общества. В зависимости от содержания, качества и направления этого воздействия образуются определенные группы установок, и в том числе сформированные под воздействием политической пропаганды. Последние распадаются на три основные группы: идеологические, политические и общественные. Более мелкие совокупности установок, подчиненные этим группам, однозначно определить крайне трудно. Разумеется, классического, исчерпывающего разделения понятий произвести невозможно, поскольку как предметы установок, так и сами установки взаимно переплетаются.

Основными, доминирующими в сознании человека являются идеологические установки, связанные с разделяемой им идеологией. Существует мнение, что идеология образует систему установок и убеждений, отличительным свойством которой является то, что она образует основу и цель деятельности общественных классов, национальных или каких-либо иных общественных групп и политических движений. Неидеологическими в этом смысле являются только факторы, либо вообще не влияющие на человеческую общественную практику, либо

ИДЕОЛОГИЯ

—присущая данному общественному классу совокупность идей и воззрений на мир и жизнь, сформированных в данных исторических условиях, отражающих социальное сознание этого класса и служащих для выражения и защиты его жизненных интересов.

ИДЕЙНЫЕ УСТАНОВКИ

—совокупность знаний об идеологии, эмоциональных отношений к основным принципам этой идеологии и практические действия на ее основе.

ОБЩЕСТВО

—исторически сложившийся тип общности людей, значительный в количественном и пространственном отношении. Члены общества связаны определенной формой социальных отношений, являющихся следствием системы производственных отношений. Общество создает культурные ценности, образцы поведения и нормы деятельности.

СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ

— знание норм и образцов общественной деятельности и сопровождаемое соответствующими эмоциями поведение по отношению к этим нормам и образцам.

ПОЛИТИКА

-искусство управления государством, сфера общественной деятельности, связанной с завоеванием и удержанием власти определенным общественным классом, использование этой власти для решения внутригосударственных и международных проблем.

ПОЛИТИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ

отношение к основным нормам внутренней и международной политики государства и соответствующая деятельность на основе этого отношения.

ПАТРИОТИЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ	ИНТЕРНАЦИОНАЛИСТСКИЕ УСТАНОВКИ	МИРОВОЗЗРЕНЧЕСКИЕ УСТАНОВКИ	ДРУГИЕ УСТАНОВКИ
--------------------------	--------------------------------	-----------------------------	------------------

Рис. 5. Система установок зависимости между ними и объемы значений

влияющие на практику человечества в целом, а не на отдельные и (подчас) противостоящие общественные группы. Идеологические установки оказывают влияние на все другие группы установок. Почти невозможно встретить человека, имеющего положительные установки на идеологию и негативные — на политику государства, направляемую этой идеологией.

Вторая группа установок, формируемых пропагандой, — это политические установки, то есть установки, выражающие устойчивый тип поведения и отношения граждан к внутренней и внешней политике государства. Эти установки могут быть сведены в относительно однородную группу, хотя отношение подчинения идеологии и политики сохраняется. С его точки зрения, политика — это практическая деятельность, направленная на осуществление целей, определенных идеологией. Например, социализм, ликвидировав монополию эксплуататорских классов на проведение политики, вывел на арену политической деятельности рабочих и крестьян и создал новый тип связи между этими классами и интеллигенцией.

Наконец, третьей группой установок составляют социальные установки, выражающие отношение личности к общественным нормам и стандартам, проявляющимся в практике социального поведения данного человека. На формирование общественных норм явное влияние оказывает идеология. Социалистическое отношение к труду, например, основано на требованиях, вытекающих из идеологии социализма; это касается и социалистических межличностных отношений и т. д. Помимо основного отношения между идеологией и обществом, социальные установки выражают также отношения между политикой и обществом. Тесная связь между политикой и общественными отношениями позволяет называть некоторые установки социально-политическими.

Другие совокупности установок — патриотических, интернационалистских, мировоззренческих и т. п., — формируемые под влиянием политической пропаганды и содержащие в известном смысле элементы всех трех описанных выше групп, вытекают из последних. Таким образом, патриотические установки, имеющие определенную идеологическую обусловленность («социалистический патриотизм», например), обычно являются следствием определенной политической ситуации. Наконец, эти установки связаны с соблюдением норм поведения, при-

званных обществом (защита Родины, верность Отчизне, отношение к государственным символам и т. п.). Подобным образом можно охарактеризовать остальные совокупности установок (интернационалистских, этических, мировоззренческих и др.), структура которых достаточно сложна. Так мы получаем сложную систему взаимодействия идейных и общественно-политических установок.

ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СТРУКТУРА УСТАНОВОК

Установки являются относительно устойчивой структурой *психики человека*. Носителями определенных установок являются конкретные люди, а не коллективы; люди со сходными установками объединяются в коллективы, которым присуще единство действий. Нет таких установок, которые не существовали бы в чем-либо конкретном сознании. Например, какая-либо мысль о каких-нибудь ситуациях или предметах не является установкой до тех пор, пока она не становится осознанным отношением определенных людей к этим ситуациям или предметам¹.

Любые установки прежде всего являются психическими структурами. В сущности эти структуры складываются из трех взаимосвязанных компонентов: познавательного, эмоционального и мотивационного.

Познавательный компонент установки

Иметь установку относительно какого-либо общественного явления — значит обладать некоторым множеством сведений о нем; эти сведения могут различаться по объему и степени обоснованности, а в ряде случаев ограничиваться туманными представлениями о предмете или просто его названием (установки детей). Чем шире объем сведений о данном предмете, тем больше возможность формирования о нем устойчивых установок. Знание в известном смысле обосновывает установки. Именно так

следует понимать значение познавательного компонента установки. Знание — даже неполное или искаженное — о предметах, явлениях и людях, а также об их свойствах и качествах дает основания для формирования установок. Полные и четкие установки возможны лишь при наличии хорошо развитого познавательного компонента.

Эмоциональный компонент установки

Совокупность знаний о некотором явлении или предмете не может быть единственным фактором формирования установки; в некоторых случаях первостепенное значение приобретает эмоциональное отношение к предмету познания. В некоторых общественных и житейских ситуациях это отношение является основным фактором формирования установок. Вообще говоря, эмоциональное отношение человека к предмету установки является необходимым выражением его субъективной — положительной или отрицательной — оценки данного предмета или явления.

Мотивационный компонент установки

Любая установка может выступить в качестве мотива активной деятельности. Это существенный элемент самой структуры установки. Деятельность человека всегда обусловлена некоторыми мотивами. Отсюда следует, что только соответствующее сочетание познавательного, эмоционального и мотивационного компонентов образует полную структуру установки (рис. 6). Интеллектуальные и мотивационные компоненты сами по себе не образуют установки. Все составные элементы установок должны быть внутренне связаны. Эта внутренняя интеграция и определяет подлинную природу установок.

Таким образом, формирование соответствующих установок требует воздействия на структуру личности в целом и на все составляющие ее элементы. Правильно организованная работа по формированию установок должна быть обращена к личности, и прежде всего к ее интеллекту, чувствам и стремлениям.

Описанная модель установок базируется на познавательной концепции, в соответствии с которой установки

понимаются как взаимное соединение трех главных компонентов: познавательного, эмоционального и мотивационного.

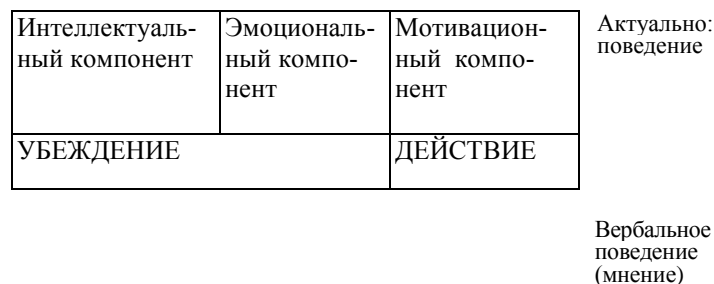


Рис. 6. Психологическая структура установок

ХАРАКТЕРИСТИКИ УСТАНОВОК

Любая установка характеризуется несколькими специфическими чертами, которые можно точно выделить и описать.

Предметное содержание установок

Мы уже говорили, что всякая установка направлена на некоторый предмет, оказывающий влияние на ее содержание, то есть на одну из наиболее существенных ее характеристик. Поэтому установки всегда связывают их с отношением к этому предмету.

Сфера установок

Сферой установок мы называем множество предметов, к которым эти взгляды относятся. Это множество может включать различное число предметов; чаще всего такие предметы объединяются в некоторые однородные группы. В этой связи установки можно расположить в зависимости от возрастания их объема. Например, установки на людей можно разделить на следующие:

установки на некоторых индивидов или отдельных лиц;

установки на небольшие социальные группы (например, на группу коллег); установки на большие человеческие организации (народ, класс и т. п.); установки на человечество в целом. Число предметов, входящих в объем этих установок, может расти от отношения к отдельному лицу до отношения к наиболее полному множеству людей.

В социальной психологии существует также понятие \ сферы объекта установки, обозначающее количество | свойств объекта, к которым данная установка относится. Дело в том, что объект (предмет) установки может иметь ограниченное число характеристик. Объем объекта установки будет тем больше, чем больше черт данного объекта будет в нее входить. По-видимому, множество черт предмета, охватываемое установкой, определяет ее направленность и устойчивость;

В дальнейшем для большей ясности мы сохраним первое определение объема установки, имея в виду количество предметов, связанных с данной установкой.

Направленность и устойчивость установок

При определении направленности установки следует учитывать положительный или отрицательный характер чувства, вызываемого предметом установки. С. Новак ссылаясь на К. Левина, для обозначения качества чувств употребляет термин «⁺вадешшШь»². Представляется, однако, что термин «направленность установки» более понятен. Рассматривая направленность установки по отношению к определенной ситуации, можно выделить три случая: отсутствие направленности, когда человек не имеет никаких установок на некоторый предмет (0); положительная направленность, когда установки имеют положительную эмоциональную окраску (+); отрицательная направленность, когда установки имеют отрицательную эмоциональную окраску (—). Эмоциональная окраска может иметь различную интенсивность (в зависимости от силы чувств), которая и

определяет устойчивость установки. Ненависть в борьбе с неприятелем у разных людей может иметь разную степень устойчивости.

Две указанные выше взаимосвязанные характеристики установок могут быть прослежены по шкале (рис. 7).



Рис. 7. Шкала установок

Место какой-либо установки на такой шкале, а также определение ее направленности и устойчивости зависит от отношения к предмету установки. Очевидно, что предмет установки является некоторой целостностью, составленной из многих характеристик; одна часть этих характеристик может быть оценена положительно, а другая часть — отрицательно. В сознании человека совокупность отрицательного и положительного отношения к отдельным элементам предмета установки образует некоторое среднее или общее отношение. Психологический механизм возникновения этого общего отношения еще не достаточно изучен, хотя наблюдался эмпирически.

С. Новак обращает внимание на то, что при анализе направленности установок одновременное упорядочение положительных и отрицательных установок не всегда оправданно. Могут существовать, например, двойственные установки, которые размещаются на шкале по обе стороны от нулевой точки.

Такая двойственность во внутренней структуре установок не может не учитываться, а общая, суммарная валентность не может выводиться из частных оценок. По мнению С. Новака, «только тогда, когда путем опроса или констатации поведения мы убедимся в существовании некоторой общей валентности либо с помощью анализа отдельных частных оценок придем к выводу о возможности ее существования... мы можем говорить о некоторой валентности установки в целом по отношению к данному предмету» К

Это положение, по-видимому, верно по отношению к установкам с большим объемом (например, на человечество в целом), а также по отношению к установкам на весьма сложный предмет (Родина, государство и т. п.);

в противном случае общая валентность всегда возникает как простое суммирование эмоциональных отношений к отдельным частям предмета установок.

Сложность установок

Не все установки достаточно сложны по своей психологической структуре и имеют развитые компоненты. При сравнении установок, свойственных тем или иным людям, у одних наблюдается отсутствие некоторых компонентов, у других чрезмерное развитие одних компонентов за счет недостаточного развития других. Типичным примером могут служить установки некоторых людей на религию. В их установках нередко отсутствует интеллектуальный компонент, но чрезмерно развит эмоциональный.

По сложности установок их можно разбить на четыре основные группы:

1. установки, которые почти полностью сводятся к эмоциональному отношению к предмету при отсутствии знания о нем (отсутствие либо недостаточное развитие интеллектуального компонента);
2. установки, в которых определенному эмоциональному отношению сопутствует более или менее развитое знание о предмете при одновременном отсутствии четко выраженной предрасположенности к действию (мотивационного компонента);
3. установки, в которых определенное эмоциональное отношение сочетается с готовностью к действию, однако имеет место недостаток знания или представления о предмете (интеллектуального компонента);
4. установки, которые содержат все компоненты в различных, более или менее расходящихся соотношениях (полные установки). Неполный объем или сфера установок, таким образом, является результатом отсутствия интеллектуального или мотивационного компонентов; эмоциональный компонент присутствует в установках всегда.

Компактность установок

Компактностью установки называется уровень согласованности, сложности, направленности и устойчивости трех названных выше компонентов. Если сложность, направленность и устойчивость всех компонентов примерно совпадают, то такая установка будет компактной, однородной. Может, однако, возникнуть расхождение в направленности установки между, например, эмоциональным и мотивационным компонентами, с одной стороны, и познавательным — с другой. В случае же совпадения направленности компонентов один из них может доминировать над другим по устойчивости. Такие установки менее компактны, а потому и менее устойчивы.

Описанные выше характеристики установок свидетельствуют о том, что они являются психическими структурами высокой степени сложности, способными по-разному влиять на поведение людей.

УСТАНОВКИ И ПОВЕДЕНИЕ

Определяя установки и их психологические характеристики, мы не раз подчеркивали, что основной целью формирования установок является достижение готовности к определенному поведению и соответствующим образом направленному действию. Поведение человека понимается как конечный результат некоторых внутренних психических процессов, в частности вызываемых его установками. Поведение является главной мерой определения установок; это измерение состоит в установлении частоты и интенсивности определенного типа поведения.

В основном можно выделить два типа поведения, вызываемого установками, — актуальное и вербальное (словесное).

¹ Это не означает, однако, что всякий тип поведения вызывается исключительно установками. Поведение человека может быть обусловлено также определенными ситуациями; можно сказать, что поведение является функцией установок и ситуаций.

Актуальное поведение

Этот тип поведения заключается в том, что человек выполняет какие-то более или менее сложные действия, в которых выражается его отношение к предмету установки. Простым примером может служить снятие головного убора при исполнении гимна или при приближении к знамени. Более сложное актуальное поведение связано с отношением к задачам и целям, которые признаются наиболее важными, например участие в демонстрациях, коммунистических субботниках и т. д. Установки могут выражаться также в том, что человек воздерживается от каких-либо действий, которые в силу некоторых правил или приказов должны быть им выполнены.

Вербальное поведение

Значительно чаще взгляды проявляются в форме высказываний, в которых содержится отношение к предмету взглядов (мнения). Такого типа вербальное поведение выражает оценку направленности действий, для осуществления которых в данное время нет необходимых условий. Если пропагандистское воздействие направлено на выработку у людей негативного отношения к империя-лизму, то у большинства людей такие установки могут выражаться только в вербальном поведении.

Вербальному поведению очень часто предшествует актуальное поведение, в котором реализуется практический опыт в процессе непосредственного сопоставления установки с действительностью. Именно на этом основывается изучение общественного мнения, отражающего отношения людей, сформированные в социальном опыте. Таким образом, вербальное и актуальное поведение не исключают друг друга, но могут выступать во взаимной связи.

Несогласованность установок и поведения

Иногда поступки людей противоречат их установкам. Такое расхождение может быть более или менее сильным и проявляться по-разному.

По мнению ряда исследователей, расхождение между установками и поведением происходит потому, что поведение является функцией многих установок и ситуаций.

Актуальное поведение человека является следствием не только его установок, но и многих изменчивых жизненных ситуаций. Таким образом, установки определяют поведение наряду с другими факторами; в особенности это относится к сложным ситуациям, образованным многими факторами и элементами. Поэтому поведение можно считать равнодействующей между установками и данной реальной ситуацией. Разумеется, направленность и способ поведения определяются преобладанием одного из указанных элементов. Например, если поведение человека противоречит его наиболее существенным установкам, это значит, что ситуационные факторы обладают исключительной устойчивостью. Под влиянием, скажем, боли и пыток поведение человека может не соответствовать его наиболее главным установкам (это касается исключительных ситуаций). Если же несоответствие между установками и поведением возникает часто, это может быть следствием недостаточной устойчивости установок.

Случаи несоответствия между установками и поведением объясняются также тем фактом, что каждый объект или ситуация, с которыми мы имеем дело, как правило, связаны одновременно с несколькими установками, образующими некоторую систему. Поэтому поведение чаще всего выступает как равнодействующая системы установок, а не как функция отдельной установки. Например, поведение солдата на поле боя нельзя объяснить только на основе какой-то одной имеющейся у него установки (например, патриотизма). Оно является следствием многих других его установок (например, отношения к товарищам, командирам, ненависти к врагу) и должно рассматриваться как их равнодействующая.

Итак мы видим, что предвидеть направленность поведения, исходя из наличия определенной установки, довольно сложно. Поэтому установки определяются также в категориях *готовности к действию*. Несомненно, однако, что, чем устойчивее и компактнее установки, тем больше вероятность поведения соответствующего им по направленности.

Теперь перейдем к рассмотрению возможности влияния пропаганды на динамику установки.

ИЗМЕНЕНИЕ УСТАНОВОК ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ ПРОПАГАНДЫ

Как уже не раз подчеркивалось, главная цель пропагандистской деятельности состоит в том, чтобы способствовать сознательным и целенаправленным изменениям в системе установок отдельного человека или группы людей. Изменения в установках должны вести к желательным изменениям в актуальном или вербальном поведении. В этой сфере можно выделить следующие частные задачи:

формирование новых установок по отношению к новым предметам, с которыми человек сталкивается впервые (например, формирование правильного отношения к труду у молодых рабочих); усиление уже существующих установок (например, укрепление патриотических установок в процессе школьного обучения и воспитания); изменение уже существующей системы установок путем их ослабления, ликвидации или изменения оценки (например, формирование материалистических установок и мировоззрения у верующих). Первые две задачи относительно легко осуществимы с помощью психологически обоснованных приемов пропагандистского воздействия. Это значит, что в процессе их решения человек не проявляет специфически психологического сопротивления. Намного более сложным является изменение --системы установок, поскольку уже сформировавшиеся установки оказывают сильное сопротивление такому изменению. Попытка изменения установок затрагивает внутреннее равновесие личности, подвергает испытанию ее чувство собственного достоинства. Сопротивление изменению установок может также быть следствием влияния общественного статуса человека или его окружения. Наконец, изменение установок порой требует от человека значительных нравственных и интеллектуальных усилий; при этом в известной мере в игру включаются принципы экономии сил, вытекающие из естественных стремлений к самозащите.

236

Возможно ли изменение установок под воздействием пропаганды и если да, то каковы психологические механизмы такого изменения?

Полное изменение установок означает их перемещение по шкале оценок вначале к нейтральной точке, а затем в сторону максимального удаления от исходной (например, от — к 0 и далее к +). Конечно, это программа-максимум. В большинстве случаев реализуется лишь какая-то часть такой программы: ослабление установок (приближение к «0») или их нейтрализация (ликвидация).

Все исследования и эксперименты, проведенные в этой области, указывают на возможность положительного ответа на поставленный выше вопрос. С. Мика рассматривает несколько десятков опытов зарубежных ученых по изменению установок под воздействием пропаганды, в частности под влиянием книг, брошюр, статей, докладов и бесед, фильмов и личных контактов и т. п. Все они подтверждают возможность изменения установок. Авторы этих исследований чаще всего констатируют сам факт изменения, его направленность и устойчивость, оставляя в стороне психологические механизмы этого явления и условия, в которых они происходят.

Некоторые известные исследования по вопросам массовой коммуникации и пропаганды, проводившиеся в естественных условиях, свидетельствуют о том, что средства массового тиражирования сообщений не оказывают большого влияния на динамику установок. К такому выводу пришел уже не раз упоминавшийся нами американский психолог С. Ховленд в своей классической работе, в которой рассматриваются результаты анкетных опросов.

Однако к работам С. Ховленда можно предъявить некоторые методологические претензии. В исследованиях динамики установок трудно говорить об исключительном влиянии какого-либо одного фактора. Установки изменяются под влиянием целого комплекса факторов, выступающих совместно (семейное воспитание, школа, пропагандистская деятельность и пр.). Выделение какого-либо

237

фактора делает экспериментальную ситуацию искусственной, не имеющей аналога в реальной общественной жизни.

Поэтому успешность массовой пропаганды следует оценивать в определенном социальном контексте. Утверждению о невозможности изменения установок под влиянием средств массовой коммуникации противоречат даже результаты некоторых пропагандистских кампаний в США. Известно, например, что в результате 18-часового выступления по радио одной популярной актрисы были распроданы облигации военного займа на сумму 39 млн. долларов.

Изменение установок может произойти под влиянием не только пропаганды, но и других социальных воздействий. Воспитание человека, как и изменение его общественного положения (перемена места жительства, групповой принадлежности, места работы, общественной роли и т. п.), также может привести к изменению взглядов. Кроме того, источником изменения могут стать процессы, происходящие в самом человеке (взросление, расширение кругозора, приобретение знаний и пр.). Таким образом, на изменение установок оказывает воздействие сложный комплекс факторов, среди которых один оказывается решающим. Он формируется в связи с группой установок, которые мы намерены изменить. Например, пропаганда может стать решающим фактором изменения идейных и общественно-политических установок.

Условия изменения установок

Изменение установок происходит не автоматически; оно требует сознательной и целенаправленной организации социальных процессов. Такая организация должна отвечать некоторым условиям, обеспечивающим протекание этого процесса на оптимально высоком уровне.

Условия, влияющие на протекание процессов изменения установок, подробно рассматривает В. Шрам. По

его мнению, эти процессы могут рассматриваться в следующих аспектах:

1. Для изменения установок человеку необходимо подсказать направленность и содержание этого изменения. Эта мысль должна быть воспринята и понята человеком.

2. Изменение установок произойдет тем успешней, чем больше указанная мысль будет соответствовать имеющимся у данного человека потребностям и мотивам.

3. Изменение будет более вероятным, если: содержание воспринятой информации будет соответствовать признанным нормам группового поведения; источник информации будет достаточно добросовестным и компетентным; передача будет удовлетворять формальным требованиям, предъявляемым к структуре и способу аргументации.

4. Изменение установок будет более устойчивым, если окружающая человека действительность подтверждает содержание воспринятой информации.

5. Изменение установок будет более эффективным, если пропагандистское воздействие подкрепится другими воспитательными воздействиями.

Развивая концепцию В. Шрамма, Дж. Хэллорэн рассматривает влияние на изменение установок таких факторов, как отношение между людьми в данной социальной группе, особенности передачи и отношение к пропагандисту (доверие к нему, расхождение между установками пропагандиста и его аудитории, содержательность передачи, способ аргументации, тип аргументов), личное влияние и личностные характеристики индивида, выступающие как детерминанты изменения установки.

Вопросы, связанные с функционированием системы коммуникатор (пропагандист) — коммуникация — реципиент, — достаточно широко освещены в этой работе. Для полноты картины нужно проследить за психологическими механизмами изменения установок, иначе говоря, рассмотреть проблему функционирования человеческой психики в процессах, связанных с нарушением системы установок.

Психологические механизмы изменения установок

Психологический механизм изменения установок рассматривается в современной социальной психологии в основном сквозь призму разновидностей теории гомеостаза установок. Основным допущением этой теории является то, что движущей силой изменения установок выступают негативные психические переживания, вызванные отсутствием равновесия между отдельными компонентами установок. Последнее происходит под влиянием изменения одного из компонентов установки; в результате вся система стремится обрести утраченное равновесие и вернуть соответствие между своими компонентами. Таким образом возникает новая установка или изменяется устойчивость предшествующей.

Склонность человека к изменению установок зависит также от структуры его личности и в особенности от подверженности убеждению, которая может привести в движение механизмы, нарушающие гомеостаз установок.

Гомеостатические теории изменения установки

Гомеостатические теории изменения установки имеют довольно широкое распространение; критическая разработка этой проблематики также достаточно известна. Мы ограничимся краткой характеристикой некоторых теорий и остановимся на наиболее популярной и наиболее полной теории когнитивного диссонанса. Наша цель при этом заключается в том, чтобы выяснить некоторые психологические аспекты изменения установок и создать определенные теоретические предпосылки для практических выводов.

Критика гомеостатических теорий чаще всего относится к некоторым частным вопросам, не затрагивающим фундаментальных положений; она скорее касается способов рассуждения, чем справедливости выдвигаемых тезисов. Тонкости теоретических разногласий при критике теории гомеостаза не являются существенными для возможного практического применения этой теории.

Ч. Осгуд и П. Таннебаум (при участии Г. Саччи) сформулировали *теорию соответствия источника информации и предмета установки*. Согласно основному положению этой теории, существует соответствие установки тому источнику, из которого исходит данная информация, и предмету, о котором говорит эта информация. Соответствие возникает тогда, когда установки на источник информации и предмет информации имеют один и тот же знак оценки (положительный или отрицательный). Допустим, что источником информации является президент Соединенных Штатов Америки, а ее предметом — международная политика США. Если человек имеет положительные установки по отношению к президенту и внешней политике США, то проявляется указанное выше соответствие. Такой человек предполагает, что президент США всегда будет поддерживать и обосновывать правильность внешней политики своего государства. Если бы президент высказывал точку зрения, не согласующуюся с международной политикой США, то у человека могло бы наступить нарушение соответствия установок на источник и предмет информации. Психологический эффект такого несоответствия — отрицательные эмоции и психическое напряжение. Когда это напряжение становится достаточно сильным, возникает тенденция к изменению установки. Нарушение соответствия установок по отношению к источнику и предмету информации может наступить также тогда, когда ослабевает устойчивость установки по отношению к одному из названных элементов при совпадении знаков оценки этих установок. Отсюда следует, что такое несоответствие и сопровождающее его психическое напряжение могут возникнуть в следующих случаях:

различие в знаках оценки установок, определяющих отношение к источнику информации и ее предмету (положительное отношение к источнику и негативное — к предмету, или наоборот); различие в устойчивости установок, определяющих отношение к источнику информации и ее предмету (устойчивые установки по отношению к источнику,

слабо устойчивые по отношению к предмету, или наоборот).

Этот процесс может иметь место только в том случае, если источник информации и ее предмет связаны между собой в сознании человека.

Стремление к восстановлению соответствия может практически выражаться в изменении установок по отношению к источнику или предмету информации. Если источник информации очень высоко оценивается человеком, то изменение чаще всего затрагивает установки по отношению к предмету информации.

Вернемся к нашему примеру. Если данный человек весьма высоко оценивает президента, он признает справедливость его критических высказываний о внешней политике, то есть изменит свои прежние установки на эту политику. Если же источник, из которого человек получает негативную информацию о предмете, он оценивает не слишком высоко, в то время как на данный предмет он имеет устойчивые установки, скорее всего, произойдет изменение отношения к источнику информации. Таким образом устраняется несоответствие и вместе с ним негативные психические ощущения, сопровождающие его.

Другую разновидность гомеостатической теории установки представляет *теория равновесия эмоционального и интеллектуального компонентов установки*. Согласно этой теории, если имеет место несоответствие между эмоциональным и интеллектуальным компонентами установки, равновесие нарушается. Это приводит к возникновению некоторых отрицательных психических переживаний — эмоциональных и мотивационных. Устранить эти состояния можно за счет ликвидации несоответствия и восстановления равновесия. Должно наступить изменение эмоционального либо интеллектуального компонента установки и их взаимное приспособление. В этом случае перед нами уже другая установка, отличающаяся знаком оценки или устойчивостью. Если по сведениям, полученным извне, мы изменяем мнение о некотором человеке, это влечет и изменение эмоционального отношения к нему. Обратная ситуация редко встречается на практике, хотя и наблюдалась в экспериментах упомянутых авторов.

Наиболее развитая и наиболее известная гомеостатическая теория установки, сформулированная Л. Фестин-

гером,—так называемая *теория когнитивного диссонанса*. Автор усматривает причину изменения установок в несоответствии интеллектуального компонента установки и фактов, относящихся к предмету этого взгляда. Когнитивный диссонанс имеет место в том случае, если пропагандистские передачи (или другие виды информационных передач) противоречат нашим знаниям о действительности. Другими словами, указанные познавательные элементы вступают в диссонанс, если из одного следует отрицание (в психологическом смысле) другого.

Несколько упрощая точку зрения Л. Фестингера, мы можем изложить ее следующим образом:

между познавательными элементами установок может возникать некоторое отношение несоответствия — диссонанс; диссонанс приводит к возникновению неприятных психических состояний, которые вызывают тенденцию к его ограничению или устранению; чем сильнее напряжение, вызванное диссонансом, тем сильнее стремление к его устранению; тенденция к устранению диссонанса проявляется в изменении поведения, убеждений, воззрений и мнений, а также в селективном восприятии информации. Диссонанс ощущается, если некто — прежде высоко нами оцениваемый — совершает недостойный поступок, противоречащий нашим прежним оценкам.

По отношению к определенным общественным условиям можно сказать, что человек испытывает диссонанс, когда отдельные люди или группа людей при непосредственном контакте с ними оказываются иными, чем их образ, созданный в сознании человека. Диссонанс испытывает также человек, совершающий некоторый поступок под чьим-либо давлением или действующий в противоречии с собственными взглядами.

Мы уже говорили, что познавательный диссонанс вызывает у человека неприятное нервное напряжение и отрицательные эмоции. Интенсивность этих негативных состояний зависит от многих факторов. Вообще говоря,

негативные состояния, вызванные когнитивным диссонансом, будут тем интенсивней, чем большее значение человек придает взглядам, которые подвергаются диссонансу, а также чем большее число достаточно зрелых и устойчивых установок вовлечено в диссонанс. Если рассматривать эту проблему с точки зрения межличностных отношений, то можно сказать, что диссонанс будет тем большим:

чем больше различие между нашими установками и воззрениями других людей;

чем меньше людей соглашаются с нашими установками;

чем более симпатичны нам и более компетентны те люди, которые имеют воззрения, противоречащие нашим;

чем менее мы убеждены в собственной компетентности в вопросе, по которому расходимся во взглядах с другими людьми;

чем меньше доводов мы можем привести в поддержку своих установок; чем важнее для нас эти установки. К Диссонанс является психически неприятным состоянием и вызывает стремление к его устранению или смягчению. Последнее может быть достигнуто следующими способами:

отрицанием или непризнанием сведений, противоречащих познавательному компоненту установки; изменением мнения о предмете установки и тем самым отношения к этому предмету; специфическим искажением объективной действительности и приспособлением этого искаженного образа к имеющимся и устоявшимся знаниям о предмете установки. Говоря категориями межличностных отношений, ликвидация когнитивного диссонанса может произойти путем изменения собственных установок, избегания контактов с противниками наших установок или путем убеждения наших противников в правильности наших взглядов. Чаще всего изменение установок происходит тогда, когда они слабо устойчивы или не имеют для человека жизненно важного значения либо когда лицо, про-

шающее противоположные мнения, пользуется высоким авторитетом и считается знатоком в данном вопросе.

Если наши установки устойчивы и мы убеждены в их правильности, мы готовы их защищать самым решительным образом и убедить в их правильности своих оппонентов. Когда же мы не уверены в своем мнении, наши установки расплывчаты и слабо устойчивы. В таких случаях мы стараемся уклоняться от дискуссии. Люди с такими установками склонны окружать себя единомышленниками, с тем чтобы избежать познавательного диссонанса.

В теории Л. Фестингера рассматривается также явление избирательного восприятия информации (см. об этом главу IV). Мы знаем, что селективное восприятие пропагандистского сообщения и субъективное приспособление его содержания к собственной системе взглядов является одним из способов устранения когнитивного диссонанса.

Таковы основные положения теории когнитивного диссонанса. Некоторые недостатки и известная ограниченность этой теории не изменяют того факта, что она вносит существенный вклад в понимание психологических механизмов изменения установки¹.

Теория Л. Фестингера была предметом оживленного обсуждения среди польских психологов и социологов в 1961—1962 гг. В этот период на страницах журнала «Студия социологичне» была опубликована серия статей на эту тему. Начало дискуссии было положено цитировавшейся выше статьей А. Малевского, который утверждал, что теория когнитивного диссонанса имеет большое практическое и теоретическое значение и может быть использована и в нашей стране для решения некоторых социальных проблем.

Против этой теории выступила М. Оссовская. По ее мнению, «широта теории, открывшей перед нами столь заманчивые перспективы, к сожалению, объясняется,

по-видимому, туманностью основной концепции». И "далее: «Понятие когнитивного диссонанса не представляется удачным. Ее положения требуют тщательной проверки как со стороны содержания, так и со стороны возможности их применения». М. Оссовская полагает, что анализируемые с помощью этой теории ситуации слишком далеки друг от друга, чтобы быть охваченными некоторой общей теорией, а психологические явления, о которых в ней идет речь, могут быть объяснены в рамках традиционно психологической терминологии.

Однако возражения М. Оссовской не нашли достаточной поддержки. В настоящее время теория Л. Фестингера приобрела довольно широкую известность и признание.

Подводя итоги обсуждению гомеостатических теорий изменения установки, можно указать на некоторые их общие черты, имеющие наибольшее значение для практики.

1. Все названные теории основываются на модели равновесия сил. Диссонанс наступает в том случае, если один из элементов установки отклонился в своей устойчивости от других. «Большинство теоретических объяснений явления изменения установки имеет по крайней мере одну общую черту,— пишут Н. и Е. Е. Маккоби,— они исходят из модели равновесия сил. Нарушение этого равновесия вызывает поведение, имеющее целью восстановить это равновесие. Иначе говоря, все такого рода теоретические подходы используют и допускают некоторую форму гомеостаза» К

2. Диссонанс между некоторыми элементами, входящими в состав установки, вызывает возникновение неприятных отрицательных эмоциональных и мотивационных состояний. Он приводит к необходимости действия, направленного на ликвидацию диссонанса и восстановление психического равновесия.

3. Причиной несоответствия является приобретенная человеком информация, вступившая в конфликт с имеющимися у него установками. Особую роль в подобных процессах играет пропаганда, которая может стимулировать те или иные изменения в структуре идейных и общественно-политических взглядов.

4. Эти изменения могут затрагивать как знак оценки установки, так и его интенсивность. В результате диссонанса приобретаются взгляды, противоположные предшествующим, либо происходит ослабление имевшейся ранее системы установок.

Названные особенности в различных сочетаниях можно найти во всех гомеостатических теориях.

Личностные детерминанты изменения установок

До сих пор обсуждались только те психологические механизмы изменения установок, которые связаны с самим содержанием взглядов. Но эти механизмы не единственные. Вместе с ними функционируют и оказывают на них влияние некоторые личностные качества людей, определяющие специфическое, присущее только данному индивиду видение действительности. К ним относятся прежде всего потребности человека, особенности его познавательного отношения к действительности, а также его восприимчивость к убеждению. Некоторые люди имеют весьма ограниченные потребности в познании окружающего их мира. Отсутствие определенных интересов или их чрезвычайной направленности приводит к тому, что человек мало заинтересован в приобретении новых знаний и потому конфликты в системе его установок крайне редки. Некоторые люди плохо поддаются убеждению и остаются при своем мнении даже тогда, когда факты ему противоречат.

Такого рода факторы соответствующим образом влияют на приобретение новой информации, способной вызвать диссонанс установок и их возможное изменение.

Потребности познания и формы познавательного отношения. Известно, что существуют устойчивые индивидуальные отличия в переработке информации. Способ переработки информации индивидом называют «стилем познания», подразумевая под этим характерный и постоянный для данного лица способ наблюдения, запоминания и размышления о себе и об окружающем мире. Одни люди склонны к более общим наблюдениям и размышлениям, другие, напротив, подмечают детали, подробности, порой не замечая целого.

Независимо от «стиля познания» различаются уровни потребности в познании. Одни обнаруживают сильную потребность в упорядоченном знании, образующем связ-

ную систему. Другие остаются равнодушными к упорядочению и назначению знаний.

Стиль познания и уровень потребностей в познании не всегда согласуются между собой. Два человека с одинаковым уровнем потребностей в познании могут обладать различными стилями познания: один стремится получить ясную картину ситуации, отыскивая все новые и новые детали, другой пытается схематизировать картину, стирая различия и подчеркивая сходство отдельных ее черт. Последнее не может не сказываться на восприятии пропагандистских материалов.

Общая восприимчивость к убеждению. Пропагандистская деятельность направлена на убеждение человека в правильности некоторых утверждений, на выработку у него готовности к определенному поведению. Стремясь к достижению этой цели, пропагандисты используют различные средства убеждения. Однако не все люди одинаково поддаются убеждению. К сожалению, невозможно установить всю совокупность личностных характеристик, которая бы полностью определяла степень восприимчивости человека к убеждению. Дж. Хэллорэн пишет, «Если проанализировать все работы о связях между структурой личности и общей восприимчивостью человека к убеждению, то выяснится, что эти связи невозможно выразить в какой-либо простой и общей форме. Известно, однако, что некоторые личностные факторы, определяющие общую восприимчивость к убеждению, в сочетании с формой и содержанием коммуникации могут облегчить процесс изменения установок или принятия чужих воззрений».

Исследователи проблемы суггестивности пытались установить некоторую совокупность черт личности, которые могут влиять на степень восприимчивости данного лица к убеждению. По некоторым оценкам трудно поддаются убеждению лица, обладающие:

а) явной враждебностью по отношению к другим (сопротивление убеждению может быть следствием потребности доминирования над другими);

б) готовностью к пересмотру своих взглядов (стремление всегда иметь «запасную позицию», сильный критicism).

В то же время в большей степени податливы к убеждению люди, которым присущи:

а) склонность к живому отклику на символы, богатое и живое воображение;

б) сниженная (в пределах нормы) самооценка; такие люди часто робки, не доверяют собственному мнению, испытывают страх перед возможным отрицательным отношением окружающих;

в) установка скорее на других, чем на себя (термин «установка на других» относится к такой системе ценностей, в которой наиболее существенную роль играет адаптация к социальной среде, конформизм по отношению к социальной группе; «установка на себя» — это система ценностей, в которой главную роль играют некоторые личные цели, а не оценки других людей).

Все эти положения, однако, имеют слишком общий характер и не достаточно проверены на опыте. Тем не менее установлено, что различие в степени восприимчивости к убеждению существует, но делать из этого какие-либо практические выводы, приемлемые для пропагандистской деятельности, пока трудно.

Некоторые практические выводы, следующие из анализа психологических механизмов изменения установок

Определение психологических механизмов изменения установок, как уже отмечалось, может быть полезным при формулировании некоторых выводов, применимых в практической пропагандистской деятельности. Один из выводов состоит, как было уже сказано, в том, что изменение установок с помощью пропаганды является возможным. Теория когнитивного диссонанса в значительной мере помогла понять психологические механизмы этого процесса.

Согласно этой теории, естественное сопротивление изменению установок в некоторых случаях затруднительно, а порой и вовсе не возможно. Трудно сомневаться в истинности информации, которая исходит от компетентного и пользующегося нашим доверием источника. Если такая информация противоречит нашим взглядам, то происходит, как правило, изменение установок, но не снижение доверия к источнику.

В связи с этим сформулируем первый вывод: *для успешности пропагандистской деятельности необходимо иметь доверие к директивному органу пропагандистских выступлений, его авторитету и компетентности.*

Установлено, однако, что существует ряд психологических механизмов, препятствующих восприятию пропагандистского выступления. Успешность восприятия зависит от различия потребностей в познании и стиля познания и от восприимчивости к убеждению. Отсюда следует второй вывод: *повторение одного и того же пропагандистского сообщения нужно производить в различных формах и с помощью различных средств.* Этим достигается определенная индивидуализация пропагандистского выступления.

Из теории когнитивного диссонанса следует, что, чем больше напряженность этого диссонанса, тем сильнее стремление к восстановлению равновесия. В некоторых случаях при устойчивых и прочных установках возникновение сильного диссонанса может привести к отвержению источника информации и дальнейшему упрочению установок («эффект бумеранга»). Если мы убеждаемся, что установки, которые мы хотим изменить, прочно укоренились в сознании людей и высоко ими оцениваются, более разумным будет воздействовать на них с помощью постепенного усиления когнитивного диссонанса — сообщать в определенной очередности информацию, все более и более противоречащую их взглядам (метод малых изменений). Отсюда следует очередной вывод: *в определенных условиях пропагандистскую деятельность следует планировать так, чтобы аргументация непрерывно усиливалась в течение некоторого времени.* Например, нельзя начинать формирование материалистического мировоззрения у верующих с абсолютно-го и полного отрицания их прежнего мировоззрения. Плановое и систематическое сообщение им определенных сведений, например о возникновении Солнечной системы и жизни на Земле, вначале создаст небольшой диссонанс, который затем по мере поступления дальнейшей информации будет усиливаться. Отсюда следует, что одним из методов пропагандистской работы является повышение диссонанса у людей, к которым обращена пропаганда.

Исследования в этой области показали, что большинство изменений взглядов человека в значитель-

ной мере зависит от того, насколько этот человек вовлечен в деятельность, не соответствующую его взглядам. Испытуемые, проводившие беседу, содержание которой не совпадало с их взглядами, обнаружили большие изменения во взглядах, чем испытуемые, только слушавшие эту беседу. Отсюда вывод: *для эффективности пропаганды нужно не только передавать какие-то сведения, но и активно вовлекать людей в пропагандистскую деятельность, даже если последняя не вполне соответствует их взглядам.*

Когнитивный диссонанс активизирует деятельность человека, вынуждая его искать информацию, которая могла бы ограничить или устранить этот диссонанс. Е. Гжеляк пишет: «Люди, переживающие диссонанс и имеющие внутренне несогласованные убеждения, проявляют тенденцию к поиску такой информации, которая бы позволила уменьшить эту несогласованность». На первых порах отыскивается информация, согласующаяся с имеющимися у человека взглядами. Если, однако, он не может найти такую информацию или же последняя плохо согласуется с его точкой зрения, человек меняет направление поиска: он начинает искать информацию, увеличивающую диссонанс, что в итоге приводит к изменению взглядов. Это убедительно показано в исследованиях Эрлиха, Фестингера и Шенбаха. *Поэтому пропаганда должна содержать убедительные и проверенные аргументы, направленные против укоренившихся установок, если мы хотим изменить эти установки.*

Отсюда следует, что в общей совокупности действий, направленных на изменение идейных и общественно-политических установок, весьма существенную роль играет *информативная функция пропаганды.* Когнитивный диссонанс всегда начинается с несоответствия (в широком смысле слова) информации с прежними установками человека. [...] Разумеется, эта информация, передаваемая в форме пропагандистского сообщения, должна быть правильно построена и передана.

Рассматривая динамику изменения установок **под** воздействием пропаганды, мы учитывали только ее психологическую сторону, как того требовал характер данной работы. За пределами рассуждения осталась не менее важная социологическая сторона проблемы: влияние социальных групп на изменение взглядов. Многочисленные исследования показывают, что большинство взглядов и воззрений имеют общественный характер и являются следствием унифицирующего действия неформальных или формальных социальных групп. Прежде всего люди стремятся принадлежать к тем группам, которые придерживаются сходных политических установок. Обмен мнениями внутри этих групп и необходимость соблюдения групповых норм приводят к дополнительному усилению воззрений и установок человека. В некоторых случаях люди выражают готовность оставаться при своем мнении только лишь потому, что оно выражает воззрения группы, к которой они принадлежат. В частности, это относится к влиянию семьи. Однако эта проблема настолько сложна и специфична, что требует особой разработки.