

А. Б. Плотникова

*И. Н. Андреева, доктор психологических наук, доцент
Беларусь, Новополоцк, УО «ПГУ»*

ЭФФЕКТ ЛОЖНОГО КОНСЕНСУСА У СТУДЕНТОВ

Экспериментальным путем изучена проблема влияния эффекта ложного консенсуса на процесс принятия решений у студентов. Цель исследования – выявить особенности проявления эффекта ложного консенсуса у студентов. Установлено, что большинство испытуемых подвержены эффекту ложного консенсуса, а также, что испытуемые, подверженные эффекту ложного консенсуса, склонны давать более положительную оценку своему варианту ответа и негативную оценку людям, выбравшим иной ответ, подтвердилась полностью.

В повседневной жизни люди постоянно принимают решения и выносят суждения, зачастую прибегая к простым и понятным «умственным ярлыкам». Это может быть эффективно в условиях нехватки времени, отсутствия или переизбытка соответствующей информации, или в условиях, в которых не существует очевидного оптимального решения. Однако все это может привести к серьезным ошибкам или когнитивным искажениям.

Когнитивные искажения – это систематические ошибки в суждениях. Они возникают на основе дисфункциональных убеждений, внедренных в когнитивные схемы, и легко обнаруживаются при анализе автоматических мыслей [[1, с. 317](#)].

Когнитивные искажения являются примером эволюционно сложившегося поведения. Одни из них выполняют адаптивную функцию, так как способствуют более эффективным действиям или более быстрому принятию решений. Другие происходят из-за отсутствия соответствующих навыков мышления или из-за неуместного применения навыков, бывших адаптивными в других условиях. Основной причиной когнитивных искажений можно считать стремление нашего организма, а в частности мозга экономить свои ресурсы. Когнитивные искажения могут быть вызваны множеством разных причин, в частности, многие объяснения когнитивных искажений основаны на теории двух систем, которая предполагает, что мы используем две основные когнитивные системы:

– система 1 отвечает за интуитивную обработку, которая является относительно быстрой, автоматической и простой.

– система 2 отвечает за сознательное мышление, которое является относительно медленным, контролируемым и требует усилий.

Наряду с этим немаловажной причиной когнитивных искажений является эвристика доступности. Она заключается в склонности доверять идеям, которые легко приходят в голову [2].

Одним из когнитивных искажений является эффект ложного консенсуса. Эффект ложного консенсуса – это форма социальной проекции, при которой люди переоценивают степень, в которой другие разделяют их характеристики или убеждения [3]. Данный эффект заставляет нас поверить в то, что большинство людей, не говоря уже о «всех», думают и чувствуют именно так, как мы, что другие очень похожи на нас. Все это приводит к ошибочным выводам о популярности какой-либо идеи или веры среди определенной группы людей. Данный термин впервые был введен профессором психологии Стэнфордского университета Л. Россом и его коллегами еще в 70-х годах.

Рассматривая причины ложного консенсуса, следует отметить, что единого объяснения возникновения этого эффекта нет. Одной из возможных причин можно считать то, что, во-первых, мы подсознательно выбираем тех людей, которые схожи с нами и нашими убеждениями. Все это может говорить о том, что, выражая свое мнение, мы ищем поддержку своей позиции, тем самым переоценивая степень согласия окружающих людей.

Во-вторых, собственное мнение для нас имеет огромное значение, то есть наш взгляд на происходящее - это единственная правильная позиция, которую мы обдумываем [4]. В поддержку этому убеждению способствует распространенное предположение о том, что есть только одна объективная реальность. Следовательно, оценивая позиции, убеждение других людей, мы часто не учитываем то, что другие могут иначе интерпретировать набор фактов и обстоятельств.

В-третьих, потребность людей считать свои взгляды и убеждения адекватными, правильными и типичными для других людей [5]. Поэтому можно считать, что эффект ложного консенсуса выступает в качестве способа поддержания и повышения уровня самоуважения и самооценки [6].

Каким бы безобидным, на первый взгляд не казалось данное когнитивное искажение, не стоит его недооценивать. Эффект ложного консенсуса может заставить нас думать, что мы правы по тому или иному вопросу, так как мы уверены, что большинство согласится с нашими взглядами и убеждениями.

Иногда это предубеждение безобидно, например, когда мы убеждаем себя, что наш любимый исполнитель более популярен, чем он есть на самом деле. Однако в других случаях это предубеждение может быть очень проблематичным. В качестве примера можно привести предположение, что ваш партнер разделяет все ваше личные взгляды по поводу дальнейших планов на жизнь. Такие неточности могут стать серьезным источником разногласий.

Наконец, недавние исследования показывают, что эффект ложного консенсуса может породить веру в то, что то, что происходит с вами, случается и со многими другими людьми, это может играть роль в общественном мнении, например, об изменении климата. Если климат в нашей собственной стране часто бывает прохладным, мы можем заключить, что в других частях земного

шара должно быть прохладно, и занять скептическую позицию в отношении реальности глобального потепления [7]. Поэтому доверяя обработку информации эвристики или Системе 1, мы незамедлительно сталкиваемся с эффектом ложного консенсуса.

В качестве испытуемых в нашем исследовании приняли участие студенты Полоцкого государственного университета разных курсов и специальностей. Общее количество испытуемых – 60 человек: 30 юношей и 30 девушек в возрасте от 17 до 21 года ($M=18,3$; $SD=1,06$).

Гипотезы исследования: 1) большинство испытуемых будут подвержены эффекту ложного консенсуса; 2) испытуемые подверженные эффекту ложного консенсуса, будут склонны давать более положительную оценку своему варианту ответа и негативную оценку людям, выбравшим иной ответ.

Методика исследования: констатирующий эксперимент (модификация эксперимента Л. Росса) [3].

Для диагностики эффекта ложного консенсуса студентам предлагалось прочесть описание двух конфликтных ситуаций.

1) Вы гуляете по парку, впереди вас идет молодой человек из кармана которого выпал бумажник.

2) Вы опаздываете на экзамен. По дороге к университету вам встречается бабушка с тяжелыми сумками. Бабушка просит вас ей помочь.

После чего испытуемые должны были во-первых, назвать свой вариант выбора: окликнуть и вернуть бумажник или забрать бумажник себе (в первой ситуации); помочь или отказать бабушке (во второй ситуации). Во-вторых, предположить, какой вариант выберут другие члены группы. В-третьих, испытуемым предлагалось описать качества того человека, который выберет первый вариант, и того, кто выберет второй.

На первом этапе исследования был использован критерий углового преобразования Фишера, с помощью которого были сопоставлены процентные соотношения студентов, подверженных и не подверженных эффекту ложного консенсуса в ответах на опрос в конфликтной ситуации 1 и в конфликтной ситуации 2.

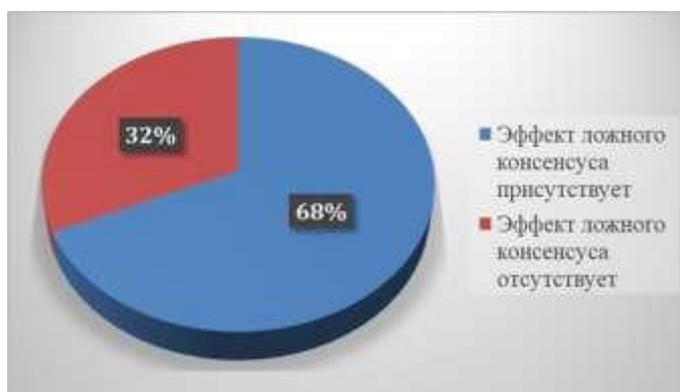


Рисунок 1 – Подверженность эффекту ложного консенсуса в конфликтной ситуации 1

Из представленной выше диаграммы видно, что в конфликтной ситуации 1 больше половины испытуемых 68,3% (41 чел.) были подвержены эффекту ложного консенсуса, $f_{эмп}=4,11$. Поскольку $f_{кр}=1,64$ для 5% уровня значимости и $f_{кр}=2,28$ для 1% уровня значимости, то эмпирическое значение критерия попадает в зону значимости, поэтому можно принять альтернативную гипотезу.

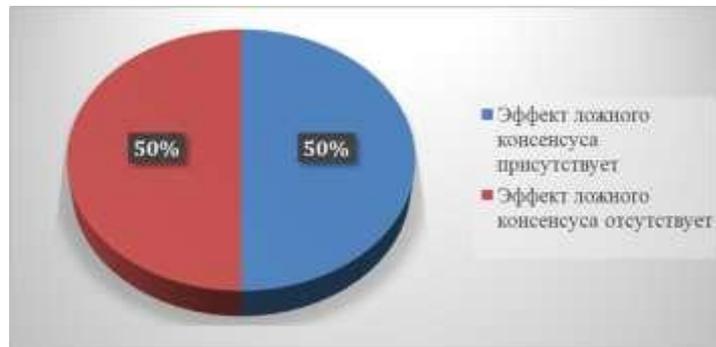


Рисунок 2 – Подверженность эффекту ложного консенсуса в конфликтной ситуации 2

На рисунке 2 можно увидеть, что в конфликтной ситуации 2 ровно половина испытуемых была подвержена эффекту ложного консенсуса.

Исходя из результатов, полученных выше, можно сказать, что выдвинутая гипотеза о том, что большинство испытуемых будут подвержены эффекту ложного консенсуса, подтвердилась частично.

На втором этапе исследования была проведена качественная обработка результатов исследования. Нас интересовало то, какими чертами испытуемые подверженные эффекту ложного консенсуса будут наделять людей, которые отвечают подобно им, и тех людей, которые выбирали ответы отличные от ответов испытуемого. Необходимо упомянуть, что в данном эксперименте нами не учитывались нравственные или моральные аспекты испытуемого.

Как правило, оценивая людей, которые выбрали тот же вариант ответа, что сам испытуемый (и, по его мнению, большинство), он приписывал им положительные характеристики: доброжелательный, ответственный, хороший, честный, совестливый, добрый, отзывчивый. И, напротив, тех людей, которые выбирали отличную от его варианта альтернативу, испытуемый в большинстве случаев характеризовал как: бессовестный, алчный, эгоистичных, жадных, мелочных, не воспитанных, подлый и корыстный.

Анализируя ответы испытуемых, подверженных эффекту ложного консенсуса, можно предположить, что их собственное мнение для них рассматривается как единственно правильная позиция, вследствие чего, оценивая альтернативную позицию, они давали более негативное описание действиям людей, выбравшим другой вариант ответа.

Таким образом, первая гипотеза о том, что большинство испытуемых будут подвержены эффекту ложного консенсуса подтвердилась частично,

вторая же гипотеза о том, что испытуемые, подверженные эффекту ложного консенсуса, склонны давать более положительную оценку своему варианту ответа и негативную оценку людям, выбравшим иной ответ, подтвердилась полностью.

Перспективы исследования состоят в разработке более совершенной методики для диагностики эффекта ложного консенсуса и выявление его причин.

Список использованных источников и литературы

- 1 Александров, А. А. Интегративная психотерапия / А. А. Александров. – СПб. : Питер, 2009. –317 с.
- 2 Канеман, Д. Думай медленно... решай быстро / Д. Канеман. – Москва : АСТ, 2014. – 331с.
- 3 Ross, L. The -false consensus effect: An egocentric bias in social perception and attribution processes / L. Ross, D. Greene, P. House // Journal of Experimental Social Psychology. – 1977. – Vol. 13, № 3. – P. 279–301.
- 4 Mullen, B. Egocentric bias in estimates of consensus / B. Mullen // The Journal of Social Psychology, 1983. – Vol. 121, № 1. – P. 31–38.
- 5 Butler, J. Trust, values and false consensus / J. Butler, P. Giuliano, L. Guiso // International Economic Review. – 2015. – Vol. 56, № 3. – P. 889–915.
- 6 Beauregard, K. Turning up the contrast: Self-enhancement motives prompt egocentric contrast effects in social judgments / K. Beauregard, D. Dunning // Journal of Personality and Social Psychology. – 1998. – Vol. 74, № 3. – P. 606–621.
- 7 Leviston, Z. Your opinion on climate change might not be as common as you think / Z. Leviston, S. Morwinski, I. Walker // Nature Climate Change. – 2011. – Vol. 3, № 4. – P. 334–337.