Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«МОСКОВСКИЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Факультет педагогики и психологии

Кафедра психологии образования

# Курсовая работа на тему:

# ФУНДАМЕНТАЛЬНАЯ ОШИБКА АТРИБУЦИИ

**Научный руководитель:**

Доцент кафедры Социальной Психологии ФПП МПГУ

И.А. Киримова

**Автор:**

студент I курса

Р. М. Бочков

**Москва – 2017**

**СОДЕРЖАНИЕ**

Введение...............................................................................................................3

Глава 1. Теоретические аспекты изучения особенностей фундаментальной ошибки атрибуции

1.1 Особенности каузальной атрибуции в системе социального восприятия............................................................................................................6

1.2 Фундаментальная ошибка атрибуции как тип искажения ситуации человеческой коммуникации............................................................................11

Заключение.........................................................................................................20

Список литературы............................................................................................22

**Введение**

**Актуальность исследования.** Известно множество различных интерпретаций того факта, что человек ищет присутствие себе подобных. У человека поиск контактов с другими людьми связан с возникающей потребностью в общении. В отличие от животных у человека потребность в общении, контакте, является вполне самостоятельным внутренним стимулом, независимым от других потребностей (в еде, в одежде и т. д.). Она возникает у человека чуть ли не с рождения и отчетливо проявляется в полтора – два месяца. В процессе общения должно присутствовать взаимопонимание между участниками этого процесса, поэтому большое значение имеет тот факт, как воспринимается партнер по общению, иными словами процесс восприятия одним человеком другого является обязательной составной частью общения и условно может быть назван перцептивной стороной общения.

Межличностное восприятие – восприятие, понимание и оценка человека человеком. Значительное число исследований межличностного восприятия посвящено изучению формирования первого впечатления о человеке. В них выясняются закономерности «достройки» образа другого человека на основе имеющейся в наличии, нередко ограниченной, информации о нем и, при выявлении актуальных потребностей воспринимающего субъекта, фиксируется действие механизмов, приводящих к искажению межличностного восприятия.

Восприятие предметов и явлений материального мира, их различных свойств и отношений занимает одно из центральных мест в психической деятельности человека. Восприятие составляет основу ориентировки человека в окружающей действительности, позволяет ему организовать деятельность, поведение в соответствие с объективными свойствами и отношениями вещей. В процессе поведения человек воспринимает также свои собственные действия и результаты, чем обеспечиваются обратные связи, регулирующие протекание этого процесса. Отсюда следует актуальность изучения восприятия как психического процесса, путей его становления и развития, профилактики нарушений и особенностей последних, необходимость этих знаний для правильного построения и организации любой деятельности.

Каузальная атрибуция – это феномен социального взаимодействия, который заключается в интерпретации индивидом причин поведения других людей и своего собственного. Процесс восприятия человеком человека, оценки, приписывания определенных характеристик зависит от многих факторов; его можно сравнить разве что с разветвленной многоходовым алгоритмом. Построение моделей межличностного восприятия осуществляется в рамках различных теорий атрибуции, общий смысл которых удачно обобщил Д. Горлиц: «Кто, когда и в отношении кого что сделал, как, для чего и почему?».

Исследование закономерностей восприятия людьми друг друга – одна из наиболее актуальных психологических проблем. Психология с момента своего становления как самостоятельной науки всегда держала эту проблему в фокусе своего пристального внимания. Это объясняется не столько теоретическим, сколько практическим значением вопрос. Понимание других людей необходимо каждому, кто хочет общаться, действовать, воспитывать, заниматься управленческой деятельностью. Ситуации совместной деятельности и общения требуют от участников умения воспринимать, описывать и понимать психологические особенности друг друга. Компетентность и успешность личности в понимании психологических особенностей других людей, партнеров по деятельности – важная способность, которая помогает оптимизировать любую социальную ситуацию, уменьшить вероятность конфликтов.

Необходимо отметить следующие работы отечественных ученых в области каузальной атрибуции: «Предвзятость в каузальной атрибуции» Л.Ю. Александровой; «Прикладные аспекты теории атрибуции» А.И. Анисимого; «Каузальная атрибуция и деятельность: феноменология, исследования и изменение» М.М. Далгатова; «Каузальная атрибуция в сложных жизненных ситуациях» И.В. Михайловой; «Об использовании теории каузальной атрибуции в системах поддержки принятия решений» А.И. Моисеева и пр.

**Цель работы.** Установление особенностей и причин проявления фундаментальной ошибки атрибуции.

**Объект исследования** – каузальная атрибуция.

**Предмет исследования** – факторы и механизмы возникновения фундаментальной ошибки атрибуции.

**Теоретико-методологическая база:** Исследования в области каузальной атрибуции и в области изучения социального восприятия (В.А. Барабанщиков, В.А. Дмитриева, М.И. Еникеев, Г. Келли, А.Р. Лурия, А.А. Налчаджян, Т.Г. Стефаненко и другие)

**Задачи:**

1. Описать особенности каузальной атрибуции в системе социального восприятия.

2. Изучить фундаментальную ошибку атрибуции как тип искажения ситуации человеческой коммуникации.

**Теоретическая значимость**: данная исследовательская работа может служить справочным материалом для учителей в школе для изучения и установки причины конфликтов в детских коллективах.

**Структура работы.** Курсовое исследование состоит из введения, одной главы, заключения и списка использованной литературы, который насчитывает 30 источников. Основной текст работы изложен на 20 страницах.

**Глава I.**

**1.1 Особенности каузальной атрибуции в системе социального восприятия**

Одной из главных психологических потребностей человека как социального индивида является потребность в понимании природных явлений, поступков людей, отношений между государствами и др. Вследствие этого проблема понимания становится универсальной, что имеет немаловажное значение практически во всех сферах общественной и личной жизни – в медицине, образовании, науке, культуре и т.д. И все-таки доминирует потребность в понимании человека человеком. Без умения людей понимать друг друга невозможно представить успешность межличностного общения.

Так же эффективность совместной деятельности невозможна без взаимопонимания, которое требует от каждого участника процесса умения преодолевать сложившиеся стереотипы восприятия, мышления, поведения. Учет точек зрения и состояний других людей является важным способом предупреждения и преодоления конфликтов.

Восприятие людьми друг друга в процессе общения, формирование впечатления является исходной предпосылкой их познания. Такое восприятие – гораздо более активный процесс, чем восприятие человеком других объектов мира, поскольку оно особенно активизирует умственные, волевые, эмоциональные процессы, чаще побуждает к действию, осмыслению себя и других, новым знаниям[[1]](#footnote-1).

Непосредственно этот процесс начинается с отображением внешности. Наблюдатель оценивает внешние признаки и делает умозаключения (иногда бессознательно) о внутренних психологических свойствах партнера по взаимодействию. По одним признакам делается вывод о расовой и национальной принадлежности человека, по другим – о поле, возрасте, социальной принадлежности, уровню культурного развития, еще по другим – о характерологических особенностях, способностях к конкретному делу и пр.

В процессе познания другого человека одновременно происходят эмоциональное оценки его, попытки понять поступки, спрогнозировать его поведение и смоделировать собственную. Это достигается благодаря использованию механизмов идентификации, эмпатии, эгоцентризма, рефлексии, стереотипизации, каузальной атрибуции, эффектов социальной перцепции и др.

1. Идентификация. Одним из самых простых способов понимания другого человека является уподобление себя с ним, что играет важную роль в общении и взаимодействии.

Идентификация (лат. identicus – тождественный) – процесс отождествления (уподобление) себя с другим индивидом или группой, основой которого является эмоциональная связь; приобретение, усвоение ценностей, ролей, моральных качеств другого человека, особенно родителей; копирования субъектом мыслей, чувств, действий другого человека, который является моделью[[2]](#footnote-2).

Следствием идентификации является интроекция (лат. intro – внутрь) – выделение и отождествление себя с личностью или группой, перенос, заимствования, «впитывание» в себя определенных черт объекта и проекция (лат. projectio – выбрасывание) – приписывание другому своих мыслей и чувств[[3]](#footnote-3).

2. Эмпатия (греч. empathia – сопереживание, сочувствие) – постижение эмоциональных состояний другого человека; психический процесс, который позволяет понять переживания другого человека (механизм познания) действие индивида, помогает ему по-особому выстроить общение (особый вид внимания к другому человеку), способность проникать в психическое состояние другого человека (характеристика человека, т.е. эмпатийность)[[4]](#footnote-4).

Способность к эмпатии возрастает при приобретении жизненного опыта, а также среди похожих между собой людей. Уровень эмпатии зависит от способности индивида представить, как одно событие может восприниматься разными людьми, признания права на существование различных точек зрения[[5]](#footnote-5).

Важными формами эмпатии является сопереживание – переживание индивидом тех же эмоциональных состояний, чувств, которые испытывает другой, и сочувствие – эмоциональное восприятие проблем другого безотносительно к собственному состоянию и действиям.

3. Эгоцентризм (лат. ego – я и centrum – средоточие) – сосредоточенность индивида только на собственных интересах и переживаниях, что вызывает его неспособность понять другого человека как субъекта взаимодействия и самодостаточную личность[[6]](#footnote-6).

4. Рефлексия. Этот перцептивный механизм реализуется как внутреннее представление человека о мнении тех, с кем он контактирует.

Рефлексия (лат. reflexio – обращение назад, самопознание) – осознание индивидом того, как его воспринимают и оценивают другие индивиды или общности, вид познания, в процессе которого субъект становится объектом своего наблюдения; размышления, анализ собственного психического состояния[[7]](#footnote-7).

5. Стереотипизация (греч. stereos – твердый и typos – отпечаток) – процесс формирования впечатления о человеке на основе выработанных стереотипов; отнесения социальных объектов или форм взаимодействия к известным или кажущихся известными, явлений, приписывание им знакомых черт с целью ускорения или облегчения межличностного общения[[8]](#footnote-8).

6. Каузальная атрибуция. Атрибуция (от англ. Аttribute – приписывание) – приписывание социальному объекту, который воспринимается и оценивается, характеристик, качеств, которые при непосредственном восприятии не представлены в актуальной ситуации взаимодействия, и не проявились в достаточной мере в предыдущих случаях контакта[[9]](#footnote-9).

Исследования каузальной атрибуции помогает познанию механизмов взаимопонимания, процессов интерпретации субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей.

Каузальная (лат. causa – причина) атрибуция (лат. attributio – приписывание) – интерпретация необходимой субъекту информации путем приписывания партнеру по взаимодействию возможных чувств, причин и мотивов поведения[[10]](#footnote-10).

Ввиду того, участником события или его наблюдателем является субъект восприятия, выделяют следующие типы атрибуции:

- личностная атрибуция. Причина приписывается лично тому, кто совершает поступок;

- объектная атрибуция. Причина приписывается объекту, на который направлено действие;

- атрибуция, связанная с обстоятельствами. Причина приписывается обстоятельствам.

Психолог Р. Хасти отмечает, что существуют определенные специфические предпосылки возникновения атрибуции. Отвечая на онтологические вопросы относительно других личностей и причин их поведения, индивид приписывает им определенные свойства. Это обусловлено следующими ситуациями:

- попытка дать ответ на прямой вопрос относительно другого человека;

- неожиданность, необычность происходящего;

- сложность в решении поставленной социально-психологической задачи;

- зависимость от других индивидов при решении определенных задач[[11]](#footnote-11).

**1.2 Фундаментальная ошибка атрибуции как тип искажения ситуации человеческой коммуникации**

Исследование конкретных искажений коммуникативных процессов осуществляются в общем в пределах экспериментальной социальной психологии. Один из самых важных и распространенных типов искажения ситуаций общения описывается Л. Россом как «фундаментальная ошибка атрибуции». Она проявляется в неправильном объяснении причин поведения окружающих.

Термин «атрибуция» употребляется в психологии в значении процесса приписывания качеств субъекту на основе его поведения. Имеется в виду, что этот процесс имеет место тогда, когда субъект-наблюдатель не обладает достаточной информацией о субъекте-деятеле. То есть, когда мы знаем причины поведения другого лица, то в атрибуции не нуждается. Как указывает Г.М. Андреева, «процесс атрибуции служит человеку для того, чтобы предоставлять смысл окружающим»[[12]](#footnote-12). Очевидно, что, поскольку этот процесс происходит на почве недостаточной информации и предусматривает субъективную интерпретацию воспринятого, то он может приводить и к ошибочным суждениям.

То, как формируются эти атрибуция, – один из основных вопросов социальной психологии. По мнению Гарольда Келли, одного из первых исследователей этой области, процесс принятия такого рода решений аналогичен тому, как ученый прослеживает причины физического воздействия. По аналогии с тем, какой эффект (например, рост давления газа) приписывается определенной причине (например, повышение температуры), если данный эффект имеет место при наличии этой причине, и отсутствует, если условие не выполняется, Г. Келли считал, что когда человек пытается объяснить поведение других людей, он исходит из того же принципа.

Например, чтобы ответить на вопрос «Почему он меня обидел?», обиженный человек должен проанализировать те обстоятельства, при которых это произошло. Постоянно ли это происходит при таких обстоятельствах? Поступают также и другие люди в таких же обстоятельствах? Если ответ на эти и подобные вопросы положительный, то действие, скорее всего, будет приписано ситуативным факторам – внешним причинам, таким как социальное давление команды и пр. Если же ответ будет отрицательным, то действие, вероятно, будет приписано диспозиционным качествам человека, потому что является его внутренней сутью, его отличительной особенностью.

В этом контексте термин «диспозиционное качество» относится к любой характеристике, которая отличает данного человека и делает его более склонной, чем все остальные, поступать именно таким образом. Одна из разновидностей диспозиционного качества – это наличие или отсутствие какой-либо способности (например, кто-то все время падает просто потому, что он неуклюжий.) Другая разновидность диспозиционного качества – это личностная черта (например, кто-то в ресторане всегда оставляет маленькие чаевые, так как он скуп). Атрибуции такого рода всегда приписывают ответственность за совершение поступка самому человеку, а не ситуации, в которой она оказывается.

Анализ, проведенный Г. Келли, показал, что рациональный путь объяснения поведения другого человека состоит в том, чтобы рассмотреть это поведение в контексте целостной ситуации. Возможно, такое поведение обусловлено исключительно личностными особенностями этого человека, а возможно, ситуацией, в которую он попал. Если мы не обратим достаточного внимания на оба эти элемента, мы можем ошибиться в определении того, почему произошло то или иное действие и что оно значит. Однако это удается нам далеко не всегда, поскольку существуют определенные предубеждения и когнитивные искажения, приводящие к ошибкам в процессе атрибуции[[13]](#footnote-13).

Одна из самых распространенных ошибок связана с относительной значимостью для нас ситуативных и диспозиционных факторов. Однако есть данные, свидетельствующие о том, что факторам ситуации мы склонны придавать гораздо меньшее значение, чем они этого заслуживают. Иными словами, люди склонны приписывать причины поведения диспозиционным факторам, недооценивая значимость внешней ситуации. И это предубеждение распространено так широко, что оно получило название фундаментальной ошибки атрибуции. Так, человека, который получает социальную помощь, часто считают ленивым (диспозиционный фактор), хотя он попросту не может найти работу (ситуативный фактор). То же самое относится и к нашей интерпретации общественной жизни. Мы ищем героев и неудачников, мы или хвалим, или осуждаем политических лидеров за то, что они на самом деле практически не могут контролировать.

Эту недооценку ситуативных факторов мы можем проиллюстрировать одним экспериментальным исследованием, в котором студентов колледжа попросили принять участие в игре, которая напоминает телевикторину. Студентов разбили на пары и раздали им карточки, на которых были обозначены две роли: ведущий или участник. Ведущий должен был задавать вопросы по той области, в которой он хорошо ориентировался; участник пытался на них отвечать. Некоторые вопросы были достаточно сложными (например, нужно было вспомнить, как расшифровываются инициалы того или иного писателя). Учитывая сложность вопросов, совсем не удивительно, что участники набирали в среднем четыре балла из десяти возможных. За этой процедурой наблюдали свидетели – тоже студенты. Когда после игры их просили оценить этих двух участников, они воспринимали ведущего как более эрудированного по сравнению с участником, поскольку ведущие владели определенным багажом знаний, который позволял им формулировать достаточно сложные вопросы, а участники не могли на эти вопросы ответить. Понятно, что создавалось впечатление, что участники не знают тех фактов, которые известны ведущим, то есть, они менее эрудированные.

Но на самом деле это сравнение не было справедливым, поскольку ведущие могли выбрать любой вопрос и любую тему, все, что им придет в голову. То есть, если ведущий плохо ориентировался в той или иной области, он просто не задавал вопрос соответствующего содержания, избегая тем самым риска показаться несведущим. Участник, наоборот, не мог выбирать темы по собственному желанию, ему приходилось отвечать на те вопросы, которые задавал ведущий. А поскольку совпадение областей знаний ведущего и участника был практически нереальным, то неудивительно, что участники производили впечатление людей менее эрудированных.

Итак, сама ситуация ставила ведущего в более выгодное положение, и поэтому вывод о том, что ведущий более «эрудированный и умный» не обязательно верный, поскольку в этом случае мы пренебрегаем диспозиционным фактором в пользу ситуативного. И надо сказать, что наблюдатели поступали так почти всегда. Они наблюдали процедуру с самого начала и поэтому знали, что роли ведущего и участника в этой игре были распределены случайным образом. И даже несмотря на это, они все же воспринимали ведущего как более эрудированного по сравнению с участником, совершая тем самым – как и все мы в повседневной жизни – фундаментальную ошибку атрибуции.

Фундаментальная ошибка атрибуции касается недостаточного учета ситуативных причин действий, а «диспозиционные» (те, что относятся к характеру, личностным склонностям и т. п.) причины переоцениваются. Выделяют также мотивационные ошибки атрибуции. Последние заключаются в предвзятости самого субъекта атрибуции. Мотивация действий субъекта атрибуции влияет на сам процесс атрибуции, а оценку действий всех остальных участников определенных событий. Однако, в той или иной степени эта ошибка присутствует во всех атрибутивных процессах в целом и касается субъективного характера интерпретации вообще[[14]](#footnote-14).

Итак, атрибуция сама служит дополнению информации, которой владеет наблюдатель, ее «достройке» с целью иметь полную картину того, что происходит, а также иметь определенное объяснение, видеть смысл в действиях других, в том, что происходит вокруг.

Ошибка атрибуции, тенденция поведение индивида объяснять его «характером», а в случае массовых проявлений определенного поведения – «человеческой природой» – это именно тот фактор, который не позволял раньше выявить ситуативные факторы формирования того или иного поведения индивида.

Ошибка атрибуции касается не только наблюдения нами других людей, нередко она встречается в интериоризированном виде. Об этом свидетельствует результаты эксперимента (Salancik and Conway, 1975). Исследуемым студентам предлагался вопросник, в который входили вопросы религиозного или нерелигиозного поведения опрашиваемых. В одной группе испытуемых в утверждениях, которые касались религиозного поведения, использовалось наречие «иногда», а в тех утверждениях, которые свидетельствовали об отсутствии религиозных убеждений, – наречие «часто». В другой группе утверждение формулировались противоположным образом. Как и ожидали исследователи, независимо от характера самого утверждения, исследуемые чаще выбирали в качестве описывающих их поведение, те высказывания, которые содержали слово «иногда», ведь большинство описанных поступков каждый из исследуемых совершал хотя бы раз[[15]](#footnote-15). Однако на этом уровне результаты эксперимента можно интерпретировать так, что предложенная тема опроса была в целом нейтральной для исследуемых, и именно поэтому наречие «часто» не ассоциировалось для них ни с религиозным поведением, ни с нерелигиозным. Весомым является то, что впоследствии члены первой группы оценивали себя как религиозных лиц, а члены второй группы – наоборот. Члены обеих групп вспоминали, что «иногда» действовали соответственно как религиозные или нерелигиозные лица, а затем уже на основе ответов, данных в вопроснике, делали выводы относительно своей большей или меньшей религиозности. Фактически эти выводы зависели только от того, в какую группу попал исследуемый. Однако психологически имела место самоатрибуция – испытуемые приписывали себе характеристики на основе поведения в определенных обстоятельствах так же, как это сделал бы сторонний наблюдатель[[16]](#footnote-16).

Итак, процесс атрибуции, касается также и самовосприятия, и этим предоставляет дополнительные возможности внешнего манипулирования. С этой точки зрения положения ситуационизма приобретают еще большую актуальность как такие, которые помогают в определении тех случаев, когда лицо действует определенным образом только в своей текущей ситуацией.

Исследование причин конформного поведения позволяет выяснить, что в тех случаях, когда мы охотно приписываем причины поведения личности ее «характеру», «человеческой сущности», достаточно часто существуют другие причины – ситуативные. Организация ситуации влияет на поведения лица не меньше (а иногда и больше), чем его собственные диспозиции. Эта мысль легла в основу концепции ситуационизма в социальной психологии, что связано прежде всего с именем немецкого психолога Курта Левина. Именно ситуация, в которой находится индивид, превращается в предмет исследования в социальной психологии, а не индивид-константа, который переходит от одних обстоятельств в другие по собственной сущности.

Склонность недооценивать значимость ситуативных факторов имеет место в основном тогда, когда мы пытаемся понять поведение другого человека. И совсем иначе обстоят дела в том случае, если мы не наблюдаем за чьим-то поведением, а действуем сами. Если падает кто-то другой, мы решаем, что он рассеянный или неуклюжий. Если падаем мы сами, мы говорим, что дорога скользкая. Этот контраст хорошо иллюстрирует известное в теории атрибуции отличие между тем, кто действует и тем, кто наблюдает: когда мы наблюдаем, мы склонны переоценивать диспозиционные факторы (и именно в этом заключается фундаментальная ошибка атрибуции). Но когда действующее лицо – мы сами, нам кажется, что причина мало когда кроется в нас самих и гораздо чаще – во внешней ситуации[[17]](#footnote-17).

Одно из объяснений этого факта заключается в том, что человек знает самого себя лучше, чем кого-либо другого. Допустим, однажды вечером, расплачиваясь за ужин в ресторане, вы оставили официанту очень маленькие чаевые. Значит ли это, что вы скупой человек? Вы можете быть уверены в том, что это совсем не так, поскольку вы знаете себя самого. Например, вы прекрасно знаете, что вы обычно даете на чай столько, сколько принято, и иногда бываете очень щедрым. У вас достаточно оснований, чтобы быть уверенным в том, что вы совсем не скупой по натуре; и раз сегодня вы оставляете маленькие чаевые – это обусловлено только ситуацией: например, официант был груб или вы не ожидали, что у вас в кошельке окажется так мало наличных.

Стороннему наблюдателю та же ситуация может показаться совершенно другой. Он не видел вас в других ситуациях, аналогичных этой, и поэтому один-единственный случай, когда вы поскупились на чаевые, повлиял на его мнение о вас. У него не было оснований считать, что для вас это исключение из правила, и поэтому он пришел к выводу, что такое поведение для вас типично. Каузальная атрибуция в этом случае будет основываться главным образом на диспозиционном факторе (скупости), а не на факторе ситуации[[18]](#footnote-18).

Существует еще один фактор, который влияет на различие атрибуций того, кто действует, и того, кто наблюдает: они имеют разную визуальную перспективу. Для того, кто наблюдает, предметом восприятия является действующее лицо и сами его действия. Ситуация, которая вызывает эти действия, представляется менее определенной, отчасти потому, что стимулы, на которые реагирует действующее лицо, не всегда могут быть увидены, учитывая ту позицию, которую занимает наблюдатель. Для того, кто действует, характерно обратное. Его внимания не сфокусировано на своем собственном поведении. Во-первых, далеко не все свои поведенческие реакции мы можем четко отследить (например, выражение собственного лица, как правило, увидеть невозможно). Гораздо больше внимания привлекает окружающая ситуация: место, люди, то, как человек все это интерпретирует. Если мы предположим, что тот объект, который привлекает к себе больше внимания (фигура, а не фон), будет восприниматься как причина того, что происходит, то это приведет к различиям в атрибуции: наблюдатель придает большее значение диспозиционным факторам (совершая тем самым фундаментальную ошибку атрибуции), а действующее лицо – ситуативным[[19]](#footnote-19).

Некоторые доказательства такого подхода получены в исследовании, когда два незнакомца встречались и вступали в разговор, который записывается на видеокамеру. Однако когда им демонстрировался эту видеозапись, то был зафиксирован лишь один из двух участников (объясняя это тем, что вторая камера оказалась испорченной, и записанным оставался только звук). В результате один из участников видел то, что он уже видел раньше, а именно второго участника. Но второй видел нечто другое – самого себе. И когда их просили описать свое поведение, то участник, которому была предъявлена видеозапись поведения партнера, демонстрировал типичный паттерн атрибуции: он говорил, что его собственные действия были обусловлены ситуацией. Однако результат был совершенно другим, когда в видеозаписи испытуемый видел самого себя. Перевернутая перспектива приводила к изменению в привычных различиях между тем, кто действует и тем, кто наблюдает. Понаблюдав за самим собой, он начинал описывать свое собственное поведение с диспозиционной точки зрения.

Итак, фундаментальная ошибка атрибуции – эта тенденция переоценивать значение внутренних воздействий на поведение других людей и недооценивать влияние внешних. Происходит это потому, что наше внимание более сосредоточено на самом человеке, чем на ситуации, в которой этот человек находится. Тем более, что информация относительно ситуативных причин для наблюдателя часто отсутствует. Поскольку мы относительно своей ситуации более осведомлены, то когда речь идет о нас самих, мы переоцениваем действие внешних воздействий, а действие внутренних – недооцениваем.

**Заключение**

Часто, не зная или зная недостаточно истинные причины поведения другого индивида, люди начинают приписывать друг другу несвойственные им причины, образцы поведения, общие характеристики. Это явление исследователи назвали фундаментальной ошибкой атрибуции.

Фундаментальная ошибка атрибуции – тенденция переоценки значения личностных черт и установок человека и недооценка роли ситуации в объяснении поведения индивида.

Интерпретируя поведение других людей, мы склонны недооценивать условия ситуации и переоценивать роль их индивидуальных особенностей. Мы склонны объяснять поведение человека его чертами характера, недооцениваем давление и влияние ситуации. Объяснение же собственного поведения часто сводится только к условиям ситуации, частично игнорируя личностные качества.

Частично, причиной ошибки атрибуции является то, что в центре нашего внимания (когда мы наблюдаем за поведением кого-то) – является сам человек, а ситуация относительно невидимой. Когда что-то мы делаем сами, наше внимание сосредоточено на условиях ситуации. Чем меньше у нас возможности наблюдать за поведением людей в различных ситуациях, тем больше мы склонны объяснять их поведение личностными качествами.

Суть фундаментальной ошибки атрибуции: при интерпретации событий мы недооцениваем ситуативные факторы и переоцениваем роль индивидуальных особенностей. И чем больше человек не отвечает общественным и культурным нормам, ролевым ожиданиям – тем больше и глубже будет «приписывание».

Все люди подвержены ошибки атрибуции. Однако, для того, чтобы не попадать в ее сети – попробуйте поставить когнитивный барьер. Перед тем, как осуждать другого человека – попробуйте поставить себя на его место. И прежде, чем оправдывать себя – загляните глубже, возможно причина не так в ситуации, как в вас?

**Список литературы**

1. Александрова Л.Ю. Предвзятость в каузальной атрибуции / Л.Ю. Александрова // Вестник Российского университета кооперации. – 2015. – № 1 (6). – С. 103-109.
2. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для высш. учеб. завед. / Г.М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2013. – 365 с.
3. Анисимов А.И. Прикладные аспекты теории атрибуции / А.И. Анисимов // Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. – 2016. – Т.6., № 1. – С. 49-51
4. Аткинсон Р.Л, Аткинсон Р.С, Смит Э.Е, Бем Д. Дж. Введение в психологию / Р.Л. Аткинсон, Р.С. Аткинсон, Э.Е. Смит, Д. Дж. Бем. – М.: Прайм-Еврознак, 2013. – 672 с.
5. Барабанщиков В.А. Психология восприятия: Организация и развитие перцептивного процесса / В.А. Барабанщиков. – М.: Изд-во Колито-Центр, 2016. – 239 с.
6. Гамезо М.В., Герасимова В.С., Машурцева Д.А., Орлова Л.М. Общая психология: Учебно-методическое пособие / М.В. Гамезо, В.С. Герасимова, Д.А. Машурцева, Л.М. Орлова. – М.: Ось-89, 2016. – 352 с.
7. Глуханюк Н.С., Семенова С.Л., Печеркина А.А. Общая психология / Н.С. Глуханюк, С.Л. Семенова, А.А. Печеркина. – М.: Академический проект, 2013. – 368 с.
8. Далгатов М.М. Каузальная атрибуция и деятельность: феноменология, исследования и изменение. Монография. / М.М. Далгатов. – М.: УМК «Психология», 2015. – 278 с.
9. Дмитриева В.А. Социально-психологические факторы интуитивной атрибуции личностных качеств: дисс. канд. психол. наук : 19.00.05 / Дмитриева Виктория Александровна. – М., 2011. – 163 с.
10. Еникеев М.И. Общая и социальная психология. Учебник для вузов / М.И. Еникеев. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 2015. – 337 с.
11. Запарожнов А.В. Восприятие и действие / А.В. Запарожнов. – М., Просвещение, 2012. – 543 с.
12. Ительсон Л.Б. Лекции по общей психологии / Л.Б. Ительсон. – СПб.: Питер, 2014. – 320 с.
13. Казаков В.Г., Кондратьева Л.Л. Психология: Учебник / В.Г. Казаков, Л.Л. Кондратьева. – М.: Высшая школа, 2014. – 573 с.
14. Келли Г. Процесс каузальной атрибуции // Современная зарубежная социальная психология; Под ред. Г.М. Андреевой, H.H. Богомоловой, Л.А. Петровской. М. : Изд-во МГУ, 2014. – С. 127–137.
15. Ксенда О.Г. Психология личности: курс лекций / О.Г. Ксенда, В.А. Поликарпов. – Минск: Четыре четверти, 2014. – 203 с.
16. Леонтьев А.Н. Лекции по общей психологии / А.Н. Леонтьев. – М.: Смысл; Изд. Центр «Академия», 2013. – 511 с.
17. Лурия А.Р. Ощущение и восприятие. Учебное пособие / А.Р. Лурия. – М.: Прогресс, 2013. – 208 с.
18. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – 6-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2014. – 476 с.
19. Маклаков А.Г. Общая психология / А.Г. Маклаков. – СПб.: Юрайф, 2015. – 765 с.
20. Максименко С.Д. Общая психология / С.Д. Максименко. – М.: Рефл-бук, 2012. – 528 с.
21. Михайлова И.В. Каузальная атрибуция в сложныхжизненных ситуациях: дисс. канд. психол. наук: 19.00.05 / Михайлова Ирина Викторовна. – Ярославль, 2014. – 190 с.
22. Моисеев А.И. Об использовании теории каузальной атрибуции в системах поддержки принятия решений / А.И. Моисеев // Автоматизация процессов управления. – 2016. – № 2. – С. 86-88.
23. Налчаджян А.А. Атрибуция, дисонанс и социальное познане. / А.А. Налчаджян – М.: «Когито-Центр», 2016. – 415 с.
24. Петровский В.П. Общая психология: учеб. для ВУЗов / В.П. Петровский. – 3-е изд., - М.: Просвещение, 2013. – 789 с.
25. Познавательные процессы: ощущение, восприятие / Под ред. А.В. Запорожца, Б.Ф. Ломова, В.П. Зинченко. – М.: Педагогика, 2014. – 336 с.
26. Рогов Е.И. Общая психология: Курс лекций / Е.И. Рогов. – М.: ВЛАДОС, 2013. – 448 с.
27. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2013. – 713 с.
28. Стефаненко Т.Г. Изучение социальной каузальной атрибуции: успехи, проблемы, перспективы / Т.Г. Стефаненко // Мир психологии. – 2016. – № 3. – С. 52-60.
29. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2015. – 461 с.
30. Столяренко Л.Д. Основы психологии. Учебник / Л.Д. Столяренко. – Ростов н/Д: Феникс, 2014. – 247 с.
1. Майерс Д. Социальная психология / Д. Майерс. – 6-е изд., перераб. и доп. – СПб.: Питер, 2014. – С. 211. [↑](#footnote-ref-1)
2. Еникеев М.И. Общая и социальная психология. Учебник для вузов / М.И. Еникеев. – М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА-М, 2015. – С. 106. [↑](#footnote-ref-2)
3. Аткинсон Р.Л, Аткинсон Р.С, Смит Э.Е, Бем Д. Дж. Введение в психологию / Р.Л. Аткинсон, Р.С. Аткинсон, Э.Е. Смит, Д. Дж. Бем. – М.: Прайм-Еврознак, 2013. – С. 174. [↑](#footnote-ref-3)
4. Аткинсон Р.Л, Аткинсон Р.С, Смит Э.Е, Бем Д. Дж. Введение в психологию / Р.Л. Аткинсон, Р.С. Аткинсон, Э.Е. Смит, Д. Дж. Бем. – М.: Прайм-Еврознак, 2013. – С. 175. [↑](#footnote-ref-4)
5. Познавательные процессы: ощущение, восприятие / Под ред. А.В. Запорожца, Б.Ф. Ломова, В.П. инченко. – М.: Педагогика, 2014. – С. 208. [↑](#footnote-ref-5)
6. Там же. – С. 209. [↑](#footnote-ref-6)
7. Леонтьев А.Н. Лекции по общей психологии / А.Н. Леонтьев. – М.: Смысл; Изд. Центр «Академия», 2013. – С. 182. [↑](#footnote-ref-7)
8. .Петровский В.П. Общая психология: учеб. для ВУЗов / В.П. Петровский. – 3-е изд., - М.: Просвещение, 2013. – С. 254. [↑](#footnote-ref-8)
9. Михайлова И.В. Каузальная атрибуция в сложныхжизненных ситуациях: дисс. канд. психол. наук: 19.00.05 / Михайлова Ирина Викторовна. – Ярославль, 2014. – С. 58. [↑](#footnote-ref-9)
10. Стефаненко Т.Г. Изучение социальной каузальной атрибуции: успехи, проблемы, перспективы / Т.Г. Стефаненко // Мир психологии. – 2016. – № 3. – С. 53. [↑](#footnote-ref-10)
11. Познавательные процессы: ощущение, восприятие / Под ред. А.В. Запорожца, Б.Ф. Ломова, В.П. Зинченко. – М.: Педагогика, 2014. – С. 190. [↑](#footnote-ref-11)
12. Андреева Г.М. Социальная психология: учебник для высш. учеб. завед. / Г.М. Андреева. – 5-е изд., испр. и доп. – М.: Аспект-Пресс, 2013. – С. 204. [↑](#footnote-ref-12)
13. Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии / С.Л. Рубинштейн. – СПб.: Питер, 2013. – С. 104. [↑](#footnote-ref-13)
14. Михайлова И.В. Каузальная атрибуция в сложныхжизненных ситуациях: дисс. канд. психол. наук: 19.00.05 / Михайлова Ирина Викторовна. – Ярославль, 2014. – С. 56. [↑](#footnote-ref-14)
15. Моисеев А.И. Об использовании теории каузальной атрибуции в системах поддержки принятия решений / А.И. Моисеев // Автоматизация процессов управления. – 2016. – № 2. – С. 87. [↑](#footnote-ref-15)
16. Там же. [↑](#footnote-ref-16)
17. Налчаджян А.А. Атрибуция, дисонанс и социальное познане. / А.А. Налчаджян – М.: «Когито-Центр», 2016. – С. 176. [↑](#footnote-ref-17)
18. Соколов А. В. Общая теория социальной коммуникации: Учебное пособие / А. В. Соколов. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2015. – С. 93. [↑](#footnote-ref-18)
19. Анисимов А.И. Прикладные аспекты теории атрибуции / А.И. Анисимов // Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. – 2016. – Т.6., № 1. – С. 50. [↑](#footnote-ref-19)