

# ПСИХОЛОГИЯ АТТИТЮДОВ: ОБЗОР СОВРЕМЕННЫХ ЗАРУБЕЖНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

## PSYCHOLOGY OF ATTITUDES: REVIEW OF MODERN FOREIGN STUDIES

V. Latynov

*Summary:* The article considers three areas of modern attitude research: the structure of attitudes, their interrelationships with intrapsychic formations and the human social environment, and the influence of attitudes on human behavior. The influence of the structural features of attitudes on their stability and resistance to impact is analyzed. There are two main approaches to studying the influence of attitudes on human behavior: individual-oriented and aggregated. Significant factors in this regard have been identified: the type of attitude, the nature of the behavioral act and its context.

*Keywords:* attitude, behavior, explicit attitude, implicit attitude, values.

**Латынов Владислав Викторович**

кандидат психологических наук, ведущий научный  
сотрудник, ФГБУН Институт психологии  
Российской Академии Наук (г. Москва)  
vladlat5@lenta.ru

*Аннотация:* В статье рассмотрены три направления современных исследований аттитюдов: структура аттитюдов, их взаимосвязи с внутриспсихическими образованиями и социальным окружением человека, влияние аттитюдов на поведение людей. Проанализировано влияние особенностей структуры аттитюдов на их стабильность и устойчивость к воздействию. Выделены два основных подхода к изучению влияния аттитюдов на поведение людей: индивид-ориентированный и агрегированный. Выявлены значимые в данном отношении факторы: тип аттитюда, характер поведенческого акта и его контекст.

*Ключевые слова:* аттитюд, поведение, эксплицитный аттитюд, имплицитный аттитюд, ценности.

В статье будут рассмотрены три основных направления современных исследований аттитюдов: структура аттитюдов, их взаимосвязи с внутриспсихическими образованиями и социальным окружением человека, влияние аттитюдов на поведение людей.

Под аттитюдами понимаются оценки различных объектов (отдельных индивидов, социальных групп, организаций, способов поведения, идей и др.) по шкале привлекательности-непривлекательности. В настоящее время выделяется три вида аттитюдов, различающихся способом диагностики: эксплицитные (основанные на самооценочных методиках); имплицитные (выявляемые при помощи приемов, «снимающих» контроль сознания и нивелирующих фактор социальной желательности); «цифровые» (полученные посредством анализа цифровых следов (текстов, лайков и т. д.) людей в Интернете) [16, 20].

Традиционно важнейшей характеристикой аттитюдов признается их *валентность* (позитивная, нейтральная или негативная оценка объекта аттитюда). Собственно, именно благодаря ей аттитюды и являются одним из важнейших и часто исследуемых понятий в социальной психологии. Нравится ли человеку тот или иной товар, политик и т. д. во многом определяет его поведение в отношении этих объектов [32].

Современные исследования показали, что при объяснении устойчивости аттитюдов к внешнему воздействию и выраженности их влияния на поведение информации только об их валентности недостаточно, следует учиты-

вать и другие их характеристики (полярность, легкость извлечения из памяти, рефлексивность и др.) [25]. Например, легкость извлечения аттитюдов из памяти способствует более тесной их взаимосвязи с поведением [1].

Значимым для понимания динамики аттитюда является характер его основания (когнитивное оно или эмоциональное), т.е. то, что послужило источником его формирования: факты и данные, касающиеся некоторого объекта, или связанные с ним эмоции. Характер основания влияет на устойчивость аттитюдов к воздействию: основанные на когнициях аттитюды легче корректируются при помощи логической аргументации, а основанные на эмоциях - посредством апелляции к эмоциям [18]. Важность психологических оснований аттитюдов обнаруживается и в случае «цифровых» аттитюдов. Показано, что учет эмоциональности (в добавление к валентности) позволяет более точно прогнозировать их поведенческие эффекты [27].

Современные исследования показали, что помимо частных аттитюдов у людей существует общая установка (диспозиционный аттитюд) на позитивное или негативное восприятие мира [1]. Некоторые люди имеют относительно положительное отношение ко всем объектам, тогда как другие не любят большинство людей, объектов и идей. Позитивный диспозиционный аттитюд положительно коррелирует с чертами, связанными с положительным аффектом (экстраверсией, доброжелательностью, оптимизмом, удовлетворенностью жизнью), а негативный - с чертами, связанными с отрицательным аффектом (невротизмом, поведенческим торможением,

фокусом на профилактике). Наличие подобной установки во многом определяет знак формирующихся установок к новым объектам, а также влияет на поведение людей [1].

В рамках анализа диспозиционных, общих установок изучаются установки, касающиеся глобальных психологических ориентаций людей (на действие или бездействие, на достижение или избегание) [2]. Показано, что наличие у человека ориентации на действие (либо на бездействие) влияло на его оценки событий и устойчивость установок к воздействию [2]. ИмPLICITные установки к способам поведения (ориентация либо на достижение объектов и ситуаций, либо на их избегание) предсказывали поведение людей в реальной жизни [12].

Рассмотрение установок во взаимосвязи с другими психологическими образованиями (ценностями, мотивами и др.) человека позволяет лучше понимать механизмы их функционирования. Так, учет структуры ценностей человека способствует более эффективному воздействию на установки человека [34]. Неоднократно было продемонстрировано, что принятие в расчет не только ценностей, но и других психологических особенностей человека повышает успешность изменения его установок и убеждений [31, 35]. Кроме того, связанные с ценностями установки более явно, открыто проявляются в поведении [9]. Имеет место влияние определенного типа ценностей на установки людей. Например, наличие у человека ориентации на социальное доминирование, т.е. позитивного отношения к существующей в обществе социальной иерархии и доминированию одних групп над другими часто сочетается с негативными установками к определенным социальным группам (женщинами, сексуальным меньшинствам, инвалидам и др.) [5].

Исследования показали, что внутриспсихические взаимосвязи установок могут быть довольно сложными. Так, в зависимости от того, далекие или близкие (в пространстве или во времени) явления оцениваются, влияние на этот новый установок оказывают различные психологические образования человека. Например, в случае формирования установок, касающихся близких событий, более важную роль играют мотивы материальной выгоды, а в случае установок к далеким — ценности [14]. О сложной взаимосвязи ценностей и установок свидетельствует и исследование Милфонта с соавт. (2010), в котором негативные установки к экологической проблематике оказались связаны с ценностями личного самосовершенствования, а позитивные — с альтруистическими [23].

Помимо внутриспсихических взаимосвязей при анализе динамики установок следует учитывать их социальную составляющую, т.е. присутствие в социальном окружении человека людей со сходными установками.

При наличии такой группы лиц существенно возрастает устойчивость установок к воздействию [6]. Люди склонны корректировать свои установки (как эксплицитные, так и имплицитные) в направлении их большего соответствия позиции окружающих [15]. О роли социального окружения в функционировании установок свидетельствуют и результаты исследования, в котором изменению установок (эксплицитных и имплицитных) и поведения в группе способствовала активность специально обученных ее членов [29]. Важна не только позиция социального окружения человека, но и то, насколько он сам ориентирован на мнения других людей. Выраженность такой ориентации зависит от ситуативных и внутриспсихологических факторов [33].

Развитие современных технологий коммуникации повышает актуальность изучения установок, выявляемых посредством анализа цифровых следов (текстов, лайков и др.), оставляемых людьми в виртуальном мире. В последнее десятилетие отмечается значительный прогресс в данной области [16]. Разработаны алгоритмы, позволяющие исследовать «цифровые» установки к самым разным объектам: социальным и этническим группам, политическим акторам, способам поведения, социальным проблемам, технологиям [7, 22].

Для выявления «цифровых» установок, как правило, используются тексты [8, 11]. Так, проведенный на материале 47 языков анализ совместной встречаемости относящихся к мужскому и женскому полам слов со словами, имеющими позитивную и негативную коннотации, позволил обнаружить значимые межязыковые различия в гендерных установках [8]. С помощью цифровых алгоритмов можно исследовать не только текущее состояние установок, но и проводить их ретроспективный анализ. Примером может служить работа Гарга с соавт. (2018), в которой динамика гендерных и этнических стереотипов за последние сто лет изучалась во взаимосвязи с происходящими в обществе трансформациями [11].

В связи с тем, что активные исследования «цифровых» установок начались относительно недавно, то нерешенным остается ряд вопросов методического плана. Так, не прекращаются дискуссии о том, насколько репрезентативны данные, получаемые из социальных сетей, по сравнению с результатами традиционных опросов [26]. Не ускользают ли от внимания ученых, анализирующих «цифровые» установки, мнения отдельных социальных групп (например, пожилых)? Как показали исследования, сомнения такого рода вполне обоснованы. Это, в частности, было обнаружено при изучении «цифровых» установок, касающихся отношений между полами [28]. Хотя в целом наблюдалось соответствие между такого рода установками и данными опросов, однако для ряда групп (афро- и латино-американцы, лица с незаконченным средним и средним образованием) соответствия выяв-

лено не было. О различиях в аттитюдах, выявляемых посредством опросов (European Social Survey), и аттитюдов, основанных на анализе данных социальной сети Reddit, сообщается и в работе Э.Амая с соавт. (2020) [3].

Активное использование методов машинного обучения при выявлении аттитюдов ставит также вопрос об их точности при решении той или иной конкретной задачи. Так, отмечались существенные различия в точности работы цифровых алгоритмов в зависимости от валентности аттитюдов: процент правильно идентифицированных позитивных аттитюдов был существенно выше, чем процент негативных [28].

Помимо изучения структуры и взаимосвязей аттитюдов значительное внимание ученых привлекают их поведенческие эффекты. Можно выделить два подхода к изучению влияния аттитюдов на поведение людей: индивид-ориентированный и агрегированный. Первый (индивид-ориентированный) широко используется в психологии и предполагает диагностику аттитюдов и соответствующего им поведения у одних и тех же индивидов. Затем с целью выяснения степени взаимосвязи аттитюдов и поведения применяются различные статистические методы (например, корреляционный анализ).

Как показали многочисленные исследования, аттитюды оказывают ощутимое влияние на поведение людей [19]. Степень их влияния зависит от действия ряда факторов (типов аттитюдов, характера поведенческого акта, контекста, в котором он реализуется). Так, эксплицитные аттитюды, как правило, лучше предсказывают продуманное, спланированное поведение, а имплицитные — спонтанное, импульсивное [20]. При анализе влияния аттитюдов на поведение следует также учитывать тип аттитюда (общий-частный). Это позволяет более точно прогнозировать поведение людей. Например, в области экологии общие аттитюды лучше предсказывали интегральные индексы экологической активности, включающие многочисленные поведенческие индикаторы [17]. Конкретное же поведение (покупка автомобиля, сбор мусора и т.п.) более точно прогнозировалось на основании специфических аттитюдов. Следует учитывать, что в ряде случаев взаимосвязь аттитюдов и поведения носит нелинейный характер.

Влияние аттитюдов на поведение опосредуется контекстными факторами. Речь идет о наличии в обществе или локальной группе норм, накладывающих ограничения на непосредственную реализацию в поведении аттитюдов, касающихся определенных, так называемых социально-сензитивных тем. Когда такие темы затрагиваются, то активируется фактор социальной желательности и респонденты своими ответами стремятся произвести позитивное впечатление, а не высказать свою точку зрения. В результате взаимосвязь между аттитюда-

ми и поведением оказывается довольно слабой. Например, степень влияния межэтнических и гендерных аттитюдов, затрагивающих социально-сензитивные темы равенства и дискриминации, на поведение существенно ниже, чем аттитюдов, касающихся политики, товаров или экологии [30].

Для объяснения поведенческих эффектов аттитюдов активно привлекается понятие «интенция». Интенции (намерения совершить поведенческий акт) опосредуют влияние аттитюдов на поведение. Как показали исследования, именно интенции оказываются наиболее точными предикторами поведения [17]. Степень влияния аттитюдов на интенции (и, соответственно, на поведение) изменяется в зависимости от культурного контекста. Например, в США аттитюды, как правило, взаимосвязаны с интенциями, что позволяет, основываясь на знании о валентности аттитюда, довольно точно предсказывать интенцию. В Японии же взаимосвязь аттитюдов и интенций слабее, а прогнозирование интенций более успешно осуществляется на основании оценок социальных норм (т. е. представлений о том, как следует себя вести в конкретной ситуации) [10].

В отличие от индивид-ориентированного агрегированного подхода реализует несколько иную логику исследования взаимосвязей аттитюдов и поведения. На первом этапе производится диагностика аттитюдов большой группы лиц — жителей определенного региона, на втором же этапе эти агрегированные (усредненные в целом по группе) данные соотносятся с некоторым внешним, как правило, непсихологическим показателем/критерием (уровнем зарплаты той или иной социальной группы, смертностью в этом регионе и др.). Показано, что чем более негативными были имплицитные аттитюды к афро-американцам в конкретном районе, тем чаще (по сравнению с белыми) применяла полицией по отношению к ним огнестрельное оружие; были выше процент их отстранений от занятий и ниже данные стандартизированных тестов; ниже среди них были уровень усыновления и карьерная мобильность; ниже расходы по программе Medicaid, чаще преждевременные роды и больше различия между афро-американцами и белыми в весе младенцев при рождении [4, 13, 24].

Отметим, что степень влияния аттитюдов на поведение, выявляемая посредством индивид-ориентированного и агрегированного подходов, может ощутимо различаться. Например, подобное наблюдается в случае межэтнических аттитюдов: при использовании индивидуальных данных они довольно слабо влияют на поведение, однако в случае агрегированных отмечаются устойчивые взаимосвязи аттитюдов с рядом объективных поведенческих индикаторов. Так, обнаружена связь валентности эксплицитных аттитюдов к афро-американцам с доступностью для них медицинской помощи

и смертностью от сердечно-сосудистых заболеваний в различных регионах США [21].

Современные исследования свидетельствуют о сложной детерминации их функционирования.

Стабильность аттитудов и выраженность их влияния на поведение людей зависят от действия самых разных факторов: типа аттитюда, особенностей его структуры, характера взаимосвязи аттитюда с другими психическими образованиями человека и его социальным окружением.

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Albarracín D., Shavitt S. Attitudes and attitude change // *Annual review of psychology*. 2018. V. 69. P. 299-327.
2. Albarracín D., Sunderajan A., Dai W., White B.X. The social creation of action and inaction: From concepts to goals to behaviors // Olson, J.M. (Ed.), *Advances in experimental social psychology*. 2019. V. 59. Academic Press, San Diego. CA. P. 2–76.
3. Amaya A., Bach R., Kreuter F., Keusch F. Measuring the strength of attitudes in social media data // Hill C et al., (Eds.) *Big data meets survey science*. 2020. Wiley, Hoboken. P. 163–192.
4. Bell S.B., Farr R., Ofosu E., Hehman E., DeWall C.N. Implicit bias predicts less willingness and less frequent adoption of Black children more than explicit bias // *The Journal of Social Psychology*. 2023. V. 163. P. 554-565.
5. Blais-Rochette C., Miranda D., Kljajic K. A meta-analysis on personality and cultural attitudes // *Canadian Psychology/Psychologie canadienne*, 2022. V. 63. P. 1.
6. Bonetto E., Varet F., Troian J. To resist or not to resist? Investigating the normative features of resistance to persuasion // *Journal of Theoretical Social Psychology*. 2019. V. 3. P. 167–175.
7. Cerina R., Duch R. Measuring public opinion via digital footprints // *International Journal of Forecasting*. 2020. V. 36. P. 987-1002.
8. DeFranza D., Mishra H., Mishra A. How Language Shapes Prejudice Against Women: An Examination Across 45 World Languages // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2020. V.119. P. 7-22.
9. Effron D.A., Miller D.T. How the moralization of issues grants social legitimacy to act on one's attitudes // *Personality and Social Psychological Bulletin*. 2012. V. 38. P. 690–701.
10. Eom K., Kim H.S., Sherman D.K., Ishii K. Cultural variability in the link between environmental concern and support for environmental action // *Psychological Science*. 2016. V. 27. P. 1–9.
11. Garg, N., Schiebinger, L., Jurafsky, D., Zou, J. Word embeddings quantify 100 years of gender and ethnic stereotypes // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 2018. V. 115. P. E3635–E3644.
12. Hannan, T.E., Moffitt, R.L., Neumann, D.L., Kemps, E. Implicit approach–avoidance associations predict leisure-time exercise independently of explicit exercise motivation // *Sport, Exercise, and Performance Psychology*. 2019. V. 8. P. 210-222.
13. Hehman E., Flake J.K., Calanchini J. Disproportionate use of lethal force in policing is associated with regional racial biases of residents // *Social psychological and personality science*. 2018. V. 9. P. 393-401.
14. Hunt, C.V., Kim, A., Borgida, E., Chaiken, S. Revisiting the self-interest versus values debate: The role of temporal perspective // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2010. V. 46. P. 1155-1158.
15. Huntsinger, J., Sinclair, S., Kenrick, A.C., Ray, C. Affiliative social tuning reduces the activation of prejudice // *Group Processes & Intergroup Relations*. 2016. V. 19. P. 217–235.
16. Jackson, J.C., Watts, J., List, J.M., Puryear, C., Drabble, R., Lindquist, K.A. From text to thought: How analyzing language can advance psychological science // *Perspectives on Psychological Science*. 2022. V. 17. P. 805-826.
17. Katz I.M., Rauvola R.S., Rudolph C.W., Zacher H. Employee green behavior: A meta-analysis // *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. 2022. V. 29. P. 1146-1157.
18. Keer M., van den Putte B., de Wit J., Neijens P. The effects of integrating instrumental and affective arguments in rhetorical and testimonial health messages // *Journal of Health Communication*. 2013. V. 18. P. 1148–1161.
19. Kumar, G., Nayak, J.K. A meta-analysis of TPB model in predicting green energy behavior: The moderating role of cross-cultural factors // *Journal of International Consumer Marketing*. 2023. V. 35. P. 147-165.
20. Kurdi B., Seitchik A.E., Axt J. R., Carroll T.J., Karapetyan A., Kaushik N., Tomezsko D., Greenwald A.G., Banaji M.R. Relationship between the Implicit Association Test and intergroup behavior: A meta-analysis // *American Psychologist*. 2019. V. 74. P. 569–586.
21. Leitner, J.B., Hehman, E., Ayduk, O., Mendoza-Denton, R. Blacks' death rate due to circulatory diseases is positively related to Whites' explicit racial bias: A nationwide investigation using Project Implicit // *Psychological Science*. 2016. V. 27. P. 1299–1311.
22. Liu, S., Jialin Liu. Public attitudes toward COVID-19 vaccines on English-language Twitter: A sentiment analysis // *Vaccine*. 2021. V. 39. P. 5499-5505.
23. Milfont T.L., Duckitt J., Wagner C. A cross-cultural test of the value-attitude-behavior hierarchy. *Journal of Applied Social Psychology*. 2010. V. 40. P. 2791–2813.
24. Morehouse K.N., Banaji M.R. The science of implicit race bias: Evidence from the Implicit Association Test // *Dædalus*. 2024. V. 153. P. 21-50.
25. Petty R.E., Briñol P. A process approach to influencing attitudes and changing behavior // *Applications of social psychology: How social psychology can contribute to real world problems*. J. Forgas, W. Crano, K. Fiedler (Eds.). 2020. Psychology Press. P. 82–103.
26. Reveilhac M., Steinmetz S., Morselli D. A systematic literature review of how and whether social media data can complement traditional survey data to study public opinion // *Multimedia tools and applications*. 2022. V. 81. P. 10107-10142.
27. Rocklage M.D., Rucker D.D., Nordgren L.F. Mass-scale emotionality reveals human behaviour and marketplace success // *Nature Human Behaviour*. 2021. V. 5. P. 1323–1329.

28. Scarborough W.J. Feminist Twitter and Gender Attitudes: Opportunities and Limitations to Using Twitter in the Study of Public Opinion // *Socius: Sociological Research for a Dynamic World*. 2018. V. 4. P. 1–16.
29. Stout J.G., Dasgupta N., Hunsinger M., McManus M.A. STEMing the tide: using ingroup experts to inoculate women's self-concept in science, technology, engineering, and mathematics // *Journal of Personality and Social Psychology*. V. 100. P. 255–270.
30. Teige-Mocigemba S., Klauer K.C., Sherman J.W. A practical guide to Implicit Association Task and related tasks. 2023. URL: <https://escholarship.org/content/qt63t6n75d/qt63t6n75d.pdf> (дата обращения 25.06.2024).
31. Tran T.P., Lin C-W., Baalbaki S., Guzmán F. How personalized advertising affects equity of brands advertised on Facebook? A mediation mechanism // *Journal of Business Research*. 2020. V. 120. P. 1-15.
32. Verplanken B., Orbell S. Attitudes, habits, and behavior change // *Annual review of psychology*. 2022. V. 73. P. 327-352.
33. Wijenayake S., van Berkel N., Kostakos V., Goncalves J. Impact of contextual and personal determinants on online social conformity // *Computers in Human Behavior*. 2020. V. 108. P. 1–11.
34. Wolsko C., Ariceaga H, Seiden J. Red, white, and blue enough to be green: effects of moral framing on climate change attitudes and conservation behaviors // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2016. V. 65. P. 7–19.
35. Zarouali B., Dobber T., De Pauw G., de Vreese C. Using a personality-profiling algorithm to investigate political microtargeting: assessing the persuasion effects of personality-tailored ads on social media // *Communication Research*. 2022. V. 49. P. 1066-1091.

---

© Латынов Владислав Викторович (vladlat5@lenta.ru).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»