

ЕЖИКИ ЕДЯТ КАКТУС

ТОДД РОУЗ

ТВОИ {ЧУЖИЕ}
РЕШЕНИЯ



Издательство «АСТ»
Москва

УДК 159.92

ББК 88.52

P79

Collective Illusions:

Conformity, Complicity, and the Science of Why We Make Bad Decisions

Печатается с разрешения правообладателя Javelin, при содействии литературного агентства

Prava I Prevodi.

Роуз, Тодд

P79 Твои чужие решения. Послать или прогнуться? / Тодд Роуз; перевод с английского М. Максимовой. — Москва: Издательство АСТ, 2024. — 288 с.

ISBN 978-5-17-163539-8

Как мы принимаем решения в своей жизни и почему часто следуем советам других людей, даже если они не соответствуют нашим желаниям? Почему придерживаемся точки зрения, в которую необязательно верим? И как заманиваем себя в обстоятельства, мешающие жить полноценной жизнью?

Тодд Роуз — бывший профессор Гарварда, опираясь на передовые исследования в нейробиологии, социальной психологии и поведенческой экономики показывает, что некоторые наши представления друг о друге основаны на ложных предположениях, которые и приводят к неправильным решениям. В книге разобрано множество примеров из реальной жизни, где люди принимали неправильные решения из-за следования чужим советам, и предложены стратегии для принятия более осознанных решений.

Для тех, кто хочет научиться самостоятельно принимать решения и быть уверенным в своем выборе.

УДК 159.92

ББК 88.52

Collective Illusions Copyright

© 2024 by Todd Rose All rights reserved.

© ООО Издательство «АСТ»

© Максимова М., перевод

ISBN 978-5-17-163539-8

Парише Рухани,
самому конгруэнтному человеку,
которого я знаю



И вот еще вопрос: действительно ли «светлое будущее» — всегда лишь дело какого-то отдаленного «там»? А что, если это, напротив, что-то, что уже давно «здесь» — и только наши слепота и бессилие мешают нам видеть и растить его вокруг себя и в себе?

Вацлав Гавел



ВВЕДЕНИЕ

Тайна Элм-Холлоу

В своем воображении мы страдаем чаще, чем на самом деле.

Сенека

Очаровательный псевдомаяк, пристроенный к почтовому отделению в Итоне, штат Нью-Йорк, напоминает далекие дни, когда здание служило городской бензозаправкой. Двухэтажная башня, выкрашенная по спирали в красный и белый, напоминающая шест цирюльника, возвышается над маленьким городком с населением в несколько тысяч человек, устроившимся глубоко в зеленом центре штата. Почти век назад она была молчаливым свидетелем одного из важнейших исследований общественного мнения, о котором вы никогда не слышали.

В 1928 г. в этом городке поселился аспирант Сиракузского университета Ричард Шанк. Один из первых исследователей в новейшей области социальной психологии, Шанк стремился изучить, как отдельные индивиды формируют свое мнение. Он выбрал Итон (в своей 128-страничной докторской диссертаци-



ции он назвал его Элм-Холлоу), потому что это была маленькая, сплоченная религиозная община, удаленная от сложностей городской жизни, где все друг друга знают. Как во всех маленьких городках, в Элм-Холлоу соседи ревностно следили друг за другом. Слухи тщательно отслеживали всех. Если ребенок по дороге домой из школы сорвал яблоко с соседского дерева или мужчина споткнулся о корень, торопясь домой поздно вечером, кто-нибудь обязательно замечал.

Жители Элм-Холлоу понимали, что Шанк приехал изучать их социальное поведение, но быстро стали относиться к ученому из большого города и его жене как к своим. За три года Шанки подружились с жителями Элм-Холлоу, вписались в местное общество. Поскольку пара посещала церковь каждую субботу, их приглашали на крещения, свадьбы и похороны, а также в гости на семейные ужины.

Шанк записывал свои наблюдения за поведением жителей в блокнот, который носил с собой. Он расспрашивал их о надлежащем поведении в обществе, в частности об их взглядах на различные социальные запреты, исходящие от проповедников. «Следует ли крестить погружением в купель или окроплением? Допустимо ли ходить в театр по воскресеньям? Можно ли играть в карты?» (Запрет возник на почве ненависти пуритан к британской королевской семье и их пагубному пристрастию к азартным играм.) Публично ответы были практически единодушными: подавляющее большинство опрашиваемых соглашались, что недопустимы даже такие карточные игры, как бридж.

Но, проведя в Элм-Холлоу год, Шанк понял, что его жители не совсем те люди, которыми притворяются в церквях и других местах. Например, Шанк отмечал, что, несмотря на их публичные заявления, он лично выпивал, курил и играл в карты с большинством взрослых в Элм-Холлоу... в уединении их домов. Такое лицемерие озадачивало Шанка: зачем большинство людей в общине говорят, что не одобряют занятий, к которым явно не испытывают неприязни?

В личных беседах с ними Шанк уговаривал новых друзей сказать правду. Пытаясь понять причину такого несоответствия, он задавал им вопрос, ответ на который навсегда изменит наши взгляды на общественное мнение — и этот ответ приведет к этой книге.



— Как вы думаете, — спрашивал Шанк, — что большинство людей в этой общине сказали бы про курение, употребление спиртного и игру в бридж?

— Большинство людей, — раздавался ответ, — сказали бы, что это очень греховные занятия[1].

Например, впечатляющие 77 % жителей Элм-Холлоу рассказали Шанку, что хотя сами не видят проблемы в карточных играх, но верят, что большинство людей в их общине поддерживают строгий запрет на них [2].

Но они понятия не имели, что на самом деле являлись членами молчаливого большинства. Почти три четверти из них предавались абсолютно одинаковым «порокам», но все держали это в тайне. Даже мистер Фэгсон, молодой, прямолинейный баптистский пастор, на публике продвигавший строгую фундаменталистскую позицию, за закрытыми дверями был играющим в бридж убежденным либералом.

Похожий раскол возник, когда Шанк спрашивал жителей деревни о других самых разных религиозных и светских проблемах, среди которых был и вопрос, стоит или нет строить новую старшую школу совместно с соседней общиной (особенно бурный спор, закончившийся потасовкой).

Ломая голову над этими странными разрывами между общественным и личным мнением, Шанк пришел к выводу, что люди принимали взгляды большинства, чтобы их считали достойными горожанами. Но почему они следовали нормам, которые не нравились им лично и коллективно? И как могли жители такого маленького городка так сильно ошибаться друг в друге?

Тогда-то Шанк и узнал о культурной хватке престарелой вдовы миссис Солт. Поскольку ее отец ранее был пастором в церкви молодого мистера Фэгсона, миссис Солт претендовала на роль воплощения истории и морали этой структуры. Она же являлась крупнейшим жертвователем, и от нее зависела зарплата мистера Фэгсона.

Миссис Солт умудрялась держать горожан в ежовых рукавицах целое поколение. Сила ее личности была такова, что она диктовала людям, что говорить или не говорить на публике. «Поскольку миссис Солт энергичная дама и имеет привычку публично высказывать свои взгляды, — писал Шанк, — люди часто [слышат], как этот церковный авторитет излагает свое мнение,



[и] принимают ее взгляды как типичные для группы, без критического подсчета, сколько человек считают так же, как она» [3].

Однако, когда старушка скончалась, начались изменения. Довольно скоро внешне фундаменталистские пастор и его жена посетили вечер бриджа, где публично играли в карты. Этот феномен запустил волну слухов, которая распространилась по Элм-Холлоу как лесной пожар. Если пастор играет в бридж, то кто еще? В разговорах люди признавались друг другу, что тоже нормально относятся к игральным картам, после чего вслух задавались вопросом, в чем же еще они ошибались. И таким образом чары разрушились.

Ричард Шанк пришел к выводу, что жители Элм-Холлоу добровольно подчинялись миссис Солт, потому что верили (ошибочно), что она выражает мнение большинства. Шанк показал, что даже в крошечном городке люди не обязательно знают друг друга настолько хорошо, как им кажется.

Он продемонстрировал, как легко громогласное меньшинство — в данном случае один-единственный человек — может представлять в ложном свете и вводить в заблуждение остальную группу. И таким образом он дал нам первый правдивый, основанный на исследовании взгляд на предмет этой книги.

Доктор Шанк был одним из первых ученых, исследовавших то, что я называю коллективными иллюзиями [4]. Проще говоря, коллективные иллюзии — социальный обман. Их порождают ситуации, когда большинство членов группы лично не разделяют определенного мнения, но соглашаются с ним, потому что (ошибочно) полагают, что большинство остальных членов группы его поддерживают. Когда люди подчиняются тому, чего, по их мнению, хочет группа, в итоге может оказаться так, что они будут делать то, чего не желает никто. Такова темная магия коллективных иллюзий.

Наиболее известной иллюстрацией коллективной иллюзии является сказка Ханса Кристиана Андерсена «Новое пла-

¹ Исторически ученые называли это множественным невежеством, но я считаю этот термин неподходящим и сбивающим с толку. Проблема человека, находящегося во власти коллективной иллюзии, не в том, что он не осведомлен о мнении группы, а скорее в том, что он уверен, что знает его, но ошибается. Это не невежество, это иллюзия. (Прим. автора)



тье короля», опубликованная в 1837 г. Вы знаете сюжет: два обманщика убедили тщеславного короля в том, что шьют ему изысканный наряд. Они утверждали, что наряд исключительно прекрасен, но увидеть его могут только умные люди. Конечно, никто не хотел показаться глупцом, поэтому все соглашались с обманщиками, хотя на самом деле никакого наряда не существовало. Когда король гордо шествовал по городу практически в чем мать родила, какой-то маленький мальчик выкрикнул правду и чары разрушились [5].

Если бы коллективные иллюзии были ограничены сказками или проявлением религиозных чувств, они бы не казались такими ужасно важными и в этой книге не было бы необходимости. К сожалению, это не так. Сегодня в обществе коллективные иллюзии широко распространены и их опасность растет.

Современное Заблуждение

Если я спрошу, как лично вы определяете успешную жизнь, какой из ответов вы выберете?

А. Человек успешен, если руководствуется собственными интересами и талантами, чтобы стать лучшим в том, что ему нравится больше всего.

Б. Человек успешен, если он богат, достиг карьерных высот или известности.

Что, по-вашему, выберет большинство людей?

Если для себя вы выбрали вариант А, но подумали, что большинство выберет вариант Б, то живете во власти коллективной иллюзии.

Этот вопрос из исследования более 5200 человек, которое мой научно-исследовательский центр Populase проводил в 2019 г., изучая критерии, которыми американское общество определяет успех. Результаты показали, что 97 % выбрали для себя вариант А, но 92 % думали, что большинство выберет вариант Б.

Это открытие было только началом. Используя методы, которые преодолевают эффекты социального давления, чтобы выявить подлинные личные альтернативные приоритеты, мы выяснили, что подавляющее большинство людей считали важнейшими признаками успеха в собственной жизни такие качест-



ва, как характер, хорошие отношения и образование. Но те же самые люди верили, что для большинства приоритетными являлись такие сопоставимые признаки, как богатство, статус и власть.

Рассмотрим поподробнее известность. В этом исследовании из семидесяти шести возможных вариантов опрашиваемые выбрали «быть известным» как единственный приоритет для других американцев в их определении успеха. Но на индивидуальном уровне известность оказалась на последнем месте.

Все так: в частной жизни большинство американцев не заботит известность. Однако они считают, что это путеводная звезда практически для всех остальных в Америке [6]. Основным выводом из этого исследования Populace был ясен: подавляющее большинство из нас хочет, чтобы жизнь имела смысл и цель; и при этом мы одновременно верим, что большинство не разделяет наших ценностей. В результате мы продолжаем скручивать себя в бараний рог, пытаемся приспособиться к тому, что ошибочно считаем ожиданиями других людей.

Личный успех не единственное, где Populace обнаружили коллективные иллюзии. За несколько лет моя организация привлекла внимание к обширным коллективным иллюзиям, которые влияют на все, начиная с жизни, которые мы хотим прожить, и заканчивая страной, в которой мы хотим жить, а также на добросовестность других людей и даже наши взгляды на назначение таких институций, как уголовное право, образование и здравоохранение. Мы обнаружили, что коллективные иллюзии цветут пышным цветом почти в каждой важной сфере социальной жизни в Америке.

Populace не одиноки в своих исследованиях. За последние годы ученые откопали коллективные иллюзии почти во всех уголках мира и всех аспектах общества. Коллективные иллюзии влияют на все — от наших взглядов на войну и изменения климата до политики. Они затрагивают наше отношение ко всему: от гендерных предрассудков до психического здоровья и физической привлекательности. Они воздействуют на наше этическое поведение и даже на пищевые предпочтения [7].

Например, в Соединенных Штатах большинство людей ценят и хотят пользоваться семейными выгодами, которые предоставляют работодатели (например, гибкий рабочий график,



партнерские программы, субсидии на детский сад и так далее). При этом они также верят, что большинству других людей это не нужно [8]. В результате все люди, страдающие от данной иллюзии, с меньшей вероятностью воспользуются этими выгодами, даже если сами хотели бы.

К сожалению, коллективные иллюзии способствуют многократному увеличению стереотипов. Так, жители Китая считают, что другие китайцы относятся к японцам негативнее, чем есть на самом деле, что выливается в более антияпонское общественное мнение [9]. В Японии большинство мужчин хотели бы взять отпуск по уходу за ребенком, но верят, что большинство других мужчин в их стране не хотят. В результате те, кто хотел бы взять отпуск по уходу за ребенком, с гораздо меньшей вероятностью сделают это [10]. В Калифорнии демократы и республиканцы считают, что противная сторона придерживается более крайних взглядов, чем на самом деле, создавая самосбывающееся ложное представление о политическом расколе [11]. Большинство американских спортсменов-учащихся положительно относятся к академическим достижениям, но их представления о том, что у большинства других спортсменов-учащихся не так, заставляют их вести себя так, будто им плевать на оценки, что вредит их успеваемости и подпитывает коллективную иллюзию [12].

Только за последние двадцать лет уровень и влияние коллективных иллюзий возросли до такой степени, что они стали отличительной чертой современного общества. И можете не сомневаться, последствия серьезные. Возьмем, к примеру, проблему гендерного представительства в политике. Несмотря на то что женщины составляют почти половину населения США, в американской политике их крайне мало. И простой ответ — сексизм — объясняет проблему только отчасти. Действительно, исследование частных мнений, проведенное RoperCase, показало, что 79 % опрошенных согласны с утверждением: «Женщина в той же степени, что и мужчина, способна стать хорошим президентом Соединенных Штатов» [13]. Более того, когда дело касается всеобщих выборов — местных ли, на уровне штата или государства — женщины действительно побеждают наравне с мужчинами [14].



Но как только вы спрашиваете: «Женщина так же избирабельна, как мужчина?» — все меняется. Потому что, на более фундаментальном уровне, избирабельность сводится к вашим представлениям о том, что думают другие люди, а не о том, какого кандидата вы считаете наиболее достойным. Например, политолог Реджина Бейтсон обнаружила, что большинству людей было плевать на пол кандидата. Однако, как только они узнавали, что конкурирующий кандидат с такой же квалификацией белый мужчина, они преимущественно считали его более избирабельным [15].

Учитывая устройство нашей политики по принципу «победитель получает все», выборщики регулярно играют в игры «кто сможет победить», которые подчеркивают наши социальные предрассудки. Они думают так: «Я не сексист, но другие сексисты, так что я проголосую за белого мужчину, потому что хочу, чтобы победила моя партия». В этом и состоит проблема коллективных иллюзий. В жизни вы можете быть самым наименее сексистским человеком на планете, но, тем не менее, ваше неверное понимание других людей может привести к тому, что вы станете частью проблемы, не осознавая этого.

Это не гипотетическая проблема: мы наблюдали ее во время президентских выборов 2020 г. В опросе, проведенном перед съездом Демократической партии, агентство *Avalanche Insights* спрашивало избирателей-демократов, за кого они проголосовали бы, если бы выборы проводились в этот день.

Они ответили Джо Байден (1), Берни Сандерс (2) и Элизабет Уоррен (3). Однако, когда их спросили, за кого они проголосовали бы, если бы могли взмахнуть волшебной палочкой и этот человек автоматически стал бы президентом, респонденты без колебаний выбрали победителем Элизабет Уоррен [16].

Бейтсон называет этот феномен «стратегическая дискриминация». Как она объясняет, проблема здесь «не в неприязни к кандидату. В отличие от прямых предубеждений стратегическая дискриминация мотивирована уверенностью, что личность кандидата побудит других людей не делать взносы, не заниматься волонтерством или не голосовать за него или за нее». Таким образом, «американцы считают кандидатов белых мужчин более избираемыми, чем чернокожих и белых женщин и в меньшей степени чернокожих мужчин такой же квалификации» [17].



К сожалению, последствия коллективных иллюзий не ограничиваются политикой. Они бьют в сердце почти всех важных аспектов нашей социальной жизни. Назовите что угодно, действительно важное для вас, и я побьюсь об заклад, что вы в корне ошибаетесь насчет того, что большинство людей на самом деле думает как минимум о половине. И это еще великодушно.

Учитывая разрушительную силу коллективных иллюзий, мы, безусловно, должны найти на них управу. Но мы не можем сделать этого, если первым делом не поймем, почему они существуют.

Настроены друг на друга

Вы моете руки после похода в туалет?

Этот вопрос действительно был основным в проводившемся в 1989 г. исследовании 59 женщин, которые пользовались туалетом в библиотеке своих колледжей. В одном случае исследовательница выступала наблюдателем и лично присутствовала в туалете, пока 31 ученица пользовалась туалетом, в других экспериментальных условиях 28 участниц ее не видели. Исследовательница выяснила, что, хотя 77 % женщин мыли руки, когда думали, что за ними наблюдают, всего 39 % делали это, когда были уверены, что они одни [18].

Каким бы глупым ни казался этот эксперимент, он многое говорит нам о подоплеке коллективных иллюзий. Мы, люди, так глубоко социальны, что всего лишь присутствие других может изменить наше поведение. Это желание соответствовать — что социологи называют «склонностью к конформизму» — не выборочное: оно встроено в нашу биологию.

Например, в 2016 г. исследователи использовали функциональную магнитно-резонансную томографию (фМРТ), чтобы просканировать мозг испытуемых, пока те смотрели на 150 изображений разных блюд, начиная с питательных продуктов вроде брокколи и заканчивая вредными продуктами вроде сладостей. Сразу же после появления изображения участников просили оценить его в зависимости от личных предпочтений по шкале от единицы (не нравится) до восьми (нравится).

Затем, после оценки показанного продукта, участникам показывали средний рейтинг двухсот предыдущих участников, и если

