

На правах рукописи
УДК 316.6:159.9

Балева Милена Валерьевна

**ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ДИНАМИКА
ДИХОТОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА
СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ**

Специальность 5.3.5. Социальная психология, политическая и
экономическая психология (психологические науки)

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
доктора психологических наук

Санкт-Петербург – 2024

Работа выполнена на кафедре общей и клинической психологии федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего образования «Пермский государственный национальный исследовательский университет».

Официальные оппоненты:

доктор психологических наук, профессор, заведующий кафедрой социальной психологии федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Санкт-Петербургский государственный университет»

Гуриева Светлана Дзахотовна

доктор психологических наук, доцент, заведующий кафедрой психологии личности федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»

Рягузова Елена Владимировна

доктор психологических наук, профессор, профессор кафедры общей психологии федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации»

Улыбина Елена Викторовна

Ведущая организация: федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования «Южный федеральный университет».

Защита состоится «03» октября 2024 года в 15:30 на заседании диссертационного совета по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата наук, на соискание ученой степени доктора наук 33.2.018.17, созданного на базе федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена» по адресу: 191186, г. Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, 48, корп. 11, ауд. 37.

С диссертацией можно ознакомиться в фундаментальной библиотеке Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена (191186, г. Санкт-Петербург, наб. р. Мойки, 48, к. 5) и на сайте университета по адресу:

https://disser.herzen.spb.ru/Preview/Vlojenia/000001034_Disser.pdf

Автореферат разослан «___» июня 2024 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета

Семенова Галина Вячеславовна

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы исследования. В исследованиях социальной перцепции можно выделить два методологических направления, которые обозначились в результате развития теории каузальной атрибуции Г. Келли (Kelley, 1973). Опираясь на концепцию «наивной психологии», эта теория впервые соединила феноменологию перцептивного пространства, включающего человека, стимул и обстоятельства, с закономерными процессами обработки информации. Такой синтез обеспечил хорошие перспективы объяснения и предсказания социального вывода с опорой на небольшое число простых логических правил. Вместе с тем, несмотря на жизнеспособность самой теории, она оказалась не только «точкой сборки», но и «точкой расхождения» между атрибутивными и когнитивными исследованиями социального восприятия.

Ядром атрибутивного направления стали исследования индивидуально-личностных и ситуативных коррелятов социальных суждений. Так, например, изучалось влияние расы, пола, физической привлекательности, личностных свойств и контекстных переменных на формирование предвзятости и стереотипов. Другими словами, атрибутивное направление «погрузило» исследования социальных суждений в многообразные контексты взаимного восприятия конкретных социальных групп и отдельных субъектов. Современные теории социальной перцепции, разработанные в рамках атрибутивного подхода, описывают процесс восприятия Другого с точки зрения устойчивых характеристик объекта и субъекта (Fiske et al., 2002; Kaplan, Garner, 2017; Oosterhof, Todorov, 2008), а также влияния ситуативного и культурного контекста (напр., Choi et al., 1999; Grigoryev et al., 2019).

Когнитивное направление развивает, скорее, общепсихологический подход к социальной перцепции, в рамках которого восприятие социальных объектов трактуется с позиций общих законов переработки информации. Исследовательские выводы обнаруживают тенденцию отрыва от специфики конкретных социальных групп и особенностей участников перцептивного процесса. Предполагается, что социальный вывод определяется более базовыми вещами, чем содержание стереотипа в отношении конкретной этнической или профессиональной группы, и в малой степени зависит от личностных характеристик, эмоциональных состояний или мотивации субъекта. Современные исследования, выполняемые в русле когнитивного направления, представлены большим числом дуалистических теорий, которые основаны на идее функционального подхода к процессам

переработки информации (напр., Petty, Cacioppo, 1986; Stanovich, West, 2000). В зависимости от разных параметров ситуации процесс восприятия обеспечивается наиболее оптимальным полюсом дихотомического оператора.

Крайняя степень расхождения между атрибутивным и когнитивным подходами заводит в методологический тупик. Так, с точки зрения атрибутивного подхода, образы Другого, выделенные по разным критериям, отличаются качественной спецификой: белорус, казах, художник или левый радикал не являются *одинаково* «другими» по отношению к условному субъекту восприятия. Им свойственны качественно разные признаки, которые определяют формирование отношения к ним. Это отношение опосредуется и индивидуальными характеристиками субъекта. С точки зрения когнитивного подхода, восприятие Другого носит универсальный характер и, по большому счету, не зависит от особенностей субъекта и объекта восприятия, как не зависит, например, от личности наблюдателя процесс восприятия синего шара и белой пирамиды.

Психологические и физиологические закономерности восприятия, а также сложная структура социальных систем обуславливают относительный характер социальной перцепции. Многообразие определяющих ее факторов создает впечатление принципиальной непредсказуемости динамики социального вывода. Вместе с тем, по выражению С. Фиск и др., «несмотря на невозможность предсказания пути отдельных снежинок в метели, мы можем понять, почему и в каком направлении будет дуть ветер» (Fiske et al., 2002, p. 900).

В нашем исследовании предпринимается попытка новой интеграции атрибутивного и когнитивного взглядов на процесс социальной перцепции. Это становится возможным благодаря дихотомическому подходу. Являясь универсальным инструментом категоризации, он позволяет привести перцептивное пространство к такому набору элементов, которое поддается анализу с точки зрения общих закономерностей обработки информации. В качестве перцептивных дихотомий используются конструкты «Я – Другой», задающие общие контуры перцептивного пространства, а также полюсные характеристики «хороший – плохой», «свой – чужой» и др., определяющие исходное отношение к социальному объекту в континууме позитивных и негативных оценок. Дихотомический подход к социальной перцепции открывает перспективу исследования ее функциональной динамики с позиций когнитивной методологии.

В психологии хорошо известны и эмпирически подтверждены отдельные концепции, описывающие механизмы перцептивных

смещений. К ним относятся, в частности, принцип неприятия потерь, описанный в теории перспектив (Kahneman, Tversky, 1979), а также фундаментальная ошибка атрибуции (Ross, 1977). Вместе с тем до сих пор не ставилась задача системного описания процесса социальной перцепции с точки зрения функциональных смещений на разных уровнях его структурной организации, выделяемых в атрибутивной традиции. Такой подход делает более реальной задачу повышения точности прогнозирования социального вывода, поскольку позволяет вносить коррективы в процесс формирования отношения к объекту. Используя метафору С. Фиск и др. (Fiske et al., 2002), можно сказать, что предсказание результата социального восприятия должно учитывать не только особенности объекта, субъекта или ситуации, но и «поправку на ветер» когнитивных процессов, которая компенсирует отклонение социальных оценок от их исходных позиций.

Предлагаемая в исследовании концептуальная модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции обеспечивает теоретико-методологическую основу для предсказания функциональных смещений дихотомических полюсов социальной перцепции от их исходных позиций под воздействием когнитивных механизмов. Благодаря опоре на атрибутивный подход, модель предполагает исследование когнитивных закономерностей, определяющих отклонения социального вывода, в системно организованном перцептивном пространстве – на уровне объекта, субъекта и информационного контекста восприятия.

Степень разработанности темы исследования. В исследованиях социальной перцепции можно обозначить несколько предметных областей, которые задаются, по сути, разными представлениями о ее каузальных факторах. В рамках атрибутивного подхода выделяются четыре таких области. Первая берет начало в работах Г. Теджфела. Она представлена работами Н.А. Алпеисовой, А.А. Бучек, М. Мачунски, Т. Мейзера, Е.А. Молчановой, Г.У. Солдатовой, Т.Г. Стефаненко, В.Ю. Хотинец и др. Их общим основанием выступает понимание социальной идентичности как основного фактора, определяющего межгрупповые взаимодействия. Вторая область связана с анализом индивидуально-личностных характеристик субъекта восприятия, опосредующих его отношение к социальным объектам. В качестве таковых рассматриваются, в частности, личностные черты, мотивация, особенности психических процессов (Т. Адорно, Дж. Аронсон, И.В. Безменов, К. Крэндалл, Е.А. Молчанова, А.В. Орлова, Ф. Пратто, В.А. Штроо и др.) Третья область ориентирована на обнаружение ключевых характеристик объектов социальной перцепции,

определяющих специфику их восприятия (Р. Аль-Кир, Т.А. Воронцова, М.В. Краус, К. Крэндалл, В.А. Лабунская, А.В. Мудрик, Д.В. Погонцева, Л. Рудман, О. Саррасин, К. Фалет, С. Фиск, Я. Хальберштадт, В.Ю. Хотинец и др.). В рамках четвертой области рассматривается влияние ситуативных (информационных) и культурных факторов на характер социального восприятия (К.И. Ананьева, Д.С. Григорьев, М.О. Резванцева, С.С. Чен и др.).

В рамках когнитивного подхода можно выделить три актуальные предметные области. Первая связана с исследованием роли низкоуровневых и высокоуровневых процессов в формировании социальных суждений (Н. Амбади, Б. Гавронски, Т.А. Ито, Д.Т. Качиоппо, Р.Э. Петти, Т.Д. Уилсон, Д.Б. Фриман, Ш. Чайкен и др.). Вторая включает закономерности распознавания внешне наблюдаемых сигналов объекта (В.А. Барабанщиков, А.А. Демидов, П. Боркенау, Э. Брунвик, С.Д. Гослинг, Н.Н. Остерхоф, А. Тодоров, С. Хиршмюллер и др.). Третья связана с изучением позитивных и негативных эмоциональных реакций, сопровождающих социальную перцепцию (В.А. Барабанщиков, М. Вайсбух, Л. Ван Бовен, О.А. Королькова, Н.Н. Остерхоф, А. Тодоров, Е.Г. Хозе, Х.Э. Эльфенбейн и др.).

Как показывает анализ, исследования социального восприятия осуществляются в логике одного из двух направлений – атрибутивного или когнитивного, что провоцирует методологическую разобщенность и принципиальную невозможность сопоставления их результатов. Это, вне всякого сомнения, препятствует развитию комплексного представления о процессе социальной перцепции. В нашей работе предпринимается попытка преодолеть данный разрыв на основе дихотомического и функционально-динамического подхода к ее пониманию.

Цель исследования: разработка концептуальной модели функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции.

Основные задачи:

1. Проанализировать основные принципы дихотомического подхода и разработанные на его основе психологические теории.
2. Дать описание социальных систем с точки зрения их функциональной динамики.
3. Осуществить анализ процесса социальной перцепции в логике дихотомического подхода.
4. Описать пространство социальной перцепции с точки зрения ключевых факторов, которые могут обеспечивать его стабильность и изменчивость.

5. Построить гипотетическую модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции и подвергнуть ее эмпирической проверке.

6. Исследовать роль фактора конкуренции дихотомических характеристик объекта восприятия в динамике его социальной оценки.

7. Выявить роль фактора смещения перцептивного фокуса в динамике социальных оценок в процессе сравнения «Я – Другой».

8. Проследить динамику низкоуровневых и высокоуровневых когнитивных процессов при изменении перцептивной четкости образа Другого.

9. Исследовать роль фактора угрозы в формировании образа Другого и в динамике отношения к нему.

10. Обобщить результаты проведенных эмпирических исследований в концептуальной модели функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции.

Объект исследования – дихотомическое пространство социальной перцепции.

Предмет исследования – факторы функциональной динамики перцептивных дихотомий на уровне объекта, субъекта и информационного контекста социального восприятия.

Гипотезы исследования.

В работе была выдвинута общая гипотеза о том, что динамика социальной перцепции обнаруживает общие когнитивные закономерности функционального смещения ее дихотомических полюсов на уровне объекта, субъекта и информационного контекста социального восприятия.

В рамках данной гипотезы были сформулированы теоретические предположения и конкретизирующие их рабочие гипотезы, предсказывающие динамику перцептивных дихотомий на уровне объекта, субъекта и информационного контекста социального восприятия:

1. На уровне объекта базовое позитивное восприятие «хорошего» и негативное восприятие «плохого» Другого будет обнаруживать функциональную динамику под влиянием конкуренции дихотомий. При этом эгоцентрические дихотомии будут вызывать более сильные динамические эффекты, чем аллоцентрические дихотомии.

1а) Факторы субъективного и объективного сходства с объектом восприятия могут исказить отношение к «хорошему» и «плохому» объекту таким образом, что личностное сходство с «плохим» объектом будет способствовать формированию более позитивного отношения к нему, а личностный контраст с «хорошим» объектом – формированию к

нему более негативного отношения. Это может проявиться в том, что при высокой выраженности у субъекта негативных личностных черт будет наблюдаться тенденция к оценочному смещению в его восприятии образов «хорошего» и «плохого» человека. Субъективно воспринимаемое сходство с «плохим» объектом обладает более выраженным влиянием на позитивную динамику отношения, чем объективное сходство с ним.

1б) Физическая привлекательность объекта восприятия может исказить отношение к «хорошему» и «плохому» Другому таким образом, что более привлекательный «плохой» будет восприниматься более, а менее привлекательный «хороший» – менее позитивно по сравнению с их базовыми оценками. Наибольшая выраженность опосредующего эффекта красоты будет наблюдаться в отношении объекта противоположного пола.

1в) Выраженность ингрупповой предвзятости и аутгрупповой стереотипизации является результатом эгоцентрической самоидентификации субъекта, опосредованной спецификой аллоцентрических характеристик «своей» и «чужой» групп – их категорией, а также принадлежностью к большинству или меньшинству.

2. На уровне субъекта базовые оценки Другого (как самого по себе, так и в сравнении с Я) будут обнаруживать функциональную динамику в результате изменения фокусных характеристик восприятия.

2а) Экспериментально заданный субъектный или объектный фокус сравнения «Я – Другой» является фактором, определяющим выраженность позитивной предвзятости в пользу Я. В условиях объектного фокуса («Другой по сравнению со мной») позитивная предвзятость в пользу Я является менее выраженной, чем при субъектном фокусе («Я по сравнению с Другим»). Данный эффект проявляется как при сравнении с «плохим», так и при сравнении с «хорошим» объектом.

2б) Индивидуальные особенности когнитивных стилей определяют выраженность стереотипизации образа Другого. Их вклад в показатели социальной перцепции будет снижаться по мере экспериментального усиления перцептивной четкости (узнаваемости) объекта восприятия.

3. На уровне информационных сигналов фактором функциональной динамики базовых оценок Другого является угрожающий стимул.

3а) Наиболее значимыми для формирования оценочного отношения к амбивалентному Другому являются негативные факты его вербального поведения, которые представляют потенциальную угрозу для возможного взаимодействия с ним. Такие факты запоминаются лучше, чем позитивные личностные проявления.

3б) Экстремально негативная пре-стимульная (фоновая) информация сдвигает оценки амбивалентного и валентного Другого по принципу контраста.

Теоретико-методологическую основу исследования составили фундаментальные научные направления, открывающие пути исследования социальной перцепции Другого: целостный подход, отраженный в работах К.А. Абульхановой, Б.Г. Ананьева, Л.Я. Дорфмана, Б.Ф. Ломова, В.С. Мерлина, Я.А. Пономарева, С.Л. Рубинштейна; системный подход, обеспечивающий многоаспектный и многомерный взгляд на явления (В.А. Барабанщиков, Л.Я. Дорфман, В.П. Кузьмин, В.Ю. Хотинец, А.В. Юревич); субъектно-деятельностный подход, определяющий взгляд на человека как активного субъекта многообразных форм активности и деятельности (К.А. Абульханова, Л.И. Анцыферова, А.В. Брушлинский, И.А. Джидарьян, В.В. Знаков, С.Л. Рубинштейн, Е.А. Сергиенко); социально-психологический подход, открывающий перспективы рассмотрения личности как объекта и субъекта социальной перцепции (Г.М. Андреева, А.А. Бодалев, Э. Брунвик, Г. Келли, Р. Нисбетт, Л. Росс, С. Фиск, С. Хиршмюллер); когнитивно-коммуникативный подход (В.А. Барабанщиков, Б.Ф. Ломов), согласно которому восприятие другого человека представляет собой когнитивно-коммуникативное событие; дуалистический подход к когнитивным процессам, предлагающий концепцию функциональной организации обработки информации (Р. Дойч, Д.Т. Качиоппо, Р.Э. Петти, Ф. Штрак, Ш. Чайкен).

Научная новизна работы определяется тем, что в ней предлагается новый подход к системному анализу пространства социальной перцепции. В методическом плане в рамках исследования модифицированы процедуры оценки социальных суждений о Другом в форме оценочного отношения, стереотипизации, а также межличностных и межгрупповых сравнений. Предложены новые принципы экспериментального конструирования искусственных социальных групп, выделенных по врожденным, идеологическим и стратификационным критериям. Предлагается новый подход к рассмотрению социальной перцепции как пространства, образованного дихотомическими категориями аллоцентрического и эгоцентрического типа. В теоретическом плане предложена концептуальная модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции, которая разрешает ряд методологических противоречий между сторонниками атрибутивного и когнитивного подходов в исследованиях социального восприятия. Впервые обнаружены факторы

закономерной динамики перцептивных дихотомий на уровне объекта, субъекта и информационного контекста восприятия.

Теоретическая значимость исследования связана с реализацией интегративного подхода, опирающегося на принципы дихотомического и функционально-динамического анализа, которые позволяют рассматривать системные компоненты процесса социальной перцепции в логике законов когнитивной обработки информации. Результаты проведенных эмпирических исследований позволили зафиксировать ключевые факторы смещения дихотомических полюсов перцептивного пространства на разных уровнях его структурной организации. Представленная в работе концептуальная модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции обеспечивает возможность разрешения методологических противоречий между атрибутивным и когнитивным подходами к исследованиям социального восприятия и позволяет предсказывать закономерные отклонения социального вывода, обусловленные адаптивным характером когнитивных процессов.

Практическая значимость исследования состоит в том, что на основе полученных результатов могут быть разработаны технологии, позволяющие предсказывать и при необходимости компенсировать закономерные отклонения базовых социальных оценок. Эти результаты могут быть востребованы во многих областях, связанных с управлением впечатлением, включая медийную сферу, деловое сотрудничество, педагогическое взаимодействие, психотерапевтическое общение и др. Реализованный в исследовании методологический подход, а также обнаруженные перцептивные феномены включены в содержание лекционных курсов по дисциплинам «Социальная психология», «Теория и практика социального воздействия», «Организация и методы психологического исследования», читаемым в Пермском государственном национальном исследовательском университете.

Методы исследования. Представленные в работе эмпирические исследования осуществлялись в логике экспериментального, квази-экспериментального и корреляционного дизайнов. Процедура включала работу респондентов со стандартизированными опросными и тестовыми методиками, а также выполнение заданий, связанных с оценкой стимульных объектов.

Диагностический инструментарий был представлен опросными методиками (Короткий опросник темной триады, Шкала общего отношения к объекту восприятия), тестами когнитивных стилей («Фигуры Готтшальдта», Методика свободных ассоциаций Р. Гарднера, «Сравнение похожих рисунков» Дж. Кагана, «Свободная сортировка

объектов» Р. Гарднера, Репертуарный тест Дж. Келли, Вербальный тест творческого мышления «Необычное использование» Дж. Гилфорда), а также модифицированными методиками проективного описания Другого М. Мачунски и Т. Мейзера, направленными на измерение ингрупповой предвзятости и аутгрупповой стереотипизации.

В качестве стимульных материалов респондентам предъявлялись образы Другого, представленные (а) текстами-описаниями искусственных социальных групп, выделенных по аналогии с этническими, идеологическими и стратификационными группами, и (б) видеоизображениями юноши и девушки – студентов, обучающихся по специальности «Актерское искусство», исполнивших роли «хорошего», «плохого» и «амбивалентного» человека.

На разных этапах, в зависимости от задач и дизайна конкретного исследования, методики и стимульные материалы предъявлялись респондентам в бумажном варианте, на большом экране или в онлайн-формате на платформе Anketolog.

Обработка данных производилась с помощью нескольких видов статистических анализов: описательной статистики (включая анализ асимметрии и эксцесса), t-критерия Стьюдента, корреляционного анализа, таблиц сопряженности (χ^2), дисперсионного анализа, регрессионного анализа.

Эмпирическая база исследования. В исследовании приняли участие студенты I–IV курсов Пермского государственного национального исследовательского университета, обучающиеся на разных специальностях (психология, социология, философия, филология, экономика, юриспруденция, физика, математика, геология, химия). Общее число респондентов составило 1798 человек в возрасте от 17 до 35 лет ($M = 20,06$, $SD = 1,11$), из них 461 мужчина (26%) и 1337 женщин (74%). Все респонденты давали письменное согласие на обработку персональных данных и подтверждали добровольность своего участия.

Этапы исследования. В период с 2015 по 2017 гг. осуществлялась постановка проблемы, определялись основные методы сбора данных, формировалась общая концепция и методология работы. В 2016–2017 гг. проводились эмпирические исследования, направленные на изучение когнитивных факторов межгрупповой стереотипизации и ингрупповой предвзятости. В 2018–2019 гг. изучались когнитивные, личностные и экспериментально конструируемые факторы социальной перцепции «хорошей» и «плохой» личности. В 2020–2021 гг. осуществлялся анализ роли негативной информации в формировании отношения к объекту. В 2022–2023 гг. велась работа по систематизации и концептуальному обобщению полученных данных в рамках дихотомического и

функционально-динамического подходов. Реализация основных этапов исследования – от постановки проблемы до эмпирического обоснования выдвинутой концепции и оформления текста диссертации – осуществлялась автором лично.

Достоверность данных обеспечивалась за счет опоры на принятые в социальной и когнитивной психологии методологические подходы к исследованию процессов восприятия, соблюдения требований к проведению экспериментальных и диагностических процедур, применения стандартизированных и апробированных методик. Выборка участников отвечала требованиям репрезентативности. Выбор методов статистической обработки соответствовал намеченным задачам и выдвинутым гипотезам исследования.

Положения, выносимые на защиту:

1. Социальная перцепция представляет собой процесс, разворачивающийся в дихотомическом пространстве «Я – Другой», полюса которого являются взаимно детерминированными. Восприятие себя и восприятие Другого имеют общие познавательные цели и реализуются с помощью сходных когнитивных механизмов. При этом их результаты могут обнаруживать тенденцию к конвергенции и дивергенции.

2. Базовая потребность человека в предсказуемости находит отражение в выделении стабильных характеристик перцептивного пространства «Я – Другой», которые повышают субъективную уверенность в верной интерпретации и точном прогнозе своего и чужого поведения. В качестве способов обеспечения такой стабильности используются ментальные конструкты, объединенные понятием «диспозиции». Относимые к себе и Другому, диспозиции выступают своеобразными «якорями», или точками отчета, которые делают возможными гибкое познание и адаптацию в социальной реальности.

3. Адаптивный характер социального восприятия проявляется в способности сосредоточиться на одном параметре оценки и удерживать его в фокусе, не допуская отвлечения внимания (когнитивная устойчивость), а также умения быстро переключаться между параметрами в зависимости от меняющихся обстоятельств (когнитивная гибкость). При этом ни высокая стабильность, ни гибкость не являются предпочтительными. Важное значение имеет способность динамически соответствовать тому уровню стабильности или гибкости, который адекватен текущему контексту.

4. Перцептивные дихотомические категории, определяющие отношение к Другому, можно рассматривать в логике аллоцентрического и эгоцентрического восприятия. Основными аллоцентрическими

дихотомиями являются характеристики «хороший – плохой», «умный – глупый», «красивый – некрасивый». Основными эгоцентрическими дихотомиями выступают характеристики «знакомый – незнакомый», «свой – чужой», «друг – враг», «похожий на меня – не похожий на меня». Формируясь внутри перцептивного пространства «Я – Другой», эгоцентрические дихотомии обнаруживают выраженную детерминацию полюсом Я, в то время как аллоцентрические дихотомии в меньшей степени опосредованы Я-позицией. Эгоцентрические дихотомии обладают большей значимостью при формировании отношения к объекту.

5. Рассмотрение социальной перцепции в логике дихотомического подхода открывает перспективу исследования закономерностей функциональной динамики дихотомических полюсов. Она может выражаться в снижении или повышении оценок Другого, усилении или ослаблении предрасположения в пользу Я и своей группы, а также в расхождении, схождении и инверсии базовых дихотомических полюсов. Системное описание процесса социальной перцепции с точки зрения его функциональных смещений на уровне объекта, субъекта и информационного контекста восприятия позволяет учитывать отклонение перцептивных полюсов от их исходных позиций под воздействием функциональных психологических механизмов. Дихотомическая структура и содержательное значение образующих ее полюсов позволяют предсказывать возможный диапазон динамических состояний перцептивной системы.

6. На уровне объекта восприятия функциональная динамика социальной оценки определяется конкуренцией перцептивных дихотомий. Динамический эффект дихотомий эгоцентрического типа является более выраженным, чем эффект аллоцентрических дихотомий. Данная закономерность прослеживается в сфере межличностного и межгруппового восприятия. Функциональный характер обнаруженной динамики связан с феноменом самоприоритетности.

7. На уровне субъекта восприятия функциональная динамика социальной оценки определяется фокусными характеристиками внимания. Фокусировка на объекте восприятия снижает исходную позитивную предвзятость в пользу Я, что свидетельствует о динамическом «схождении» полюсов отношения в пространстве «Я – Другой». Усиление перцептивной четкости образа Другого приводит к ослаблению роли когнитивных стилей в формировании социального вывода. Функциональный смысл обнаруженных динамик определяется общими законами обработки информации – экономией когнитивных ресурсов и эффектом «точки отсчета».

8. На уровне информационных сигналов функциональная динамика социальной оценки определяется фактором угрозы, воспринимаемой как на сознательном, так и на бессознательном уровне. Формирование отношения к амбивалентному Другому происходит под влиянием преимущественно негативной информации о его личности, а восприятие целевого объекта обнаруживает позитивное смещение его базовой оценки под воздействием экстремально негативного прстимульного образа.

9. Функциональная динамика дихотомического пространства социальной перцепции может быть описана с помощью концептуальной модели, систематизирующей закономерные сдвиги социальных оценок на уровне объекта, субъекта и информационного контекста восприятия под влиянием эффектов конкуренции дихотомий, фокуса восприятия и воспринимаемой угрозы.

Апробация результатов работы. Основное содержание работы отражено в 27 публикациях, 16 из которых опубликованы в рецензируемых научных изданиях, утвержденных ВАК при Минобрнауки РФ для публикации основных результатов диссертационных исследований, из них 9 – в журналах, индексируемых в базах Scopus и WoS. Теоретические и эмпирические результаты исследования обсуждались на методологических семинарах кафедры психологии развития, кафедры общей и клинической психологии, межкафедральном научном семинаре философско-социологического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета.

Основные положения работы докладывались на следующих научных конференциях: 23-я Междисциплинарная международная конференция по нейронаукам и биологической психиатрии (Санкт-Петербург, 2016), Всероссийская юбилейная научная конференция, посвященная 45-летию Института психологии РАН и 90-летию со дня рождения Б.Ф. Ломова (ИП РАН, Москва, 2017), XVI European Congress of Psychology (Moscow, 2019), Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Социальная психология и общество: история и современность» (МГППУ, Москва, 2019), Международная научно-практическая конференция «Ананьевские чтения» (СПбГУ, Санкт-Петербург, 2022, 2023), Международная научно-практическая конференция «Социальная психология: вопросы теории и практики» (МГППУ, Москва, 2023).

Эмпирические исследования, проведенные в рамках работы над диссертацией, были поддержаны грантами РФФИ и Пермского края: проект № 16-16-59006 (региональный конкурс 2016 г., руководитель

Балева М.В.), проект № 18-013-00329 (федеральный конкурс 2018 г., руководитель Балева М.В.), проект № 20-413-590001 (региональный конкурс 2020 г., руководитель Балева М.В.).

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, семи глав, выводов, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем работы – 403 листа. Список литературы содержит 551 источник. Эмпирическая часть работы включает 40 таблиц и 42 рисунка.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во **Введении** обосновывается актуальность темы исследования, формулируется его проблема. Раскрываются теоретико-методологические основания исследования, определяются его объект, предмет, цель и задачи. Приводится описание выборки и методов исследования. Формулируются гипотезы и положения, выносимые на защиту. Дается характеристика научной новизны, теоретической и практической значимости исследования.

В **главе I «Дихотомический подход к функциональному анализу психологических феноменов»** представлен обзор подходов к понятию дихотомии, принципов дихотомического анализа, а также когнитивных и социально-психологических дихотомических теорий.

В § 1.1. *Феноменология дихотомии: полярность, реципрокность и вероятность* раскрывается основная идея дихотомического подхода, которая заключается в том, что каждое свойство объекта обладает своей противоположностью. Показано, что наиболее очевидная, и даже крайняя, форма такого представления находит отражение в концепциях, рассматривающих разного рода полярности. При полярном подходе дихотомии могут быть объектом критики, если они служат инструментом неоправданного редуцирования сложных и многогранных явлений (Тимощук, 2019). В социальных науках полюса дихотомий, являясь четко выделенными и содержательно наполненными, образуют, во-первых, динамическую систему, а во-вторых, имеют относительные границы. Это привносит в понятие дихотомии смысловую идею реципрокности, или комплементарности (Благирев, 2022). Теории, в которых дихотомии рассматриваются с таких позиций, обычно фокусируются на взаимодополнении и взаимозависимости противоположных концептуальных конструкторов. Сама суть процесса формирования дихотомий связана с вероятностным подходом к определению границ между категориями. Случайным (вероятностным) является и наступление условий, при которых тот или иной объект может быть

отнесен к одному из дихотомических полюсов (напр., Иллуз, 2020; Исаев, 2016; Корнилова, 2014). Делается вывод о том, что в сложных системах множественность дихотомий или сплетение их различных элементов может сосуществовать полифонически без каких-либо четко определенных границ.

§ 1.2. *Структурная и динамическая парадигмы как основа дихотомического и функционально-динамического анализа.* Описываются существующие в психологии структурная (морфологическая) и динамическая парадигмы (см. Асмолов, 2002; Корнилова, Смирнов, 2006). Они рассматриваются как фундаментальные основания для дихотомического и функционально-динамического анализа. Показано, что структурная парадигма позволяет достаточно точно описать основные черты и характеристики личности, а также составляющие поведенческого акта. Она полезна для классификации и сравнительного межличностного анализа. Ее недостатком является пренебрежение динамикой и контекстом, что затрудняет объяснение изменчивости личности и поведения. В свою очередь, динамическая парадигма помогает понять развитие личности, ее изменения в определенных ситуациях и взаимосвязь с окружающей средой. Она учитывает контекстуальные факторы и важность процессов саморегуляции. Однако динамическая парадигма плохо справляется с описанием и классификацией личностных особенностей. Отмечается, что в современных исследованиях все чаще используется интеграция морфологического и динамического подходов, что позволяет получить более полное понимание личности и поведения (напр., Назаров, 2000). Это дает возможность учитывать и описывать как статические, так и динамические аспекты психологических феноменов и выявлять их взаимосвязи и взаимодействия в формировании личности и поведения.

В § 1.3. *Функциональная динамика социальных систем* отмечается, что выбор конкретной формы социального взаимодействия (будь то формирование симпатии или антипатии, приближение или удаление и т.д.) осуществляется в пространстве множества потенциальных реакций дихотомического типа, которые представляют собой эволюционно обусловленные алгоритмы действий, например, бить или бежать. Эти алгоритмы подвержены многочисленным культурным трансформациям и испытывают на себе влияние индивидуальных особенностей и опыта человека. Исследования показывают, что социальные взаимодействия могут вызывать изменения в нейронах и связях между ними (Bickart et al., 2011; Kanai et al., 2010). Эти изменения связаны, по всей видимости, с более эффективной обработкой и пониманием социальной информации, что подчеркивает адаптационный характер динамики социальных систем.

§ 1.4. *Функциональные дихотомии в когнитивной и социальной психологии.* Обосновывается идея о том, что, являясь способом восприятия и упорядочивания информации, дихотомия функциональна по своей природе. Она служит, с одной стороны, инструментом, а с другой – результатом познания, предоставляя мыслящему субъекту выбор альтернатив для лучшей адаптации. Первые эмпирические модели психики, основанные на принципе функциональной дихотомии, появились в когнитивной психологии. В социальной психологии также существует целый ряд моделей, которые могут описать социальные установки и поведение с позиций функциональной дихотомии (Chaiken, 1980; Chen, Chaiken, 1999; Fazio, Towels-Schwen, 1999; Gawronski, Bodenhausen, 2006; Gawronski, Bodenhausen, 2011; Petty, Cacioppo, 1986; Strack, Deutsch, 2004; Wilson et al., 2000). В целом, эти модели предсказывают, что в разных обстоятельствах один тип обработки информации будет иметь преимущество перед другим. Например, включение «быстрого» мышления обеспечит простоту и более высокую скорость обработки информации по сравнению с «медленным» мышлением. Однако упрощение и скорость имеют свою цену, поскольку могут привести к более низкой точности вывода (Stanovich, West, 2000). Низкоуровневые и высокоуровневые когнитивные процессы находятся в динамическом взаимодействии. Сменяя друг друга, они обеспечивают непрерывное научение. При этом до сих пор открытым остается вопрос о конкретных ситуативных факторах, определяющих взаимную смену этих процессов, а также о критериях адаптационного потенциала их циклической динамики.

В § 1.5. *Заключение по главе* подытоживается содержание предыдущих параграфов и обосновывается их связь с концепцией исследования. С опорой на зонтичные термины «низкоуровневых» и «высокоуровневых» процессов, которые соотносятся с автоматическими/имплицитными и контролируемыми/эксплицитными процессами, ставится исследовательский вопрос о факторах социального восприятия, обеспечивающих их циклическую динамику. В логике дихотомического подхода к обработке информации выдвигается предположение о наличии дифференцирующих сигналов социальной среды, меняющих установки в отношении Другого.

Глава II «Дихотомии в социальной перцепции» посвящена обзору перцептивных дихотомий, которые определяют отношение к Другому на основе анализа совокупности эволюционно значимых категоризирующих признаков.

В § 2.1. *Я и Другой как пространство перцептивной дихотомии* перцептивное пространство Я – Другой рассматривается как дихотомический континуум, полюса которого являются взаимно детерминированными (Дорфман, 1993; 2016; Рягузова, 2012; Ryan, Deci, 2000). Онтогенетически восприятие Другого предшествует восприятию Я (Пиаже, Инхельдер, 1983/2003; Сергиенко, 2004) и во многом определяет его. В свою очередь, самовосприятие, а также его мета-уровень задают рамки понимания и оценки Другого (Baumeister, 1998). Отмечается, что вопрос о сходстве и различиях самовосприятия и восприятия других людей является дискуссионным. С одной стороны, эти процессы обнаруживают содержательную идентичность (конвергенцию), а с другой стороны, – расхождение (дивергенцию). Основой перцептивной дивергенции является разница между интроспективной и экстропективной направленностью процесса восприятия.

§ 2.2. *Дихотомические векторы восприятия Другого: аллоцентрический и эгоцентрический подходы.* Обосновывается предположение о том, что интроспективную и экстропективную перцептивную направленность можно соотнести с эгоцентрическим и аллоцентрическим типом мышления (de Vignemont, 2008; Frith, de Vignemont, 2005). Аллоцентрическое самовосприятие предполагает рассмотрение себя с отстраненной точки зрения, так, как это сделал бы сторонний наблюдатель. Аллоцентрический взгляд на Другого – это оценка его поведения (и в целом существования) независимо от себя, но в сравнении с другими людьми. Эгоцентрическое самовосприятие предполагает непосредственное обращение к своим мыслям и чувствам, а эгоцентрическое восприятие Другого – его оценку относительно самого себя. Аллоцентрическое восприятие Другого представлено набором дихотомических оценочных характеристик, значимых для формирования отношения: «хороший – плохой», «умный – глупый», «красивый – некрасивый» и др. В свою очередь, эгоцентрическое восприятие Другого конструируется в рамках дихотомий «знакомый – незнакомый», «свой – чужой», «друг – враг», «похожий на меня – не похожий на меня» и др. Параграф содержит развернутый обзор исследований, посвященных закономерностям восприятия Другого в контексте данных описательных категорий. Делается вывод о том, что эгоцентрические дихотомии по сравнению с аллоцентрическими являются более субъективными, однако аллоцентрические дихотомии не вполне лишены эгоцентрической составляющей.

В § 2.3. *Интегративные дихотомические модели социальной перцепции* представлен обзор концептуальных моделей, в которых формирование образа Другого описывается на уровне структуры и

механизмов. Структурные модели выделяют ключевые дихотомические факторы, или критерии социальной оценки – компетентность и теплоту (Fiske et al., 2002; Rosenberg et al., 1968), валентность и доминантность (Oosterhof, Todorov, 2008). Структурно-динамические модели объясняют процесс формирования впечатления в дихотомическом пространстве Я–Другой как этапы кодировки и декодирования личностных характеристик объекта с помощью внешних сигналов (Brunswik, 1956; Funder, 1995; Hirschmüller et al., 2013).

В § 2.4. *Заключение по главе* представлено обобщение теоретико-эмпирических представлений о дихотомическом подходе к социальной перцепции. Отмечается, что динамика перцептивного процесса может быть проанализирована не только на уровне последовательных этапов движения информации от объекта к субъекту восприятия. Рассмотрение социальной перцепции в логике дихотомического подхода открывает перспективу исследования закономерностей функциональной динамики самих дихотомических полюсов. Она может выражаться, например, в снижении или повышении оценок Другого, усилении или ослаблении предрасположения в пользу Я и своей группы, а также в инверсии базовых дихотомических полюсов, когда «хороший» начинает оцениваться как «плохой» и наоборот. Психологические и физиологические закономерности восприятия, а также сложная структура социальных систем обуславливают относительный характер социальной перцепции, т.е. зависимость оценок Другого от факторов, связанных с субъектом, объектом или информационным контекстом их взаимодействия. Отмечается, что многообразие таких факторов создает впечатление принципиальной непредсказуемости динамики социальных оценок. Вместе с тем в психологии хорошо известны и эмпирически подтверждены отдельные концепции, описывающие универсальные механизмы перцептивных смещений. К ним относятся, в частности, принцип неприятия потерь (Kahneman, Tversky, 1979) и фундаментальная ошибка атрибуции (Ross, 1977). В завершении параграфа обосновывается идея системного описания процесса социальной перцепции с точки зрения закономерных функциональных смещений дихотомических перцептивных полюсов на разных уровнях его структурной организации.

В главе III **«Концепция функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции»** социальная перцепция рассматривается как сложная комплексная система, характеризующаяся относительностью полюсных характеристик, которая проявляется в их подвижности и взаимных переходах. Формулируется концептуальное предположение о том, что в

совокупности дихотомическая парадигма и функционально-динамический подход обладают прогностическим и интерпретационным потенциалом для анализа когнитивных процессов в области социального восприятия и позволяют формулировать закономерности наиболее вероятных исходов социального вывода в разных контекстах.

В § 3.1. *Диспозиции как источник стабильности перцептивного пространства* отмечается, что базовая потребность человека в предсказуемости приводит к выделению стабильных характеристик перцептивного пространства, которые повышают субъективную уверенность в верной интерпретации и точном прогнозе поведения. В качестве способов обеспечения такой стабильности используются ментальные конструкты, объединенные понятием диспозиций. Частота повторяющихся поведенческих паттернов, отраженных в понятии диспозиции, дает основание прогнозировать аналогичное (предсказуемое) поведение человека в будущем. Обеспечение общей связности и стабильности перцептивного процесса осуществляется также благодаря саморепрезентации, которая позволяет поддерживать высокую эффективность обработки информации в различных контекстах, связывая ее с Я («эффект самоприоритетности»). В совокупности и диспозиции, и саморепрезентация выступают своеобразными «якорями», или стандартами для сравнения, которые открывают перспективу гибкого познания и адаптации в социальной реальности.

§ 3.2. *Функциональная динамика как атрибут дихотомического перцептивного пространства*. Раскрывается идея функциональной динамики, которая отражает способность системы, в том числе живого организма, к адаптивному изменению внутренних состояний и поведения в ответ на внешние стимулы или изменения окружающей среды. При этом подчеркивается, что сами изменения представляют собой доступные для наблюдения феномены, в то время как их причины и механизмы не всегда поддаются прямому наблюдению и являются предметом специального анализа и эмпирической проверки. Отмечается, что функциональная динамика дихотомических процессов в области социальной перцепции может выражаться в изменении решений в логике выбора альтернативного полюса социальной оценки или тенденции к такому выбору (см. Белан, 2022). Схематически данную динамику можно представить как процессы расхождения, сближения или инверсии полюсных дихотомий. С опорой на классическую линзовую модель социальной перцепции (Brunswik, 1956) выделяются три группы факторов, запускающих процесс функциональной динамики в дихотомическом пространстве восприятия Другого. Первая группа

факторов связана с объектом, вторая – с субъектом, а третья – с информационными сигналами восприятия.

В § 3.3. *Функциональная динамика дихотомических полюсов: источники деполяризации и инверсии* рассматриваются теоретико-эмпирические предпосылки для выделения непосредственных факторов, запускающих процесс функциональной динамики отношения в дихотомическом пространстве восприятия Другого. На уровне объекта функциональная динамика полюсов социальной оценки связывается с конкуренцией описывающих его дихотомий. Выдвигается предположение о том, что эгоцентрические дихотомии могут оказывать более сильные динамические эффекты, чем дихотомии аллоцентрического типа (Sui, Humphreys, 2015 и др.). На уровне субъекта функциональная динамика полюсов социальной оценки связывается с характеристиками фокуса восприятия. Обосновываются предположения о том, что его перцептивная четкость, а также перемещение с Я на Другого и наоборот могут усиливать или ослаблять выраженность базовых характеристик отношения (Дормашев, Романов, 1995; Hoogens, 1995 и др.). На уровне информационных сигналов восприятия в качестве источника функциональной динамики полюсов социальной оценки рассматривается воспринимаемая угроза (Baumeister et al., 2001; Haselton, Buss, 2000). Выдвигается предположение о ее способности модифицировать отношение к Другому по принципу ассимиляции или контраста (Schwarz, Bless, 2007).

В § 3.4. *Гипотетическая модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции (заключение по главе)* подводятся итоги теоретической части работы и формулируются основные положения концепции функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции.

Социальную перцепцию можно представить как процесс, разворачивающийся в дихотомическом пространстве Я – Другой и определяемый дихотомическими категориями эгоцентрического и аллоцентрического типа, ведущими к формированию позитивного или негативного отношения к объекту. Являясь сложной комплексной системой, социальная перцепция характеризуется относительностью полюсных характеристик, которая проявляется в их подвижности и взаимных переходах. Так, например, базовое позитивное отношение к «своему» и негативное – к «чужому» могут трансформироваться в противоположные, образ «умного врага» и «глупого друга» могут обнаруживать близкие оценочные характеристики, а сравнение себя с Другим – разную степень асимметрии.

Функционально-динамический подход к анализу перцептивных дихотомий обеспечивает концептуальную основу для систематизации закономерностей смещения перцептивных полюсов от их исходных позиций под воздействием адаптивных психологических механизмов. Этот подход исходит из предположения о базовой стабильности и динамическом развитии перцептивной системы как ее неотъемлемых атрибутах. Адаптивное социальное поведение предполагает трансформацию отношения в ответ на изменения объекта восприятия, позиции субъекта по отношению к нему, а также общего информационного контекста.

Изложенные теоретико-эмпирические предпосылки и положения концепции обобщаются в виде гипотетической модели функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции. Дальнейшие главы содержат результаты исследований, направленных на эмпирическую проверку представленной модели. Введение к каждой главе включает дополнительное теоретико-эмпирическое обоснование тестируемых рабочих гипотез.

В главе IV «Динамика перцептивных дихотомий в условиях их конкуренции» приводится описание трех исследований, посвященных эффектам сравнительной роли эгоцентрических и аллоцентрических дихотомических характеристик Другого в формировании отношения к нему в условиях межличностного и межгруппового восприятия.

В § 4.1. *Перцептивная динамика образов «хорошего» и «плохого» Другого в условиях объективного и воспринимаемого сходства с Я* описывается исследование, цель которого заключалась в выявлении опосредующей роли личностного сходства с объектом (эгоцентрическая дихотомия «похожий на меня» – «не похожий на меня») в формировании отношения к «хорошему» и «плохому» Другому. В исследовании тестировалась *гипотеза* о том, что факторы объективного и субъективного сходства с объектом восприятия могут исказить отношение к «хорошему» и «плохому» объекту таким образом, что личностное сходство с «плохим» объектом будет способствовать формированию более позитивного отношения к нему, а личностный контраст с «хорошим» объектом – формированию к нему более негативного отношения.

В исследовании приняли участие 414 студентов 1-4 курсов в возрасте от 18 до 24 лет ($M=20,40$, $SD=0,89$), из них 86 мужчин (21%) и 328 женщин (79%). На первом этапе участникам предлагалось письменно ответить на вопросы Короткого опросника темной триады (Егорова и др., 2015), затем – посмотреть видеозапись интервью, в ходе которого

предъявлялись образы «хорошего» и «плохого» человека – объекта восприятия. После этого респонденты отвечали на вопросы об объекте, оценивая сходство его характера со своим, а также выражая отношение к нему по Шкале общего отношения к объекту восприятия (Щебетенко и др., 2007). Видеозаписи были подготовлены с участием двух студентов разного пола, обучающихся по специальности «Актерское искусство». В интервью они отвечали на вопросы Короткого опросника темной триады в соответствии с ключами к нему. Каждый студент сыграл две роли, которые были условно названы «плохой» и «хороший». Изображая «плохого» человека, они давали ответы, свойственные для личности с максимальной выраженностью макиавеллизма, нарциссизма и психопатии. Изображая «хорошего» человека, они отвечали так, как ответила бы личность с нулевой выраженностью данных черт. Субъективное сходство с объектом восприятия измерялось с помощью прямого вопроса «Насколько похожи ваши с ним / с ней характеры?» по шкале от 1 («минимально похожи») до 10 («максимально похожи»). Объективное сходство измерялось через показатели шкал Короткого опросника темной триады. Их низкие значения трактовались как большая выраженность сходства с «хорошим» объектом, а высокие значения – как большая выраженность сходства с «плохим» объектом.

С помощью однофакторного дисперсионного анализа были проанализированы главные эффекты факторов «личностная валентность объекта восприятия», «субъективное сходство с объектом», «объективное сходство с объектом» на показатели отношения к нему (табл. 1).

Обнаруженная статистическая разница в отношении к «хорошему» и «плохому» объекту проявлялась почти по всем компонентам отношения – когнитивному, эмоциональному и поведенческому и в женской, и в мужской выборках ($p < 0,001 \div p < 0,06$). Респонденты в целом оценивали «хорошего» объекта по сравнению с «плохим» как более «правильного», эмоционально привлекательного («приятного») и выражали более высокую готовность к взаимодействию с ним.

Результаты анализа главных эффектов фактора «субъективное сходство с объектом» также свидетельствовали об их статистической значимости в обеих выборках ($p < 0,017$ с учетом поправки Бонферрони). По данным *post-hoc* сравнений, отношение к более похожему на себя объекту обнаруживало поступательное улучшение ($p < 0,001 \div 0,01$) по мере роста воспринимаемого сходства с ним. Результаты анализа главных эффектов фактора «объективное сходство с объектом» свидетельствовали об отсутствии их статистической значимости как в женской, так и в мужской выборке ($p > 0,017$ с учетом поправки

Бонферрони). Это означает, что неосознаваемое объективное сходство с объектом восприятия не играет самостоятельной роли в формировании социальной оценки.

Таблица 1. Главные эффекты личностной валентности объекта восприятия на показатели отношения к нему

Зависимые переменные (показатели отношения к объекту своего пола)	Выборка юношей				Выборка девушек			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
<i>Независимый фактор – личностная валентность объекта («хороший» – «плохой»):</i>								
Общее отношение	20,44	<0,001	0,02	0,89	191,16	<0,001	0,04	0,83
Когнитивный компонент отношения	3,75	0,056	0,02	0,90	90,31	<0,001	3,29	0,07
Эмоциональный компонент отношения	35,16	<0,001	0,36	0,55	235,09	<0,001	1,63	0,20
Поведенческий компонент отношения	19,08	<0,001	1,28	0,26	173,41	<0,001	1,79	0,18
<i>Независимый фактор – воспринимаемое (субъективное) сходство с объектом («похожий на меня» – «не похожий на меня»):</i>								
Общее отношение	13,74	<0,001	0,28	0,76	98,27	<0,001	1,20	0,30
Когнитивный компонент отношения	21,42	<0,001	0,33	0,72	135,80	<0,001	0,01	0,99
Эмоциональный компонент отношения	11,28	<0,001	0,06	0,94	72,75	<0,001	2,90	0,06
Поведенческий компонент отношения	5,51	<0,01	0,11	0,90	55,21	<0,001	1,91	0,14
<i>Независимый фактор – объективное сходство с объектом (низкий, средний, высокий уровни выраженности суммарного показателя темной триады):</i>								
Общее отношение	0,70	0,50	0,19	0,83	1,25	0,29	1,26	0,29
Когнитивный компонент отношения	0,33	0,72	1,28	0,29	1,77	0,18	2,25	0,11
Эмоциональный компонент отношения	0,95	0,39	2,04	0,14	0,47	0,63	0,47	0,63
Поведенческий компонент отношения	2,02	0,14	0,46	0,63	1,42	0,25	1,23	0,30

Примечание. При анализе главных эффектов объективного сходства с объектом в качестве независимой переменной использован суммарный показатель Короткого опросника темной триады. Анализы выполнены для показателей отношения к объекту с негативной личностной валентностью. Для объекта с позитивной личностной валентностью результаты оказались аналогичными.

Анализ взаимодействий факторов личностной валентности объекта и воспринимаемого сходства с ним показал, что, во-первых, максимально высокие оценки отношения к объекту наблюдаются при сочетании его положительной личностной валентности и высокого уровня

субъективного сходства с ним, а максимально низкие – при сочетании его отрицательной валентности и низкого уровня субъективного сходства.

Во-вторых, выяснилось, что значения показателя общего отношения к «плохому» Другому, похожему на субъекта восприятия, и отношения к «хорошему» Другому, не похожему на субъекта восприятия, являются одинаковыми, то есть разница между ними статистически незначима ($p > 0,05$) (рис. 1, 2).

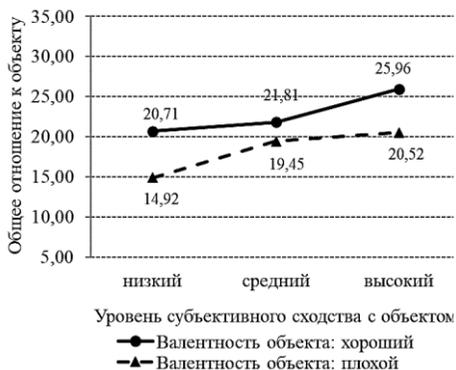


Рис. 1. Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель общего отношения в выборке мужчин

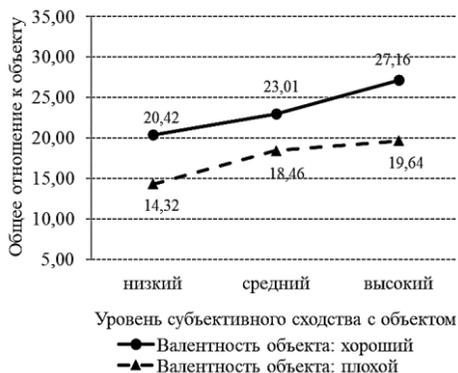


Рис. 2. Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель общего отношения в выборке женщин

Данная закономерность имеет место и у юношей, и у девушек. При этом у юношей она справедлива для всех компонентов отношения ($p > 0,20$), а по когнитивному компоненту похожий «плохой» оценивается даже выше, чем не похожий «хороший» ($p < 0,05$) (рис. 3).

У девушек аналогичная закономерность наблюдается только по показателям общего ($p > 0,05$) и когнитивного ($p < 0,01$, также с перевесом оценки в пользу похожего «плохого») отношения, но исчезает в случае эмоциональной и поведенческой оценки ($p < 0,05$).

Анализ опосредующих эффектов объективного сходства с объектом восприятия показал, что его рост в целом не меняет соотношения между негативной оценкой «плохой» и позитивной оценкой «хорошей» личности на уровне общего отношения ($p < 0,05$), однако снижает значимость различий между ними. Типичная картина совместных эффектов данных факторов (на примере женской выборки) представлена на рис. 4. Вместе с тем рост объективного сходства с

объектом элиминирует разницу в оценках «хорошей» и «плохой» личности на уровне когнитивного компонента (рис. 5).

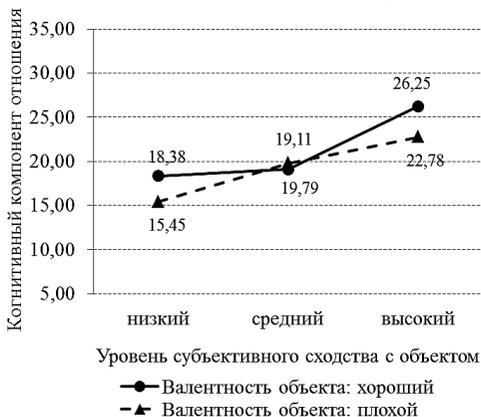


Рис. 3. Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель когнитивного отношения в выборке мужчин



Рис. 4. Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по негативным чертам и личностной валентности объекта на показатель общего отношения в выборке женщин



Рис. 5. Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по негативным чертам и личностной валентности объекта на показатель когнитивного отношения в выборке женщин

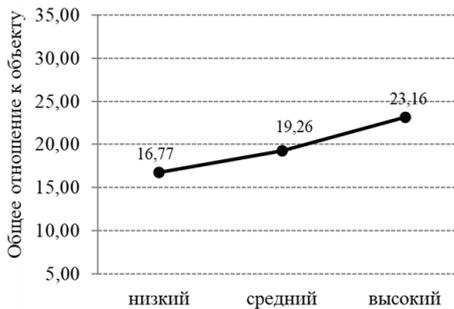
Таким образом, было установлено, что личностная валентность объекта восприятия и личностное сходство с ним являются конкурирующими факторами формирования отношения. В случае, когда сходство с Другим осознается субъектом восприятия, его влияние на

отношение к нему становится решающим – вплоть до исчезновения разницы в оценках «хорошего» и «плохого» человека и даже их полной метаморфозы. Объективное личностное сходство с объектом не дает столь отчетливого смещения оценок «хорошего» и «плохого», обнаруживая ослабленный вариант их схождения. В обсуждении предлагаются разные варианты интерпретации обнаруженной динамики с точки зрения мотивационных и когнитивных функциональных механизмов формирования отношения.

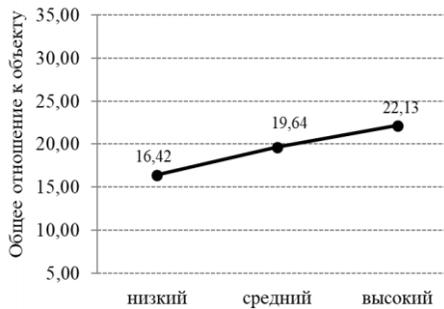
В § 4.2. *Физическая привлекательность как опосредующий фактор восприятия «хорошего» и «плохого»* Другого описывается исследование, цель которого заключалась в выявлении опосредующей роли аллоцентрической оценки внешней привлекательности «хорошего» и «плохого» человека в формировании суждений о его личности и отношения к нему. Тестировалась гипотеза о том, что физическая привлекательность может исказить отношение к «хорошему» и «плохому» объекту таким образом, что более привлекательный «плохой» объект будет восприниматься более, а менее привлекательный «хороший» объект – менее позитивно по сравнению с базовыми значениями социальной оценки; при этом наибольшая выраженность опосредующего эффекта красоты будет наблюдаться в отношении объекта противоположного пола.

В исследовании приняли участие 462 студента в возрасте от 20 до 24 лет ($M = 20,38$, $SD = 0,87$), из них 101 мужчина (22%) и 361 женщина (78%). На первом этапе участникам предлагалось посмотреть видеозапись интервью студента / студентки, в ходе которого он / она устно отвечали на вопросы Короткого опросника темной триады (Егорова и др., 2015) как абсолютно «хорошая» или «плохая» личность. После просмотра предлагалось оценить представленного объекта по ряду параметров: внешняя привлекательность и степень выраженности у него / нее ряда личностных качеств, а также выразить свое отношение к нему / к ней по Шкале общего отношения к объекту восприятия (Щебетенко и др., 2007).

Было обнаружено, что фактор физической привлекательности оказывает значимые эффекты на отношение к объекту восприятия (рис. 6, на примере женской выборки). Было обнаружено также, что разница в отношении к менее привлекательному «хорошему» объекту и более привлекательному «плохому» объекту является статистически незначимой ($p > 0,05$) по всем компонентам отношения. Типичная картина совместных эффектов факторов личностной валентности и физической привлекательности визуально прослеживается на рис. 7.

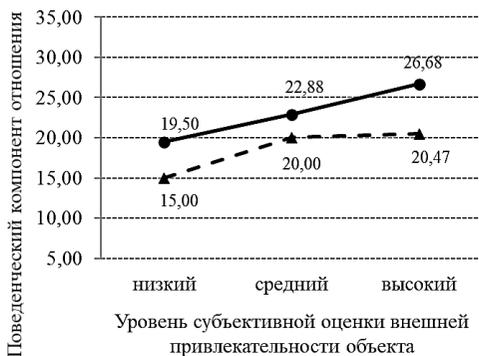


Уровень субъективной оценки внешней привлекательности объекта
Объект – девушка
 $F(2, 358) = 26,13, p < 0,001$;
 Levene $F(2, 358) = 7,52, p < 0,001$



Уровень субъективной оценки внешней привлекательности объекта
Объект – юноша
 $F(2, 358) = 35,32, p < 0,001$;
 Levene $F(2, 358) = 1,43, p > 0,10$

Рис. 6. Главные эффекты внешней привлекательности объекта на показатели общего отношения к нему в выборке женщин.



● Валентность объекта: хороший
 ▲ Валентность объекта: плохой
 $F(2, 98) = 0,67, p > 0,10$;
 Levene $F(2, 98) = 1,33, p > 0,10$

Рис. 7. Взаимодействия факторов личностной валентности и внешней привлекательности объекта противоположного пола на показатели поведенческого компонента отношения в выборке мужчин

В целом, полученные результаты свидетельствовали о том, что оценка внешности Другого как привлекательной может исказить исходную разницу в оценках его личностных черт, нивелировать, а на уровне когнитивного компонента – даже инвертировать отношение к «хорошей» и «плохой» личности.

В § 4.3 *Эффекты показателей групповой идентичности на проявления ингрупповой прототипизации и межгрупповой стереотипизации* описывается исследование, целью которого являлся сравнительный анализ эффектов эгоцентрической дихотомии «свой» – «чужой» и аллоцентрических характеристик социальных групп на проявления ингрупповой предвзятости и аутгрупповой стереотипизации. Тестировалась гипотеза о том, что выраженность ингрупповой предвзятости и аутгрупповой стереотипизации является результатом произвольной групповой самоидентификации субъекта, опосредованной спецификой аллоцентрических характеристик «своей» и «чужой» групп, а именно их категорией (типом) и принадлежностью к большинству/меньшинству.

В исследовании закономерностей ингрупповой предвзятости приняли участие 365 студентов 1–3 курсов в возрасте от 17 до 22 лет ($M = 19,02$, $SD = 0,93$), из них 282 (77%) девушки и 83 (23%) юноши. Анализ закономерностей аутгрупповой стереотипизации проводился на выборке из 207 студентов того же возраста ($M = 19,05$, $SD = 1,01$), из них 155 (75%) девушек и 52 (25%) юношей. Социальные группы как стимульные объекты восприятия предъявлялись через описание их искусственных, не существующих в реальности аналогов, якобы обнаруженных в ходе научных исследований. Описание групп предъявлялось в виде научно-популярной статьи, стилизованной под скриншот из Интернета. Стимульные тексты с описанием групп представлены в Приложениях к работе.

Каждый испытуемый получал описание только одного текста. После его прочтения респондентов просили выполнить несколько заданий. Во-первых, предлагалось определить свою наиболее вероятную групповую принадлежность – основной показатель групповой самоидентификации, представляющий собой эгоцентрическую характеристику. Произвольная фиксация группы членства позволяла определить последующее описание каждой группы как «своей» или «чужой». Во-вторых, предлагалось обозначить, какая из описанных социальных групп составляет большинство, а какая – меньшинство (дополнительный показатель групповой идентификации, характеристика аллоцентрического типа), а в-третьих – описать каждую группу в целом, ее отдельного представителя и протогруппу с помощью наборов положительных и отрицательных характеристик (пример диагностического бланка приводится в Приложении к работе).

Для измерения ингрупповой предвзятости (прототипизации) использовался показатель разности числа совпадений отмеченных характеристик «своей» и «чужой» группы с характеристиками,

отмеченными для протогруппы. Более высокое значение данного показателя свидетельствовало о большей выраженности аут/ингруппового фаворитизма. Для измерения ин/аутгрупповой стереотипизации использовался показатель разности числа выбранных обобщенных характеристик (например, «упрямый») и конкретного поведения (например, «с трудом принимает чужую точку зрения») при описании единичного представителя «своей» и «чужой» социальных групп. Более высокое значение свидетельствовало о более высокой выраженности стереотипизации (см. Machunsky, Meiser, 2014).

Было обнаружено, что основной показатель групповой самоидентификации, то есть сам факт осознания группового членства, в большинстве случаев определяет более высокую выраженность прототипизации для «своей», чем для «чужой» группы (ингрупповой фаворитизм). Вместе с тем в действие данного фактора вмешиваются как дополнительный показатель групповой идентификации (отнесение ин-группы к большинству/меньшинству), так и показатель групповой категории (рис. 8).

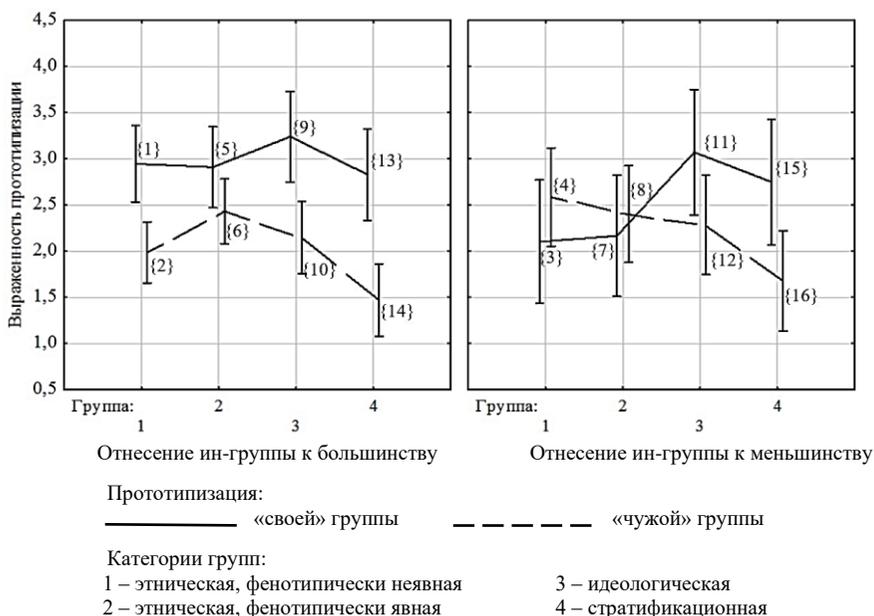


Рис. 8. Эффекты групповой самоидентификации и категории воспринимаемой группы на прототипизацию

Результаты показали также, что произвольная групповая самоидентификация принципиальным образом определяет стереотипное восприятие, которое существенно выше для аут-группы, чем для ин-группы (рис. 9).

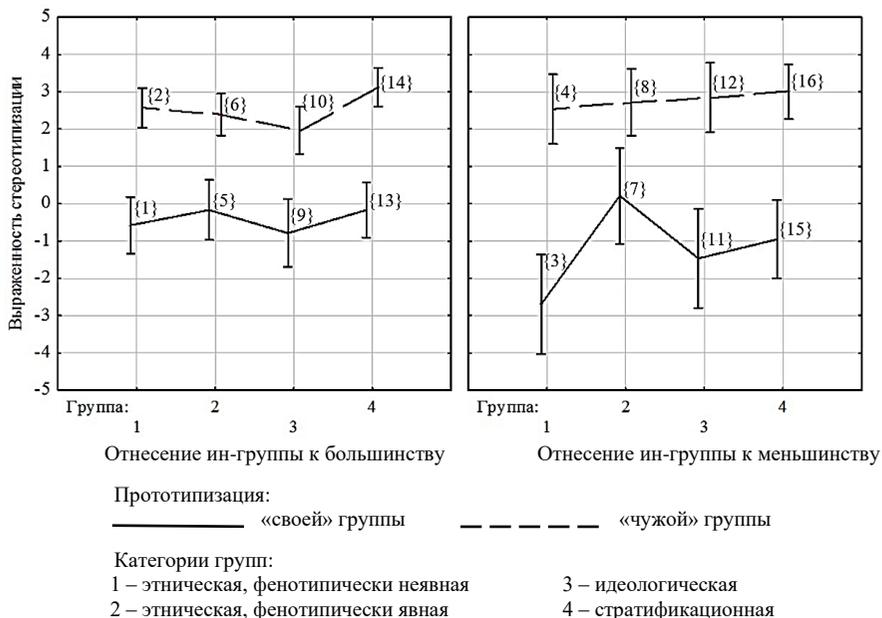


Рис. 9. Эффекты групповой самоидентификации и категории воспринимаемой группы на стереотипизацию

В целом, результаты исследования показали, что эгоцентрическая перцептивная дихотомия «свой» – «чужой» является решающим фактором формирования ингруппового фаворитизма и аутгрупповой стереотипизации. Аллоцентрические характеристики групп – их социальная категория, а также принадлежность к большинству/меньшинству – играют менее выраженную роль в формировании этих феноменов.

В обсуждении предлагаются варианты интерпретации обнаруженной динамики с точки зрения функциональных механизмов формирования отношения.

В § 4.4. *Заключение по главе* обобщаются и сопоставляются результаты трех исследований. В том числе, приводятся данные о сравнении размеров главных эффектов эгоцентрических и аллоцентрических дихотомий (табл. 2).

Таблица 2. Размеры главных эффектов факторов личностной валентности, воспринимаемого сходства и физической привлекательности на показатели общего отношения к объекту

Независимые переменные (факторы)	F	p	η^2
Личностная валентность объекта («хороший» – «плохой»)	284,00	< 0,001	0,26
Воспринимаемое сходство с объектом («похожий на меня» – «не похожий на меня»)	212,98	< 0,001	0,34
Физическая привлекательность объекта по мнению наблюдателя («красивый» – «некрасивый»)	99,92	< 0,001	0,19

На основе сопоставления данных трех исследований, посвященных эффекту конкуренции дихотомий, делается вывод о том, что дихотомии эгоцентрического типа обладают более выраженным эффектом на динамику социальной оценки, чем дихотомии аллоцентрического типа. Таким образом, гипотеза № 1 о функциональной динамике перцептивных дихотомий в условиях их конкуренции получает эмпирическую поддержку.

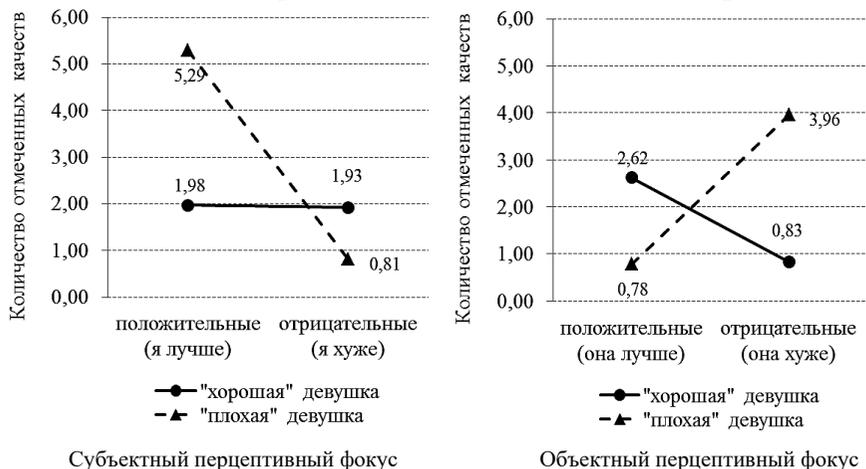
В главе V «Динамика перцептивных дихотомий в условиях изменения фокусных характеристик восприятия» приводится описание трех исследований, посвященных эффектам смещения и изменения перцептивной четкости фокуса при восприятии Другого.

В § 5.1. *Субъектный и объектный фокус сравнения «Я – Другой» в процессе социальной перцепции* описывается исследование, цель которого заключалась в анализе влияния субъектного и объектного перцептивного фокуса на выраженность феномена позитивной предвзятости в пользу Я в условиях сравнения с «хорошим» и «плохим» объектом при разном уровне субъективного осознания сходства с ним. Была выдвинута гипотеза о том, что позитивная предвзятость в пользу Я является менее выраженной в случае объектного («Другой по сравнению со мной»), чем в случае субъектного («Я по сравнению с Другим») перцептивного фокуса сравнения.

В исследовании приняли участие 314 студентов в возрасте от 18 до 30 лет ($M = 20,23$, $SD = 1,59$), из них 79 мужчин (25%) и 235 (75%) женщин. На первом этапе участникам демонстрировалась видеозапись интервью с объектом восприятия, в ходе которого он(а) отвечал(а) на вопросы Короткого опросника темной триады (Егорова и др., 2015) как абсолютно «хорошая» или «плохая» личность. На втором этапе необходимо было оценить (1) уровень общего субъективного сходства с персонажем интервью, (2) отношение к нему по Шкале общего

отношения к объекту восприятия (Щебетенко и др., 2007) и (3) степень выраженности у него позитивных и негативных личностных качеств по предложенному перечню прилагательных. На третьем этапе участникам предлагалось сравнить себя с персонажем интервью, используя тот же перечень прилагательных. Случайным образом инструкция для сравнения предъявлялась в формате субъектного или объектного перцептивного фокуса: «Сравнивая себя с этим человеком, могу сказать, что Я – более...» (субъектный фокус); «Сравнивая этого человека с собой, могу сказать, что он/а более ...» (объектный фокус). Далее нужно было указать те личностные качества (как положительные, так и отрицательные), которые в большей степени выражены у субъекта или объекта соответственно. Первый персонаж определялся случайным образом (с учетом баланса распределения в выборке), а второй подбирался по принципу контрастного пола и валентности.

Было обнаружено, что при объектном фокусе позитивная предвзятость в пользу Я является менее выраженной. В случае сравнения с гипертрофированно «плохим» Другим это проявляется в приписывании ему меньшего числа негативных качеств, а в случае сравнения с гипертрофированно «хорошим» – в восходящем сравнении, которое не наблюдается (блокируется) в условиях субъектного фокуса (рис. 10, на примере объекта женского пола). Воспринимаемое сходство с объектом не вмещивается в обнаруженную динамическую закономерность.



Примечание:

$F(1, 310) = 239,21, p < 0,001$

Levene $F(3, 310) = 1,36, p = 0,26$ для положительных качеств

Levene $F(3, 310) = 1,72, p = 0,16$ для отрицательных качеств

Рис 10. Сравнение субъекта и объекта-девушки

При восприятии «плохого» объекта респонденты воспроизводят логику нисходящего сравнения в случае обоих перцептивных фокусов. При восприятии «хорошего» объекта ожидаемая картина восходящего сравнения обнаруживается только в условиях объектного фокуса. При субъектном фокусе восходящее сравнение заменяется «одноуровневым» и даже нисходящим: респонденты отмечают одинаковое превосходство над «хорошим» объектом как по отрицательным, так и по положительным качествам. В целом можно сказать, что при объектном фокусе сравнения оценка объекта является более реалистичной, т.е. более точно отражает его «хорошую» и «плохую» валентность. В обсуждении предлагаются варианты интерпретации обнаруженной динамики.

В § 5.2. *Когнитивные механизмы стереотипизации Другого* описывается исследование, целью которого был анализ эффектов индивидуально-специфичных приемов обработки информации (когнитивных стилей и дивергентного мышления) на стереотипизацию Другого, рассматриваемую вне привязки к конкретной социальной группе. Были выдвинуты *гипотезы* о том, что (1) более выраженная склонность к стереотипизации образа Другого наблюдается у субъектов с высокими показателями полезависимости, ригидности, синтетичности, импульсивности и когнитивной простоты, и что (2) более выраженная склонность к стереотипизации образа Другого наблюдается у субъектов с низкими показателями гибкости и оригинальности, а также высокими показателями беглости дивергентного мышления.

В исследовании приняли участие 103 студента, из них 79 девушек и 24 юноши (23%) в возрасте от 17 до 22 лет ($M = 19,29$, $SD = 0,77$). На первом этапе участникам предлагалось заполнить методики, направленные на измерение когнитивных стилей и дивергентного мышления. На втором этапе им предъявлялся специально сконструированный текст, описывающий искусственные (не существующие в реальности) социальные группы. В качестве их представителей (непосредственных объектов оценки) выступали люди, чья работоспособность якобы повышается при звуках низкой или высокой частоты.

Полученные результаты показали, что в основе формирования образа Другого, представителя абстрактной социальной группы, лежат индивидуальные особенности переработки информации, которые представлены некоторыми показателями когнитивных стилей и дивергентного мышления. Обнаружено, что при высоких показателях полнезависимости, гибкого познавательного контроля, рефлексивности, когнитивной сложности и оригинальности дивергентного мышления снижается уровень стереотипизации Другого, что выражается в

преимущественном акцентировании на фактах его поведения, чем на обобщенных чертах. В обсуждении дается интерпретация обнаруженных закономерностей с учетом специфики каждого когнитивного стиля.

В § 5.3 *Роль когнитивных стилей в процессе восприятия конкретного и безличного Другого* описывается исследование, целью которого являлся анализ вкладов когнитивных стилей в процесс социальной перцепции при экспериментальном манипулировании уровнем перцептивной четкости объекта восприятия. Была выдвинута гипотеза о том, что вклад когнитивных стилей в показатели социальной перцепции будет снижаться по мере усиления перцептивной четкости (узнаваемости) объекта восприятия.

В исследовании приняли участие 289 студентов в возрасте от 17 до 22 лет ($M = 19,21$, $SD = 0,97$), из них 71 мужчина (25%) и 218 женщин (75%). На первом этапе участникам предлагалось заполнить методики, направленные на измерение когнитивных стилей. На втором этапе осуществлялось стимульное воздействие – предъявление информации о Другом и далее – замеры показателей предвзятости и стереотипизации. Общая выборка участников была составлена из 3 групп, в каждой из которых диагностика первого этапа были идентичной, а стимульная информация о Другом предъявлялась разными способами, определяющими степень перцептивной четкости объекта восприятия.

Было обнаружено, что модели перцептивной предвзятости к Другому являются незначимыми во всех трех экспериментальных группах (т.е. при всех типах перцептивных стимулов), а модели стереотипизации – значимыми для стимулов с низкой и средней перцептивной четкостью (табл. 3).

Таблица 3. Значимость регрессионных моделей социальной перцепции

Тип перцептивного стимула	R	R ²	F	p
<i>Модель перцептивной предвзятости к Другому</i>				
Безличный вымышленный Другой (низкая перцептивная четкость)	0,16	0,02	0,44	0,82
Безличный типичный Другой (средняя перцептивная четкость)	0,26	0,07	1,09	0,37
Конкретный Другой (высокая перцептивная четкость)	0,20	0,04	0,74	0,60
<i>Модель стереотипизации Другого</i>				
Безличный вымышленный Другой (низкая перцептивная четкость)	0,63	0,39	12,56	<0,001
Безличный типичный Другой (средняя перцептивная четкость)	0,43	0,19	3,34	<0,01
Конкретный Другой (высокая перцептивная четкость)	0,14	0,02	0,40	0,85

Полученные результаты свидетельствуют о том, что когнитивные стили можно рассматривать как предикторы стереотипизации в процессе социальной перцепции. В то же время их предсказательная способность находится, по всей видимости, в зависимости от перцептивной четкости образа Другого, или степени его узнаваемости. Так, в случае, когда образ Другого является максимально неопределенным в силу вымышленного группообразующего критерия (реагирование на звуки низкой или высокой частоты), стереотипизация его отдельного представителя формируется на основе привычных когнитивных схем. При этом вклад когнитивных стилей является весьма существенным: стереотипизация возникает на фоне выраженной ригидности, полезависимости, импульсивности и когнитивной простоты. В случае роста социальной определенности (типичности) образа Другого, когда его групповое членство определяется узнаваемым критерием (индивидуальным предпочтением низкостатусных или высокостатусных предметов), вклад когнитивных стилей в стереотипизацию проявляется уже не так ярко: ригидность и когнитивная простота утрачивают свое влияние. Когда образ Другого максимально определен и нагляден, т.е. воплощается не в умозрительном описании, а в визуальном предъявлении отдельного представителя социальной группы, вклады когнитивных стилей в процесс его стереотипизации становятся полностью незначимыми, т.е. перестают «участвовать» в восприятии отдельного объекта как типичного представителя его социальной группы. В обсуждении представлена интерпретация обнаруженных феноменов с точки зрения концепции «быстрого» и «медленного» режимов мышления, а также теории низкоуровневых (down-up) и высокоуровневых (up-down) процессов распознавания объектов.

В § 5.4. *Заключение по главе* дается краткое обобщение полученных результатов и делается вывод о значимой роли фокусных характеристик восприятия в динамике перцептивного пространства «Я – Другой». Функциональный смысл эффекта смещения фокуса заключается в привязке внимания к начальной «точке отсчета», которая определяет стандарт для более точного сравнения объектов (см. Kahneman, Tversky, 1979) и обладает большим весом в силу более частого обращения к ней. В случае объектного фокуса такой «точкой отсчета», выступает Другой, в результате чего происходит «компенсация» исходной предвзятости в пользу Я за счет более ясного осознания и хорошего запоминания его характеристик. Функциональный смысл эффекта перцептивной четкости заключается, по всей видимости, в экономии когнитивных ресурсов. Когда образ объекта является четким, формирование отношения к нему осуществляется в экономном автоматическом режиме на основании

визуально очевидных характеристик. Наоборот, в случае, когда образ объекта размыт, формирование отношения к нему требует больших когнитивных усилий, в результате чего запускаются контролируемые когнитивные процессы. Полученные результаты открывают перспективу направленного формирования впечатления и коррекции неоправданно негативных социальных оценок с опорой на автоматические, а не сознательно контролируемые когнитивные процессы.

В главе VI «Формирование и динамика перцептивных дихотомий под воздействием негативной и позитивной информации» приводится описание двух исследований, посвященных сравнительной роли и эффектам целевой и пре-стимульной негативной и позитивной информации о Другом.

В § 6.1 *Роль позитивной и негативной информации при формировании отношения к амбивалентному Другому* излагаются результаты исследования, целью которого являлось определение закономерностей избирательного восприятия вербальной информации, лежащих в основе оценки амбивалентного Другого. С опорой на теорию управления ошибками (Haselton, Buss, 2000) было выдвинуто предположение о том, что из двух релевантных базовым социальным потребностям характеристик целевого объекта наиболее значимыми, а соответственно, привлекающими внимание, окажутся его негативные (а не позитивные) вербальные проявления, т.е. такие, которые представляют потенциальную угрозу. В исследовании тестировались следующие гипотезы:

1. Наиболее значимыми для формирования оценочного отношения к амбивалентному объекту являются негативные факты его вербального поведения, которые представляют потенциальную угрозу для возможного взаимодействия с ним. Такие факты запоминаются лучше, чем позитивные личностные проявления.

2. Пре-стимульное воздействие экстремально позитивной валентности усиливает, а пре-стимульное воздействие экстремально негативной валентности – ослабляет восприятие негативных характеристик амбивалентного целевого объекта.

3. Суждения амбивалентного объекта, воспринимаемые субъектом восприятия как значимые для формирования общего отношения к нему, обнаруживают значимые корреляции с компонентами отношения. При этом знак корреляции определяется характером ответа объекта: «хорошие» имеют положительный, а «плохие» – отрицательный знак.

В исследовании приняли участие 406 студентов в возрасте от 17 до 32 лет ($M = 20,4$, $SD = 1,56$), из них 114 мужчин (28%) и 292 женщины

(72%). В качестве стимульного и пре-стимульного воздействия использовались специально сконструированные видео-интервью с объектами мужского и женского пола, которые отвечали на вопросы Короткого опросника темной триады (Егорова и др., 2015) как абсолютно «плохая», абсолютно «хорошая» и «амбивалентная» личность. Было сформировано 6 вариантов тестовых наборов, соответствующих разным комбинациям пола целевого объекта и типа пре-стимульного воздействия.

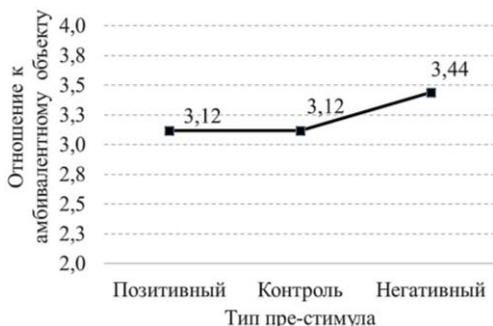
Было обнаружено, что наиболее информативными, с субъективной точки зрения респондентов, оказались ответы целевого объекта на такие вопросы, которые отражали выраженность у него высоких (а не низких) показателей темной триады. При этом пункты, относящиеся к шкале нарциссизма, участники отмечали как наиболее информативные чаще, чем пункты, относящиеся к другим шкалам. Субъективная оценка информативности пунктов Короткого опросника темной триады обнаружила динамику, связанную с характером пре-стимульного воздействия: на фоне негативной дистракции значимость негативных ответов целевого объекта снижалась, а значимость позитивных ответов, наоборот, умеренно росла. Аналогичного контраста восприятия после предъявления экстремально позитивного пре-стимула обнаружено не было. Было выявлено также, что субъективная информативность пунктов Короткого опросника темной триады слабо связана с показателями итоговой оценки целевого объекта. Объективно наиболее значимыми для формирования целостного отношения к объекту оказались вербальные признаки психопатии. В обсуждении полученные результаты интерпретируются с точки зрения их функционального смысла в контексте теории управления ошибками (Haselton, Buss, 2000).

В § 6.2 *Восприятие амбивалентного и валентного Другого в условиях контрастного фонового воздействия* излагаются результаты исследования, целью которого являлось изучение эффектов пре-стимулов экстремальной личностной валентности на восприятие объекта с амбивалентными и валентными (т.е. такими же экстремальными) личностными характеристиками. Выдвигалась гипотеза о контрастном эффекте экстремального пре-стимула на отношение к амбивалентному (Исследование 1) и к валентному (Исследование 2) объекту: после восприятия экстремально «плохой» личности отношение к целевому объекту будет улучшаться, а после восприятия экстремально «хорошей» личности – ухудшаться.

В Исследовании 1 выборку составили 608 студентов от 17 до 35 лет ($M = 20,17$, $SD = 1,53$), из них 173 мужчины (28%) и 435 женщин (72%).

В Исследовании 2 – 462 студента от 20 до 24 лет ($M = 20,38$; $SD = 0,87$), из них 101 мужчина (22%) и 361 женщина (78%).

Результаты Исследования 1 показали, что общее отношение к объекту восприятия становилось значимо выше после предъявления негативного пре-стимула, чем в контрольных условиях ($p < 0,001$) и чем в условиях предъявления позитивного пре-стимула ($p < 0,001$) (рис. 11).

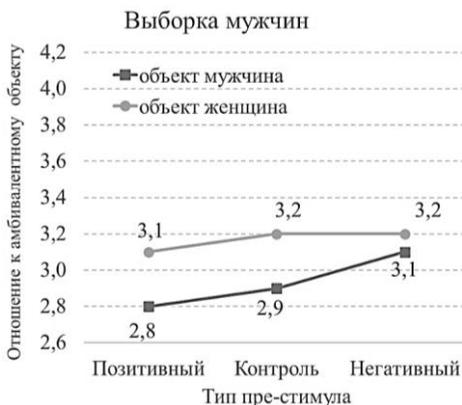


Примечание. $F(2, 605) = 12,43, p < 0,001$
 $Levene F(2, 605) = 0,93, p = 0,40$

Рис. 11. Общая оценка целевого амбивалентного объекта в условиях разных типов пре-стимульного воздействия

При этом в выборке мужчин (рис. 12) в целом отсутствовал главный статистически значимый эффект негативного пре-стимула на восприятие целевого объекта ($p > 0,10$). Однако *post-hoc* сравнения свидетельствовали о том, что это справедливо только в отношении восприятия женщинами (серая линия на графике). В то же время при восприятии мужчинами объекта своего пола эффект все же наблюдался: после негативного пре-стимула амбивалентный мужчина воспринимался ими более позитивно, чем в условиях контроля ($p < 0,10$) и чем в условиях позитивного пре-стимула ($p < 0,05$).

В выборке женщин (рис. 12) главный эффект негативного пре-стимула на восприятие целевого объекта, наоборот, оказался значимым ($p < 0,001$) и проявился при восприятии объектов обоего пола. После предъявления негативного пре-стимула объект женского пола оценивался более позитивно, чем в условиях контроля ($p < 0,001$) и чем в условиях позитивного пре-стимула ($p < 0,001$), а объект-мужчина после предъявления негативного пре-стимула оценивался более положительно по сравнению с контрольными условиями восприятия ($p < 0,05$).



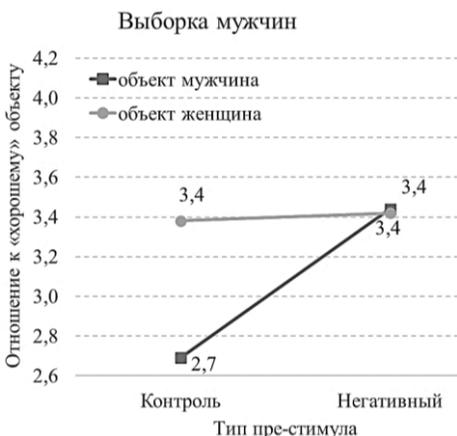
Примечание. Фгл. (2, 167) = 1,63, $p = 0,20$
Levene F (5, 167) = 1,75, $p = 0,13$



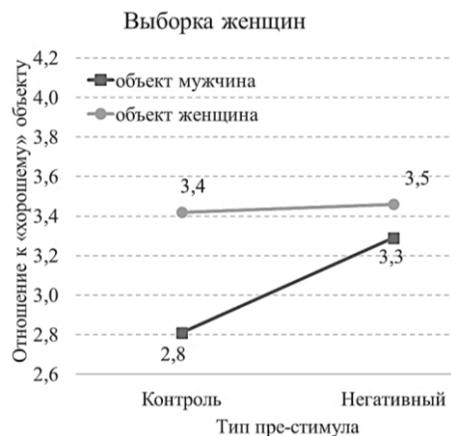
Примечание. Фгл. (2, 429) = 10,45, $p < 0,001$
Levene F (5, 429) = 0,43, $p = 0,83$

Рис. 12. Общая оценка целевого амбивалентного объекта в условиях разных типов пре-стимульного воздействия и разных сочетаниях пола субъекта и объекта восприятия

В Исследовании 2 был обнаружен значимый, хоть и менее выраженный, чем в Исследовании 1, эффект негативного пре-стимула на восприятие «хорошего» объекта ($F(1, 228) = 7,50, p < 0,01$). Как в выборке мужчин, так и в выборке женщин, главный эффект экстремально негативного пре-стимула на восприятие экстремально позитивного объекта был обеспечен за счет более позитивного восприятия «хорошего» юности после «плохой» девушки ($p < 0,05$ для выборки мужчин и $p < 0,01$ для выборки женщин) (рис. 13).



Примечание. Фгл. (1, 109) = 4,12, $p = 0,04$
Levene F (3, 109) = 1,15, $p = 0,33$



Примечание. Фгл. (1, 345) = 9,88, $p < 0,01$
Levene F (3, 345) = 1,28, $p = 0,28$

Рис. 13. Общая оценка целевого валентного объекта в условиях негативного пре-стимула и контроля при разных сочетаниях пола субъекта и объекта восприятия

Таким образом, проведенные исследования показали резистентность социальной оценки к позитивной и чувствительность – к негативной пре-стимульной информации. В обсуждении полученные факты интерпретируются с позиций теории управления ошибками М. Хаселтон и Д. Басса (Haselton, Buss, 2000), которая объясняет явную асимметрию в оценках или решениях разной степени тяжести последствий неверного выбора. Выдвигается предположение о том, что обнаруженная половая специфика восприятия Другого в условиях негативного прайминга связана с большей значимостью негативных образов противоположного, чем своего пола. При этом женский негативный персонаж, по всей видимости, производит более сильное «впечатление». Можно предположить, что «асоциальная» женщина в обыденном сознании является более редким, а потому заметным (salient) явлением.

В § 6.3. *Заключение по главе* дается краткое обобщение полученных результатов и делается вывод о существенной роли угрожающего содержания транслируемой Другим информации, а также угрожающего информационного контекста в формировании и динамике социальной оценки. Функциональный смысл обнаруженных феноменов может быть объяснен переключением внимания на наиболее важный в данном перцептивном пространстве объект. Создавая новую «точку отсчета», такой объект, по всей видимости, заново определяет оценки остальных объектов. В терминах теории поля К. Левина можно предположить, что на фоне резко отрицательной валентности угрожающего пре-стимульного персонажа объект, воспринимавшийся ранее как нейтральный или умеренно хороший, в ситуации угрозы наделяется более высокой валентностью как потенциальный источник социальной поддержки.

В главе VII «Концептуальная модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции» представлено обобщение изложенных в работе теоретических представлений и полученных эмпирических данных в виде концептуальной модели функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции. Описываются перспективы возможных исследований в рамках рассматриваемой концепции.

§ 7.1. *Структура модели.* В данном параграфе представлено подробное описание структуры модели и схематическое отображение обнаруженных эмпирических закономерностей динамики перцептивного пространства (рис. 14).

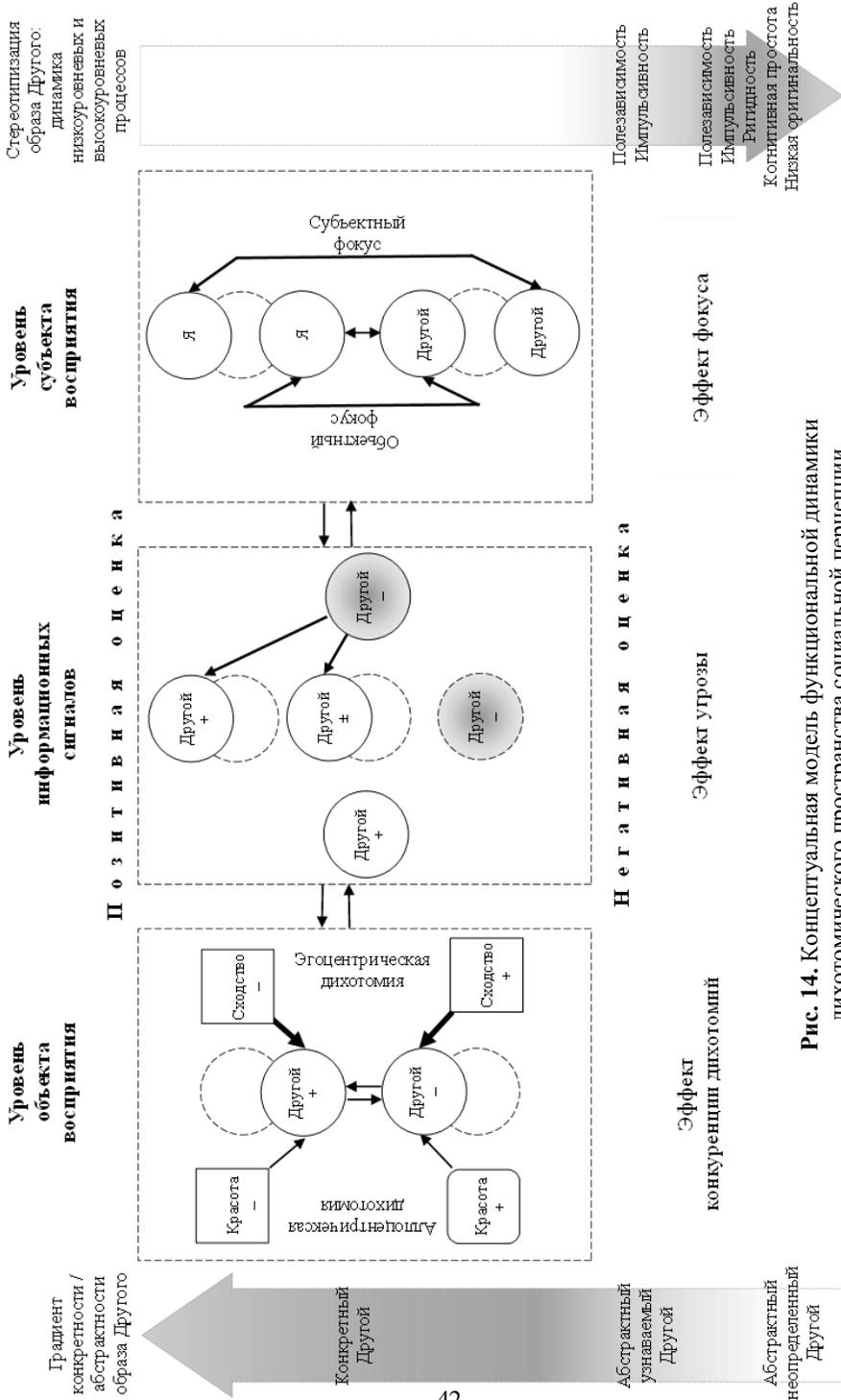


Рис. 14. Концептуальная модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции

На уровне объекта восприятия схематически отображен эффект конкуренции дихотомий, на уровне субъекта восприятия – эффект перцептивного фокуса, а на уровне информационных сигналов – эффект угрозы. В левой и правой части модели вертикальными стрелками представлена динамика низкоуровневых и высокоуровневых процессов обработки информации социального характера, определяемая перцептивной четкостью образа Другого.

В § 7.2. *Перспективы исследований* рассматриваются дальнейшие перспективы изучения процесса социальной перцепции в логике дихотомического и функционально-динамического подходов. Описываются возможные направления исследований в контексте доминирующих теорий личности, поведенческого анализа и когнитивных схем.

В **Заключении** подводятся итоги исследования. Утверждается, что дихотомический подход к описанию процессов социальной перцепции обеспечивает концептуальную основу для анализа и операционализации флуктуаций социального вывода, задавая понятную систему координат, относительно которой можно проследить функциональную динамику социальных суждений. Она может выражаться в усилении первоначального отношения, выборе его альтернативного полюса или тенденции к такому выбору. Схематически данную динамику можно представить как процессы гиперполяризации (расхождения), деполяризации (сближения) или инверсии полюсных дихотомий.

Отмечается, что важнейшей и ближайшей задачей дальнейших исследований является эмпирическая апробация разработанной модели на выборках другого возраста и социального статуса. Данные характеристики выборки, а также преобладание в ней респондентов женского пола следует отнести к ограничениям проведенных исследований.

Основные выводы диссертационного исследования

1. Существующие в психологии структурная (морфологическая) и динамическая парадигмы задают фундаментальную основу для дихотомического и функционально-динамического анализа процесса социальной перцепции. Как в любой сложной социальной системе, полюса перцептивных дихотомий, являясь четко выделенными и содержательно наполненными, во-первых, имеют относительные границы, а во-вторых, образуют динамическую систему. Множественность социальных дихотомий и сплетение их различных элементов задает подвижную структуру социального восприятия, которая может быть описана в логике функциональной динамики.

2. В социальном взаимодействии выбор поведенческой реакции представляет собой динамический адаптационный процесс, в основе которого лежат социальные инстинкты. Этот выбор определяется, однако, не только генетически закрепленными поведенческими паттернами. Он осуществляется на основе комбинации факторов личности и среды, и более широко – культуры. Выбор конкретной формы социального взаимодействия (будь то формирование симпатии или антипатии, приближение или удаление и т.д.) осуществляется в пространстве множества потенциальных реакций дихотомического типа и представляет собой функциональный отклик на изменения среды с учетом имеющихся ресурсов.

3. Социальную перцепцию можно представить как процесс, разворачивающийся в дихотомическом пространстве Я – Другой и определяемый дихотомическими категориями эгоцентрического и аллоцентрического типа, ведущими к формированию позитивного или негативного отношения. Являясь сложной комплексной системой, социальная перцепция характеризуется относительностью полюсных характеристик, которая проявляется в их подвижности и взаимных переходах. Функционально-динамический подход к анализу перцептивных дихотомий обеспечивает концептуальную основу для систематизации закономерностей смещения перцептивных полюсов от их исходных позиций под воздействием адаптивных психологических механизмов. Этот подход исходит из предположения о базовой стабильности и динамическом развитии перцептивной системы как ее неотъемлемых атрибутов.

4. На уровне объекта восприятия функциональная динамика социальных оценок и отношения может определяться конкуренцией перцептивных дихотомий. При восприятии «хорошего» и «плохого» Другого динамический эффект эгоцентрической дихотомии «похожий на меня – не похожий на меня» является более выраженным, чем эффект аллоцентрической дихотомии «красивый – некрасивый». Эгоцентрическая дихотомия «свой – чужой» является определяющей в формировании предвзятого и стереотипного отношения к искусственной аут-группе и ее представителю. Аллоцентрическое описание социальных групп с точки зрения их категории, а также в терминах «меньшинства–большинства» не оказывает сравнимых по силе эффектов на формирование предвзятости и стереотипизации.

5. На уровне субъекта восприятия функциональная динамика социальных оценок и отношения может определяться фокусными характеристиками внимания. В ситуации сравнения себя с Другим фокусировка на объекте восприятия снижает исходную позитивную

предвзятость в пользу Я, что свидетельствует о динамическом «схождении» полюсов оценок в пространстве «Я–Другой». Эффект фокусировки можно оценить как более сильный, чем эффект воспринимаемого сходства с Другим, что свидетельствует о доминирующей роли автоматических когнитивных процессов над контролируемыми в процессе социального сравнения. При усилении перцептивной четкости образа представителя аут-группы – от содержательно размытого до визуально определенного – наблюдается ослабление роли когнитивных стилей в формировании стереотипного представления о Другом. Это свидетельствует о том, что перцептивная четкость может выступать фактором динамического взаимодействия низкоуровневых и высокоуровневых процессов обработки информации в процессе социальной перцепции.

6. На уровне информационных сигналов функциональная динамика социальных оценок и отношения может определяться фактором угрозы, воспринимаемой как на сознательном, так и на бессознательном уровне. В процессе восприятия амбивалентного Другого наибольшей субъективной значимостью обладают такие его высказывания, которые свидетельствуют о выраженности у него негативных (а не позитивных) личностных характеристик. На уровне сознания наибольшее внимание субъекта привлекают проявления нарциссизма, однако объективно они в меньшей степени связаны с итоговой оценкой объекта, чем проявления психопатии. На фоне предварительного (доцелевого) восприятия выраженных негативных черт и нейтральный, и «хороший» Другой начинают производить более благоприятное впечатление.

7. В целом функциональная динамика дихотомического пространства социальной перцепции может быть описана с помощью концептуальной модели, систематизирующей закономерные сдвиги социальных оценок Другого на уровне объекта, субъекта и информационного контекста восприятия под влиянием эффектов конкуренции дихотомий, воспринимаемой угрозы и фокуса восприятия. Данная модель носит открытый характер и может быть дополнена новыми факторами, определяющими динамику социального вывода.

Основное содержание работы отражено в 27 публикациях общим объемом 22,39 п.л. Из них 16 опубликованы в рецензируемых научных изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки РФ. Из общего числа публикаций 20 представляют собой научные статьи, 1 – главу в коллективной монографии, 6 – материалы выступлений на конференциях.

9 статей опубликованы в журналах, индексируемых в базах WoS/Scopus, 11 – в журналах, входящих в ядро РИНЦ.

1. Научные статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки РФ:

1. Балева, М.В. Эффекты показателей групповой идентичности на проявления ингрупповой прототипизации и межгрупповой стереотипизации / М.В. Балева, Г.В. Ковалева, В.А. Гасимова // Психологические исследования. – 2017. – Т. 10, № 53. – С. 11 (1,00 п.л. / 0,80 п.л.).

2. Балева, М.В. Сравнительный вклад когнитивных факторов и самоотношения в социальную перцепцию аут-групп разного типа / М.В. Балева, В.А. Гасимова, Г.В. Ковалева // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. – 2018. – Т. 15, № 2. – С. 162–177 (1,16 п.л. / 0,93 п.л.).

3. Балева, М.В. Хороший и простой, плохой и сложный: как воспринимается образ Другого при разных уровнях Темной триады / Д.С. Корниенко, М.В. Балева, Н.А. Руднова // Психологические исследования. – 2018. – Т. 11, № 62. – С. 2 (1,15 п.л. / 0,75 п.л.).

4. Балева, М.В. Житейские представления о личности Другого с яркой выраженностью темнотриадических черт. Сравнение с данными научных исследований / М.В. Балева, Г.В. Ковалева, О.И. Полянина // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2019. – № 2. – С. 51–76 (1,33 п.л. / 1,06 п.л.).

5. Балева, М.В. Типы установок на черты и их роль в самооценке и оценке Другого / М.В. Балева, О.И. Полянина, И.В. Смирнова // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. – 2019. – Т. 16, № 4. – С. 540–559 (1,24 п.л. / 0,99 п.л.).

6. Балева, М.В. Я и Другой: модели оценки и социального сравнения / М.В. Балева // Вестник РГГУ. Серия «Психология. Педагогика. Образование». – 2020. – № 1. – С. 54–76 (1,31 п.л.).

7. Балева, М.В. Роль контрастного пре-стимула при восприятии экстремально «положительной» и экстремально «отрицательной» личности / М.В. Балева, Д.С. Корниенко, Г.В. Ковалева // Психологические исследования. – 2023. – Т. 16, № 87. – С. 2 (1,07 п.л. / 0,86 п.л.).

II. Научные статьи, опубликованные в изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки РФ и индексируемых в базах данных Scopus и Web of Science:

8. Балева, М.В. Когнитивно-стилевые и контекстные факторы ингрупповой предвзятости и аутгрупповой стереотипизации при восприятии искусственных социальных групп / М.В. Балева // Социальная психология и общество. – 2017. – Т. 8, № 2. – С. 67–84 (0,76 п.л.).

9. Балева, М.В. Влияние произвольной групповой самоидентификации на социальную перцепцию групп разного типа / М.В. Балева // Сибирский психологический журнал. – 2018. – № 68. – С. 109–130 (1,11 п.л.).

10. Балева, М.В. Когнитивные механизмы стереотипизации Другого / М.В. Балева, В.А. Гасимова, Г.В. Ковалева // Психологический журнал. – 2018. – Т. 39, № 3. – С. 57–69 (1,00 п.л. / 0,80 п.л.).

11. Балева, М.В. Другой, похожий на меня: особенности внутригрупповой перцепции юношей и девушек с разной выраженностью негативных черт личности / М.В. Балева // Сибирский психологический журнал. – 2019. – № 74. – С. 64–87 (1,28 п.л.).

12. Балева, М.В. Роль типа социальной группы и особенностей самоотношения в проявлениях социальной перцепции студентов / М.В. Балева // Социальная психология и общество. – 2019. – Т. 10, № 1. – С. 53–69 (0,88 п.л.).

13. Балева, М.В. Особенности межличностного восприятия юношей и девушек с разной выраженностью негативных черт / М.В. Балева // Социальная психология и общество. – 2020. – Т. 11, № 2. – С. 121–141 (1,00 п.л.).

14. Балева, М.В. Роль когнитивных факторов в восприятии искусственных социальных групп с разным уровнем социальной типичности / М.В. Балева // Экспериментальная психология. – 2020. – Т. 13, № 2. – С. 90–107 (1,05 п.л.).

15. Балева, М.В. Восприятие амбивалентного Другого в условиях контрастного пре-стимульного воздействия / М.В. Балева // Социальная психология и общество. – 2022. – Т. 13, № 3. – С. 26–38 (0,98 п.л.).

16. Балева, М.В. Формирование отношения к амбивалентному Другому: какая информация принимается в расчет? / М.В. Балева, Г.В. Ковалева // Психологический журнал. – 2022. – Т. 43, № 1. – С. 32–41 (1,00 п.л. / 0,85 п.л.).

III. Научные статьи, опубликованные в изданиях, индексируемых в базе РИНЦ:

17. Балева, М.В. Субъектный и объектный фокус сравнения «Я – Другой» в процессе социальной перцепции / М.В. Балева, Г.В. Ковалева // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2019. – Вып. 3. – С. 331–344 (1,01 п.л. / 0,86 п.л.).

18. Балева, М.В. Роль когнитивных стилей в процессе социальной перцепции конкретного и безличного Другого / М.В. Балева // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2020. – Вып. 1. – С. 106–117 (0,89 п.л.).

19. Балева, М.В. Роль пола, внешности и сходства в проявлениях перцептивного эффекта контраста / М.В. Балева, О.И. Полянина // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. – 2022. – Вып. 3. – С. 465–478 (1,26 п.л. / 1,07 п.л.).

IV. Глава в коллективной монографии:

20. Балева, М.В. Хороший, плохой, симпатичный: внешность как опосредующий фактор оценки личности / М.В. Балева // Лицо человека: познание, общение, деятельность / Отв. ред. К.И. Ананьева, В.А. Барабанщиков, А.А. Демидов. – М.: Когито-Центр – Московский институт психоанализа, 2019. – С. 429–443 (0,74 п.л.).

V. Материалы конференций

21. Балева, М.В. Функциональная дихотомия социальной перцепции Другого: постановка проблемы и состояние исследований / М.В. Балева // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития / Отв. ред. А.Л. Журавлёв, В.А. Кольцова. – М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017. – С. 1778–1786 (0,46 п.л.).

22. Балева, М.В. Конкурирующие факторы аттракции в процессе первичного восприятия Другого / М.В. Балева // Социальная психология и общество: история и современность: Материалы всероссийской научно-практической конференции с международным участием (15–16 октября 2019 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2019. – С. 22–25 (0,14 п.л.).

23. Балева, М.В. Негативное пре-стимульное воздействие как фактор предвзятого восприятия Другого / М.В. Балева // Ананьевские чтения – 2022: Материалы международной научной конференции (18–21 октября 2022 г.) / Под общ. ред. А.В. Шаболтас. Отв. ред. В.И. Прусаков. – СПб.: ООО «Скифия-принт», 2022. – С. 305–306 (0,10 п.л.).

24. Балева, М.В. Отражение диспозиционных черт «темной» личности в житейском восприятии / М.В. Балева // Ананьевские чтения – 2023: Материалы международной научной конференции (17–20 октября 2023 г.) / Под общ. ред. О.Ю. Стрижицкой и А.В. Шаболтас. Отв. ред. В.И. Прусаков и Ю.О. Ременюк. – СПб: ООО «Кириллица», 2023. – С. 398 (0,10 п.л.).

25. Балева, М.В. Социальное восприятие в пре-стимульном контексте / М.В. Балева // Социальная психология: вопросы теории и практики: Материалы VIII международной научно-практической конференции «Социальная психология: вопросы теории и практики» (11–12 мая 2023 г.). – М.: ФГБОУ ВО МГППУ, 2023. – С. 88–90 (0,15 п.л.).

26. Baleva, M.V. Emotional modality of the informational influence as a factor of the interethnic perception / M.V. Baleva, D.S. Kornienko, S.A. Schebetenko // Proceedings of the 23rd Multidisciplinary International Neuroscience and Biological Psychiatry Conference (St-Petersburg, May 16–19), 2016. – P. 28–29 (0,10 п.л. / 0,08 п.л.).

27. Baleva, M. Are the “dark personalities” perceived as bad, and “bright” as good? / D. Kornienko, M. Baleva, N. Rudnova // Proceedings of the XVI European Congress of Psychology, 2019. – P. 129 (0,12 п.л. / 0,06 п.л.).