

Федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования  
«Пермский государственный национальный исследовательский университет»

*На правах рукописи*

БАЛЕВА Милена Валерьевна

**ФУНКЦИОНАЛЬНАЯ ДИНАМИКА  
ДИХОТОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ**

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

Диссертация  
на соискание ученой степени доктора психологических наук

Пермь – 2023

## ОГЛАВЛЕНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ.....</b>	<b>6</b>
<b>ГЛАВА I. ДИХОТОМИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ФУНКЦИОНАЛЬНОМУ АНАЛИЗУ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФЕНОМЕНОВ .....</b>	<b>21</b>
1.1. Феноменология дихотомии: полярность, реципрокность и вероятность.	21
1.2. Структурная и динамическая парадигмы как основа дихотомического и функционально-динамического анализа.....	28
1.3. Функциональная динамика социальных систем.....	35
1.4. Функциональные дихотомии в когнитивной и социальной психологии .	41
1.4.1. Дихотомии когнитивных процессов.....	42
1.4.2. Дихотомии социальных суждений и установок.....	50
1.5. Заключение по главе .....	60
<b>ГЛАВА II. ДИХОТОМИИ В СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ.....</b>	<b>64</b>
2.1. Я и Другой как пространство перцептивной дихотомии .....	64
2.1.1. Перцептивная конвергенция .....	68
2.1.2. Перцептивная дивергенция.....	71
2.2. Дихотомические векторы восприятия Другого: аллоцентрический и эгоцентрический подходы .....	76
2.2.1. Аллоцентрические перцептивные дихотомии .....	81
2.2.1.1. Хороший – плохой.....	81
2.2.1.2. Умный – глупый .....	87
2.2.1.3. Красивый – некрасивый .....	90
2.2.2. Эгоцентрические перцептивные дихотомии .....	94
2.2.2.1. Знакомый – незнакомый .....	95
2.2.2.2. Свой – чужой .....	99
2.2.2.3. Друг – враг .....	106
2.2.2.4. Похожий на меня – не похожий на меня.....	112
2.3. Интегративные дихотомические модели социальной перцепции.....	118
2.3.1. Структурные модели.....	118
2.3.2. Структурно-динамические модели .....	123
2.4. Заключение по главе .....	130
<b>ГЛАВА III. КОНЦЕПЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ДИНАМИКИ ДИХОТОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ .....</b>	<b>135</b>

3.1. Диспозиции как источник стабильности перцептивного пространства	135
3.2. Функциональная динамика как атрибут дихотомического перцептивного пространства	139
3.3. Функциональная динамика дихотомических полюсов: источники деполяризации и инверсии	144
3.3.1. Конкуренция дихотомий (уровень объекта)	144
3.3.2. Фокус восприятия (уровень субъекта)	150
3.3.3. Угроза (уровень информационных сигналов)	152
3.4. Гипотетическая модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции (заключение по главе)	156
<b>ГЛАВА IV. ДИНАМИКА ПЕРЦЕПТИВНЫХ ДИХОТОМИЙ В УСЛОВИЯХ ИХ КОНКУРЕНЦИИ</b>	<b>161</b>
4.1. Перцептивная динамика образов «хорошего» и «плохого» Другого в условиях объективного и воспринимаемого сходства с Я	161
4.1.1. Постановка проблемы	161
4.1.2. Метод	164
4.1.3. Результаты	167
4.1.4. Обсуждение	188
4.2. Физическая привлекательность как опосредующий фактор восприятия «хорошего» и «плохого» Другого	192
4.2.1. Постановка проблемы	192
4.2.2. Метод	194
4.2.3. Результаты	195
4.2.4. Обсуждение	208
4.3. Эффекты показателей групповой идентичности на проявления ингрупповой прототипизации и межгрупповой стереотипизации	210
4.3.1. Постановка проблемы	210
4.3.2. Метод	213
4.3.3. Результаты	216
4.3.4. Обсуждение	223
4.4. Заключение по главе	226
<b>ГЛАВА V. ДИНАМИКА ПЕРЦЕПТИВНЫХ ДИХОТОМИЙ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ФОКУСНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ВОСПРИЯТИЯ</b>	<b>231</b>
5.1. Субъектный и объектный фокус сравнения «Я – Другой» в процессе социальной перцепции	231
5.1.1. Постановка проблемы	231

5.1.2. Метод.....	236
5.1.3. Результаты.....	240
5.1.4. Обсуждение .....	248
5.2. Когнитивные механизмы стереотипизации Другого .....	250
5.2.1. Постановка проблемы.....	250
5.2.2. Метод.....	254
5.2.3. Результаты.....	258
5.2.4. Обсуждение .....	265
5.3. Роль когнитивных стилей в процессе восприятия конкретного и безличного Другого .....	269
5.3.1. Постановка проблемы.....	269
5.3.2. Метод.....	271
5.3.3. Результаты.....	275
5.3.4. Обсуждение .....	279
5.4. Заключение по главе .....	281
<b>ГЛАВА VI. ФОРМИРОВАНИЕ И ДИНАМИКА ПЕРЦЕПТИВНЫХ ДИХОТОМИЙ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ НЕГАТИВНОЙ И ПОЗИТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ.....</b>	<b>285</b>
6.1. Роль позитивной и негативной информации при формировании отношения к амбивалентному Другому.....	285
6.1.1. Постановка проблемы.....	285
6.1.2. Метод.....	288
6.1.3. Результаты.....	290
6.1.4. Обсуждение .....	295
6.2. Восприятие амбивалентного и валентного Другого в условиях контрастного фонового воздействия .....	298
6.2.1. Постановка проблемы.....	298
6.2.2. Метод.....	301
6.2.3. Результаты.....	303
6.2.4. Обсуждение .....	309
6.3. Заключение по главе .....	310
<b>ГЛАВА VII. КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ДИНАМИКИ ДИХОТОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ.....</b>	<b>313</b>
7.1. Структура модели.....	313

7.2. Перспективы исследований .....	317
<b>ИТОГОВЫЕ ВЫВОДЫ .....</b>	<b>319</b>
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>322</b>
<b>ЛИТЕРАТУРА.....</b>	<b>325</b>
<b>ПРИЛОЖЕНИЯ.....</b>	<b>388</b>

## ВВЕДЕНИЕ

**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. Брунsvик, 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 эффекты фактора смещения перцептивного фокуса на динамику 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 искажать 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 искажать 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. Брунsvик, Г. Келли, Р. Нисбетт, Л. Росс, С. Фиск, С. Хиршмюллер); когнитивно-коммуникативный подход, согласно которому восприятие другого человека представляет собой когнитивно-коммуникативное событие (В.А. Барабанщиков, Б.Ф. Ломов);

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 (профессиональная версия).

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

**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 отсчета, 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 пре-стимульного 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 общим объемом 22,39 п.л. Из них 19 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.

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.

# ГЛАВА I. ДИХОТОМИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ФУНКЦИОНАЛЬНОМУ АНАЛИЗУ ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ФЕНОМЕНОВ

## 1.1. Феноменология дихотомии: полярность, реципрокность и вероятность

Понятие дихотомии является междисциплинарным. Оно представляет собой методологический принцип описания явлений и их анализа. Этимологически «дихотомия» происходит из греческого языка (διχοτομία: δίχῃ, «надвое» + τομή, «деление») и означает деление надвое, раздвоение. В толковом словаре С.И. Ожегова дихотомия определяется как сопоставленность или противопоставленность двух частей целого [Ожегов, 2022]. Образующиеся при этом части взаимоисключают друг друга и заполняют собой объем делимого понятия [см. Жеребило, 2010].

Основу дихотомического анализа образует представление о том, что каждое свойство объекта обладает своей противоположностью. Наиболее очевидная, и даже крайняя, форма такого представления находит отражение в философских концепциях, рассматривающих разного рода полярности. Дихотомия как полярность представляет собой разделение некоторых идей, понятий или принципов на две противоположные части. Полярность указывает на то, что дихотомические пары формируют контраст и противопоставление друг другу, но лежат в одном и том же спектре. Таким образом, полярные объекты разделяют некоторые общие характеристики, которые могут быть использованы для объединения различных понятий в рамках единой системы. Необходимо отметить, что при полярном подходе дихотомии могут быть объектом критики, если они служат инструментом неоправданного редуцирования сложных и многогранных явлений. Так, например, по мнению Е.А. Тимощук, дихотомические бинарные подходы утратили свою эффективность в поликультурной социальной реальности [Тимощук, 2019].

Ярким примером концептуальной дихотомии как учения о полярностях является дуализм Р. Декарта. Он предложил новый для своего времени подход к пониманию природы реальности, утверждая, что существует два основных типа субстанции: мышление (рассудок, душа) и протяженность (тело, материя). Эти две субстанции противоположны друг другу, но взаимодействуют в человеке. Согласно Декарту, мышление – это духовная субстанция, которая может существовать без материальной формы и характеризуется сознанием, волей и интеллектом. В свою очередь, тело – это материальная субстанция, обладающая пространственными и механическими свойствами, но лишенная способности к мышлению. Из этой духовно-материальной дихотомии Декарт делает вывод о необходимости сомнения в том, что можно наблюдать и чувствовать через материальные органы чувств, поскольку они подвержены заблуждениям и ошибкам. Вместо этого он предлагает изучать духовную субстанцию, которая наделена сознанием и способностью к рациональному познанию, и в силу этого может достичь понимания истины через сомнение и «анатомирование» собственных мыслей [Декарт, 1641/2000]. Критика декартовского дуализма [Гассенди, 1966; Гоббс, 1651/2022; Лейбниц, 1714/2022; Спиноза, 1677/2021] возникает как раз-таки из-за излишней категоричности такого деления, которое затрудняет объяснение факта взаимодействия духовной и материальной полярностей, а также ставит проблему объяснения природы животных.

В.П. Клочков и А.П. Зайцев отмечают, что дихотомический подход применяется во многих философских системах в виде выделения двух противоположных полюсов, например, тезиса и антитезиса, материального и идеального, рационального и иррационального, логического и интуитивного, формы и содержания [Клочков, Зайцев, 2013]. Существенной ценностью и причиной популярности дихотомического подхода в философских концепциях является его простота. Не требуя избыточных ресурсов внимания, он предлагает понятную и предельную, исчерпывающую аналитику феномена. При этом обязательным условием дихотомического деления является логическое

противоречие между полюсами бинарности. Это оправдывает себя в том случае, когда понятие недостаточно определено.

Бинарные оппозиции являются одной из ключевых концепций в структурализме и постструктурализме. Они представляют собой пары противоположностей, которые являются фундаментальными для формирования системы понятий и структуры языка или культуры. Структуралистский подход к бинарным оппозициям основывается на идеях швейцарского лингвиста Ф. де Соссюра, который полагал, что значения понятий и знаков формируются на основе их отношения и различия с другими знаками или понятиями [см. Слюсарева, 1975]. В рамках структурализма бинарные оппозиции (природа/культура, мужское/женское, человек/животное, жизнь/смерть) рассматриваются как структурные элементы, обеспечивающие упорядоченность и смысловую систему языка и культуры. Классический пример структуралистского анализа бинарных оппозиций представлен в трудах К. Леви-Стросса [Леви-Стросс, 1964/2008], который исследовал мифы разных культур. Он полагал, что мифы представляют собой системы бинарных оппозиций, которые служат для выработки обществом культурных значений и укрепления социальных структур.

Постструктуралист Ж. Деррида критически подходит к понятию бинарных оппозиций. По его мнению, структурированные оппозиции обычно предполагают иерархию, в которой одна сторона оппозиции доминирует над другой. В своей деконструктивной методологии Деррида призывает анализировать и анатомировать такие иерархии в рамках языка и культуры, утверждая, что оппозиции не абсолютны и могут быть пересмотрены в контексте различных ситуаций [Деррида, 1967/2000; 1967/2007].

Целый ряд полярных дихотомий можно обнаружить в моральной и политической философии. Они противопоставляют друг другу различные принципы и ценности и служат основой подходов к пониманию социальных, политических и нравственных явлений. Так, например, противопоставление свободы и авторитаризма задает пространство размышлений о степени, в которой индивидуальные свободы и права должны быть ограничены или, наоборот,

защищены от вмешательства со стороны государства и других форм власти [Арендт, 1951/1996; Локк, 1689/2014; Милль, 1859/2021]. Дихотомия деонтологического (морально-этического) и консеквенциального (утилитарного) подходов отражает различные взгляды на оценку нравственности действий на основе принципа их абсолютной или относительной (результатирующей) оценки [Кант, 1785/2021; Милль, 1861/2013]. Противопоставление индивидуализма и коллективизма касается представлений о степени важности индивидуальных прав и свобод, с одной стороны, и интересов и ценностей группы или общества – с другой [Нозик, 1974/2019; Руссо, 1762/2018]. Полярности капитализма и социализма базируются на противопоставлении двух систем экономического обустройства и базовых ценностей, которые связаны с распределением благ, власти и возможностей в обществе [Маркс, Энгельс, 1848/2022; Смит, 1776/2022].

Можно заметить, что в социальных науках полюса дихотомий, являясь четко выделенными и содержательно наполненными, образуют, во-первых, динамическую систему, а во-вторых, имеют, так сказать, размытые границы. Это привносит в понятие дихотомии смысловую идею реципрокности, или комплементарности [см. Благирев, 2022]. Теории, в которых дихотомии рассматриваются с таких позиций, обычно фокусируются на взаимодополнении и взаимозависимости противоположных концепций или идей. В данном случае акцент делается на том, что дихотомические пары взаимодействуют друг с другом и могут быть поняты только через отношение к другой стороне полярности. Например, инь и ян в китайской философии представляют собой взаимопроникающую дихотомию, в каждом полюсе которой присутствует некоторое количество противоположного: инь содержит в себе зерно ян и наоборот. Эта концепция непрерывного взаимодействия настолько универсальна, что может быть применена ко всем процессам природы.

В своей философии Г. Гегель развивает диалектический метод, в котором противоположности взаимодействуют и трансформируются друг в друга через процесс тезиса, антитезиса и синтеза. Вместо того чтобы рассматривать дихотомии



как абсолютные и непреодолимые, Гегель подчеркивает их реципрокность и динамичное развитие в процессе истории и познания [Гегель, 1807/2021].

В рамках методологии системного подхода Л. фон Берталанфи взаимодействующие компоненты системы рассматриваются с точки зрения их взаимоотношений и функций, что предполагает реципрокность действия и обратной связи между составляющими систему частями [см. Урманцев, 2021]. Подобный подход позволяет понимать и объективно описывать сложные социальные, биологические, экономические и другие системы, в которых присутствуют дихотомии, дополняющие друг друга и обеспечивающие баланс.

Отметим еще один важный аспект дихотомии в случае, когда речь идет о сложных системах. Этот аспект связан с относительностью противопоставления. Так, например, в социальном познании и языке дихотомии могут представлять собой набор отношений, в которых противопоставление является только одной из возможных форм. В зависимости от контекста и ситуации взаимодействия пары понятий могут выражать разную степень противопоставления или даже сходство и взаимосвязь. Например, слово «холодный» может иметь разные антонимы в зависимости от того, какая характеристика имеется в виду. В физическом контексте его антонимом будет «горячий», однако в контексте человеческих отношений, качеств или эмоций «холодный» в зависимости от контекста может быть противопоставлен понятиям «дружелюбный», «теплый» или «открытый». В контексте описания информации антонимами слова «честный» могут быть такие понятия, как «лживый», «ложный» или «недостоверный». Данный контекст связан с поиском истины или выявлением обмана. Однако в сфере человеческих коммуникаций антонимом может стать слово «закрытый», что отражает степень близости и откровенности человека в общении.

Разводя понятия дихотомических и оппозиционных (полярных) отношений, М.М. Благирев также отмечает их сложность и неоднозначность в социальном контексте. Так, например, деление на характеристики «враг – друг» является оппозиционным. Двойное отрицание при такой оппозиции проявляется в суждении «враг моего врага – мой друг». Однако в реальной ситуации могут

существовать «другие враги моего врага, которые не являются моими друзьями, ... враги моего врага, которые являются и моими врагами» [Благирев, 2022, с. 84].

Относительность дихотомий в сложных системах отсылает к идее о том, что дихотомическое разделение на две категории, или два класса, не всегда практично или адекватно для описания реальных объектов и процессов. В системах с большим количеством переменных, таких как социальные отношения, экономика, биология или язык, дихотомия может быть многомерной, изменчивой и случайной. Это касается, прежде всего, сферы представлений, однако находит отражение и в объективной реальности, связанной, например, с половой и гендерной дихотомией [см. Исаев, 2016].

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 одной из категорий. В сложных системах множественность дихотомий или сплетение их различных элементов может сосуществовать полифонически без каких-либо четко определенных границ.

Наконец, когда речь идет о социальной реальности, дихотомии можно рассматривать не только как абстрактные категории, но и как пространство субъективного выбора. Так, например, по мнению Е. Иллуз, в сфере любовных отношений человек осуществляет выбор в пространстве трех дихотомий: власти – подчинения, выбора – свободы и независимости – общности [Иллуз, 2020]. При этом каждый такой выбор, вместо чувства облегчения и удовлетворенности, вызывает внутренний конфликт или провоцирует неопределенность. Так, первая дихотомия размывает понятие ответственности в партнерских отношениях. Вторая – вызывает сомнения в правильном выборе. Третья – провоцирует классический конфликт между свободой и бегством от нее [ср.: Фромм, 1941/2006].

Такое проявление дихотомии, которое предполагает некоторую субъективно определяемую вероятность выраженности явления, хорошо подходит для рефлексивных процессов в сфере самосознания и социальных взаимодействий. В психологической диагностике широко используется метод полярных суждений в

виде шкалы Лайкерта, которая позволяет передать индивидуальное разнообразие психических процессов, состояний и свойств. Следует отметить, что дихотомическая вероятность лежит и в основе психофизического закона Вебера-Фехнера, а значит, – в основе эмпирических измерений психики. Именно полюсы наличия / отсутствия ощущений, симпатии / антипатии и в целом – согласия / несогласия с некими утверждениями позволяют сформировать диагностическую идентичность и определить индивидуальный психический профиль субъекта. Следует также выделить и отметить как методологически сложную ситуацию принципиальной неопределенности, или отсутствия выбора, которая возникает в случае субъективной отнесенности суждения к среднему, расположенному в центре между дихотомическими полюсами, измерению. Такая субъективная позиция, с одной стороны, может трактоваться в рамках иной дихотомической полярности, которую можно обозначить как «знаю – не знаю» («понимаю – не понимаю», «чувствую – не чувствую» и т.п.). С другой стороны, она соотносится с неким неопределенным, «нулевым» состоянием дихотомической системы. В то же время, это состояние можно рассматривать как интегративное, включающее признаки обоих полюсов.

Сложность субъективного отражения когнитивных процессов, с одной стороны, и стремление к их понятному описанию и упорядочиванию – с другой, – могут привести к формированию ложных дихотомий. Так, например, с точки зрения Т.В. Корниловой, дихотомии «принятия решений» / «выбора», «рационального выбора» / «личностного выбора», «выбора как деятельности» / «выбора как процесса» являются ложными. Они отражают, скорее, концептуальные предпочтения авторов разных теорий, чем объективную реальность психических процессов [Корнилова, 2014].

Субъективный выбор дихотомических категорий носит вероятностный и динамический характер. Он определяется сложностью когнитивных процессов и социальных отношений человека. Возможная небинарность дихотомий, описывающих сложные системы, позволяет добавить в них необходимые

смысловые оттенки и расширить спектр аналитически выделяемых закономерностей в их функционировании.

Таким образом, основой дихотомического подхода является представление о том, что каждое свойство объекта обладает своей противоположностью. 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. 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. Теории, в которых дихотомии рассматриваются с таких позиций, обычно фокусируются на взаимодополнении и взаимозависимости противоположных концепций или идей. 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. 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**

В психологии четкая ориентация на структурный (морфологический) или динамический подход впервые прослеживается при сравнении теорий сознания В. Вундта и У. Джеймса. Несмотря на методологическую общность интроспективного подхода к сознанию, эти теории отчетливо отличаются фокусировкой на разных аспектах его исследования [см. Корнилова, Смирнов, 2006]. Вундт придерживается структурной интерпретации сознания, то есть анализирует составляющие его элементы, стремясь к их классификации, а также

анализу связей и взаимодействий между ними [Вундт, 1911/2022]. В свою очередь, Джеймс вводит новые описательные характеристики сознания, которые представляют его как поток, или непрерывное движение. Он считает, что сознание не является статичным или разделенным на части, а скорее, представляет собой динамичный процесс. При этом каждый отдельный человек имеет свой субъективный опыт сознания, который является уникальным и изменчивым [Джеймс, 1892/2020].

Поведение и деятельность человека также могут быть исследованы как с позиций структурной, так и с позиций динамической парадигмы. Теория деятельности А.Н. Леонтьева включает ряд структурных элементов и методологических инструментов, необходимых для такого анализа [Леонтьев, 1977]. Развитие деятельностного подхода изначально было связано преимущественно со структурной парадигмой, в рамках которой деятельность описывалась на разных уровнях как относительно инвариантная система [Корнилова, 2014]. Традиционная структурная парадигма описывает деятельность как комплекс взаимосвязанных компонентов, которые взаимодействуют друг с другом и образуют единое целое. Основные компоненты структуры деятельности включают мотивы, цели, условия, а также действия и операции. Цель является ключевым компонентом деятельности и представляет собой результат взаимодействия социального контекста и индивидуального опыта. В отличие от мотива, который выступает как причина деятельности, цель определяет ее основную направленность. Операция представляет собой способ осуществления действия, направленного на реализацию цели, и предполагает использование разного рода средств, которые могут быть материальными (например, инструменты, технологии) или символическими, (язык, знаки, схемы и т.д.). Все структурные компоненты деятельности взаимосвязаны и взаимозависимы. Они влияют друг на друга и формируют деятельность в ее целостности.

Динамическая парадигма подразумевает рассмотрение деятельности как динамического процесса, который развивается во времени. Он позволяет понять, какие фазы и этапы включает деятельность, какие взаимодействия происходят

между ее различными компонентами. В рамках динамического анализа оценивается и воздействие деятельности на окружающую среду, а также изменения внешних и внутренних условий ее протекания, в т.ч. за счет нового видения цели, доформулирования и переформулирования задач [см. Козелецкий, 1979].

По мнению Т.В. Корниловой, главной причиной процессуально-динамического анализа деятельности является включение в ее структуру процессов целеобразования и смыслообразования, которые не могут быть описаны только в рамках структурной парадигмы [Корнилова, 2014]. А.Г. Асмолов и В.А. Петровский описали возможности применения динамической парадигмы в исследованиях деятельности, указав на необходимость расширения традиционно используемого в структурной парадигме понятийного аппарата. «Единицами, характеризующими движение самой деятельности, являются установка, понимаемая как стабилизатор движения в поле исходной ситуации развертывания деятельности, и надситуативная активность» [Асмолов, 2002, с. 255]. Являясь внутренним стабилизатором, установка помогает определить направление и цели деятельности. Она представляет собой своеобразный фокус, ориентирующий исполнителя на определенные задачи и действия в исходной ситуации развертывания деятельности. Надситуативная активность относится к общей активности или действиям, которые осуществляются вне прямого влияния ситуации развертывания деятельности. Например, это могут быть предварительные или последующие действия, которые непосредственно не связаны с исходной ситуацией, но все же оказывают влияние на динамику деятельности. Установка и надситуативная активность помогают субъекту ориентироваться, принимать решения и действовать, а также поддерживают единство и целостность деятельности во времени.

Вместе с тем отдельные проявления динамического подхода к анализу деятельности можно обнаружить уже в работах самого А.Н. Леонтьева [см. Соколова, 2019]. Деятельность рассматривается им не только как «третье звено», которое «вставляется» между объектом и субъектом, а как целостная реальность, «полюсами» которой являются объект и субъект. При этом один из полюсов может

выступать как ведущий по отношению к другому. «В деятельности происходит переход объекта в его субъективную форму, в образ; вместе с тем в деятельности совершается также переход деятельности в ее объективные результаты, в ее продукты. Взятая с этой стороны, деятельность выступает как процесс, в котором осуществляются взаимопереходы между полюсами “субъект – объект”» [Леонтьев, 1977, с. 81].

В подобном методологическом ключе, но более широком, онтогенетическом, контексте рассматривает дихотомию личности и среды О.А. Карабанова [Карабанова, 2014]. Она исходит из существующего контраста между пониманием развития индивида как результатом его внутренних характеристик (личности) и влиянием внешних факторов и общественной среды, полагая что эта дихотомия создает ложное разделение и не учитывает взаимодействий между личностью и средой. Автор формулирует концепцию социальной ситуации развития, которая понимается как динамический процесс, предполагающий, что влияние среды и личности на развитие взаимосвязано и изменяется со временем. Это влияние включает целый комплекс факторов, например, социокультурные, мотивационные, психологические и др.

Как отмечают Т.В. Корнилова и С.Д. Смирнов, переход от структурной к динамической парадигме в рамках общего деятельностного подхода может приводить к изменению базовых понятий и даже новому пониманию закономерностей осуществления деятельности [Корнилова, Смирнов, 2006]. Так, например, постулат сообразности, который лежит в основе признания целевой причинности в регуляции действия, может рассматриваться с точки зрения стремления к гомеостазу, а также с позиций прагматизма или гедонизма.

Рассматривая применение динамической парадигмы в исследованиях принятия решений, Т.В. Корнилова обращает внимание на то, что она требует изменения подхода к использованию традиционных психодиагностических инструментов [Корнилова, 2014]. Так, если в традиционных исследованиях измеряются личностные свойства и показатели интеллекта, то с позиций динамической парадигмы эти измерения должны быть заменены на такие, которые

имеют отношение конкретно к поведению в ситуациях неопределенности: толерантность к неопределенности, рациональность, готовность к риску и др. Такой подход объединяет разноуровневые факторы в единые динамические регулятивные системы, снимая противоречие между ситуационизмом и диспозиционизмом. Хотя дихотомический подход является одним из инструментов снятия информационной неопределенности [напр., Раев, 2017], по мнению Корниловой, дихотомии принятия решений/выбора, рационального/личностного выбора, выбора как деятельности/процесса являются ложными. «Они фиксируют направленность на те или иные аспекты изучаемого предмета, концептуальные предпочтения той или иной теории, но не принципиальные отличия изучаемого объекта, коим выступает выбор как принятие решения» [Корнилова, 2014, с. 3]. В таком подходе прослеживается четкая динамическая ориентация. Она позволяет учесть временной аспект деятельности и ее открытый характер, предполагающий возможность пересмотреть, передумать и сделать повторный выбор.

В XX веке в психологии личности преобладала структурная, или морфологическая, парадигма. Основное внимание уделялось исследованию различий между людьми, главной целью которых являлось выделение ключевых аспектов (черт) личности. Результатом такого подхода стала хорошо известная пятифакторная модель личности [John et al., 2008]. Недавние исследования в области клинической психологии показали, что структура патологической личности согласуется со структурой базовой личности. Выявленные широкие домены психических расстройств включают негативную аффективность (аналог нейротизма), расторможенность (низкую сознательность), антагонизм (низкую доброжелательность), отстраненность (низкую экстраверсия) и психотизм (открытость опыту) [Markon, 2010; Wright et al., 2015]. В то же время, как отмечают Й. Циммерман и др., в эту структуру не интегрированы аутистические и диссоциативные расстройства [Zimmermann et al., 2019].

Несмотря на достижения структурного подхода, он мало что дает для понимания внутриличностных процессов и имеет ограничения в предсказании поведения. Дискуссия о влиянии личности и ситуации на поведение достигла



апогея во время так называемых «дебатов о личности и ситуации». У. Мишел утверждал, что ситуации имеют решающее значение для понимания и прогнозирования поведения. Он полагал, что «коэффициент личности» равен 0,3. Другими словами, личностные черты могут предсказывать поведение примерно на 30%, и его изменчивость, таким образом, должна объясняться не особенностями действующего субъекта, а другими факторами [Mischel, 1968].

Теоретики личности, в свою очередь, не отрицают, что личностные диспозиции зависят от контекста [Allport, 1968; Mischel, Shoda, 1995; Molenaar, Campbell, 2009]. Последние теории подчеркивают, что именно характерный способ, которым люди взаимодействуют со своим окружением, определяет личность [DeYoung, 2015; Fleeson, Jayawickreme, 2015]. Физиологическая основа такого процесса была описана еще Г. Гельмгольцем. Анализируя процесс восприятия, он отмечал ключевую роль привычки, говоря, что нейронные связи, образованные многократным повторением, становятся жесткими и непреодолимыми – даже в том случае, если они неестественны или условны, как, например, написание, произношение и смысл слова. Вместе с тем такие связи основаны на субъективном опыте и носят адаптивный характер. Их функциональная динамика является не только рефлекторной, но и регулируемой. Причем сознательное образование новых связей возможно благодаря концентрации внимания на деталях чувственного ощущения [Гельмгольц, 1910/2002].

Эти идеи открывают перспективу объединения структурной и динамической парадигмы в психологии личности. В последние годы такой интегративный подход реализуется в клинических исследованиях с использованием интенсивных лонгитюдных дизайнов (ILD) для изучения психологических процессов внутри личности [Zimmermann et al., 2019], а также в когнитивно-поведенческой терапии [напр., Hamblen, Mueser, 2021].

Результаты исследований показывают, что люди сильно различаются в своем поведении с течением времени. Кроме того, изменения в ситуации, как правило, достоверно предсказывают изменения в поведении. Обнаружено также, что связи

между поведением и ситуацией характеризуются индивидуальной спецификой. Другими словами, поведенческий репертуар некоторых людей оказывается более чувствительным к определенным ситуационным сигналам [напр., Sherman et al., 2015].

Таким образом, структурная парадигма психологических теорий сконцентрирована на изучении структурных аспектов психологических процессов и свойств и признает, что личность и поведение могут быть объяснены через анализ статических характеристик их компонентов. Динамическая парадигма придает большее значение изменчивости в психологических процессах и поведении. Она сосредоточена на изучении развития личности, ее изменения во времени и взаимодействия с окружающей средой. Динамическая парадигма подчеркивает роль внешних факторов, контекста и ситуаций в формировании личности и поведения, а также учитывает важность процессов саморегуляции и приспособления к среде.

Обе парадигмы имеют свои преимущества и ограничения. Структурная парадигма позволяет достаточно точно описывать 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. В современных исследованиях все чаще используется интеграция структурного и динамического подходов, открывая перспективу более полного понимания личности и поведения. Это позволяет учитывать и описывать как статические, так и динамические аспекты психологических феноменов и выявлять их взаимосвязи и взаимодействия в формировании личности и ее поведения.

### 1.3. Функциональная динамика социальных систем

Социальное восприятие и поведение имеют глубокие эволюционные основы, которые помогли нам адаптироваться в социальной среде и обеспечить выживание и размножение. Человек обладает способностью воспринимать и интерпретировать информацию, связанную с другими людьми. Эта способность дает возможность предсказывать и понимать действия, намерения и эмоции окружающих, эффективно взаимодействовать с ними и создавать социальные связи [Dunbar, 2009].

В психологии описан целый ряд адапционных механизмов, лежащих в основе социального взаимодействия. К ним относятся, в частности, теория разума (theory of mind), т.е. способность понимать, что сознание другого человека отличается от твоего, распознавать и предсказывать его намерения, мысли и переживания. Это помогает адекватно реагировать на социальные сигналы, такие как мимика, позы, жесты и др. [Call, Tomasello, 2008; Dennett, 1978; Premack, Woodruff, 1978]. Другим механизмом является эмпатия – способность воспринимать и понимать эмоции других людей, а также реагировать на них сопереживанием и сочувствием [de Waal, 2008]. К эволюционным механизмам, имеющим важное адапционное значение, можно отнести и способность к кооперации, благодаря которой становится возможным коллективный труд, защита территории и воспитание потомства [Cosmides, Tooby, 1992]. Вместе с тем взаимодействие между людьми регулируется не только природными инстинктами. Являясь сложной социальной системой, оно подчиняется также законам культурной эволюции, обеспечивая гибкую адаптацию к новым условиям и конкретному контексту.

В биологическом смысле адаптацию можно рассматривать как аналог выживания через приспособление к меняющимся условиям среды. Другими словами, результатом, функцией приспособления к среде является сама жизнь, ее непрерывность. Вместе с тем такая функция выступает для живого организма, скорее, «задачей минимум». Задачей же «максимум» является качество этой жизни, или «благополучие», проявления которого достаточно многообразны – от

производства потомства (как объективное свидетельство) до эмоциональной удовлетворенности (как субъективное ощущение). Теория Ч. Дарвина описывает процесс эволюции как совокупность изменчивости, наследственности и отбора. В этих терминах функцией изменчивости является естественный отбор, а наследственность обеспечивает механизм сохранения полезных изменений. Вместе с тем идея эволюции и функциональных изменений настолько универсальна, что может быть применима не только к биологическим системам.

Идея изменчивости как приспособления к меняющейся среде без закрепления новых свойств в генах основывается на концепции пластичности поведения и нейрофизиологических механизмов, которые позволяют организмам приспосабливаться к новым условиям среды путем изменения своего поведения, а не генетического кода. Наряду с эпигенетикой, которая исследует механизмы активизации или подавления экспрессии генов [Richards, 2012], в лингвистике, социологии, философии, психологии и других науках рассматривается идея культурной эволюции, которая описывает закономерности динамической изменчивости сложных систем в ответ на воздействие средовых стимулов.

Идея культурной эволюции сложных систем основана на предположении, что организации, общества и отдельные люди развиваются и приспосабливаются к новым условиям через изменение своих норм, ценностей, социальных структур и поведенческих практик [Mesoudi, 2019]. По аналогии с обычной, генетической, эволюцией, результатом которой является повышение адаптации к среде, культурная эволюция – это тоже динамическое приспособление. Но если в процессе генетической эволюции наследуемость полезных признаков обеспечивается генами, которые копируются из организма в организм, в процессе культурной эволюции копируются идеи, передаваясь с помощью языка и поведенческих паттернов от человека к человеку, или «из мозга в мозг».

Одним из первых понятие культурной эволюции описал Р. Докинз [Докинз, 1976/2022]. Для объяснения того, как гены могут поддерживать свое выживание и успешное размножение через манипулятивное влияние на поведение носителя, он ввел понятие «эгоистичного гена», который является, по его мнению, основной

единицей эволюционного процесса (в отличие от организма, который рассматривается в качестве таковой в классической эволюционной теории). Благодаря Докинзу, в научный обиход вошло понятие «мемов» – аналогов генов в биологической эволюции, которые представляют собой идеи, верования, обычаи или другие культурные элементы, которые передаются от одного индивида к другому через обмен информацией. Докинз понимает мем как «вирус мысли». Подобно генам, успешные мемы могут реплицироваться и распространяться, в то время как менее успешные – исчезают. Важную роль в формировании и передаче мемов играет образование. Через образовательные институты люди усваивают культурные идеи и концепции, которые могут влиять на их поведение и взаимодействие. Например, язык считается мемом, так как передается от одного поколения к другому и оказывает влияние на коммуникацию и мышление. Наиболее известными мемами являются многочисленные картинки, фразы и сюжеты из интернета, а также песни, цитаты из фильмов, книг или интервью, аксессуары, прически, стили макияжа. Любая многократно повторяющаяся от человека к человеку идея может быть названа мемом. Процесс существования мемов аналогичен эволюционной борьбе за выживание и размножение. Докинз предлагает рассматривать эволюцию генов и мемов как два параллельных процесса, которые подчиняются принципам дарвинизма. Так же, как и гены, мемы могут претендовать на «эгоистичность» в своем стремлении к сохранению и размножению.

В исследовании, охватившем анализ культур 33 стран, М. Гельфанд и ее коллеги показали, что условия среды, к которым относятся, например, экология, высокая плотность населения, нехватка ресурсов, войны, эпидемии и т.д. формируют культуры «жесткого» и «свободного» типа. Для первых характерно наличие строгих норм и низкая терпимость к девиантному поведению, а для вторых – более мягкие нормы и социальная терпимость [Gelfand et al., 2011].

Другой известной работой в этой области является книга Д. Деннетта “Freedom evolves” [Dennett, 2004], в которой он рассуждает о том, как культурная эволюция влияет на развитие индивидуальной психологии и поведения,

подчеркивая взаимодействие между культурной эволюцией и эволюцией гена. По мнению Деннетта, свобода выбора и независимость оказывают влияние на эволюцию организмов и социальных систем, формируя психологические, психические и социальные атрибуты. Он утверждает, что свободная воля является не только ключевым аспектом человеческой природы, но и силой, действующей на развитие и приспособление организмов и обществ. Это происходит за счет того, что свобода выбора дает организмам способность адаптироваться к окружающим изменениям, укреплять и передавать полезные гены и приводить к развитию новых поведенческих стратегий. Он представляет свободную волю как механизм, позволяющий организмам и обществам обучаться и развиваться. В свою очередь, Деннетт отмечает важность социального воздействия на свободу воли. Он показывает, что культурные и социальные нормы и ожидания влияют на человеческий (свободный) выбор и формируют наше поведение. Он подчеркивает, что свободная воля является результатом сложного взаимодействия генетических и социальных факторов, а не результатом абсолютной, спонтанно проявляющейся власти над собственным выбором. Так, например, если человек вырос в сильно религиозной общине, то его свобода воли может быть ограничена установками и правилами, установленными его религией. В странах с авторитарными правительственными системами люди могут бояться высказывать свое мнение и действовать вопреки установленному порядку. Семейные ценности и нормы поведения, передаваемые от родителей к детям, могут ограничивать выбор профессии или образования. Образовательная среда может ограничивать доступ к информации или привносить элементы идеологии в учебные программы.

Опираясь на идею культурной эволюции, социальное взаимодействие людей, определяющие его стандарты и социальные установки можно рассматривать как эволюцию мемов. Их формирование может быть описано как дихотомический процесс, так как они часто основаны на противоположных и противоречивых понятиях или оценках. Это означает, что социальные убеждения формируются на основе выбора между двумя противоположностями, и это определяет развитие общества. В качестве примера бинарных дихотомий в

формировании социальных представлений могут быть рассмотрены религиозные убеждения, заданные категориями веры/неверия, морального/аморального, добра/зла и т.д. Понятия мужского/женского являются еще одним примером дихотомии социальных суждений. Долгое время было принято четко различать личностные черты и ролевые репертуары мужчин и женщин. Понятия «свой» и «чужие» также выступают основой социальных дихотомий, особенно в контексте этнической принадлежности. Исторически такие дихотомии выбирались и создавались для определения дружеских/враждебных отношений, а также границ между культурами.

Важно отметить, что социальные дихотомии могут меняться в разные исторические периоды. Они зависят от конкретного, например идеологического, контекста социальной среды. То, что раньше было неприемлемым (например, равноправие мужчин и женщин, свобода проявления сексуальной ориентации и др.), с течением времени становится вполне легитимным, однако в какой-то момент может снова оказаться под запретом. Это объясняется эволюцией мемов и культурной эволюцией, в результате которых общество принимает новые идеи и ценности, соответствующие изменившейся социальной среде и потребностям людей.

В целом, социальное взаимодействие может быть рассмотрено как динамика культурных дихотомий, поскольку в процессе общения и обмена мемами происходит распространение и интеграция новых идей, что может привести к принципиальному изменению базовых социальных установок и представлений. Можно сказать, что социальное взаимодействие является движущей силой, которая влияет на смену культурных дихотомий и формирование новых социальных норм в обществе.

На индивидуальном уровне динамика социальных суждений также может быть объяснена через призму культурной эволюции и эволюции мемов. Однако если в масштабе социума дихотомии, определяющие принципы взаимодействия, носят абстрактный и непротиворечивый характер, то на уровне конкретного индивида они могут, во-первых, отвергаться или подвергаться инверсии, а во-

вторых – вступать в противоречие друг с другом. Так, например, в масштабе культуры может наблюдаться абстрактное предпочтение конформизма, а на уровне отдельного индивида – стремление к непохожести, максимальному своеобразию, вплоть до романтизации психических отклонений [Килина, 2022; Потанина, 2021]. На уровне социума абстрактно поощряются проявления порядочности, ценится ум и красота, порицается лживость, жадность и глупость. В то же время на уровне индивидуального взаимодействия, когда данные характеристики рассматриваются применительно к конкретному человеку, может возникнуть ценностный конфликт при выборе «жадного, но умного» или «красивого, но глупого». Это может приводить к непредсказуемой динамике социальных оценок и формированию новых культурных мемов, в том числе – в форме социальных стереотипов.

Таким образом, выбор поведенческой реакции в рамках социального взаимодействия 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. Являясь сознательным или бессознательным, социальное поведение включает в себя оценку контекста, интерпретацию информации, выбор действия и его исполнение. В значительной мере этот выбор будет зависеть от того, какой набор культурных мемов преобладает в сознании и поведении человека. 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 [ср.: Корнилова, 2014]. 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 взаимодействий и систем.

#### **1.4. Функциональные дихотомии в когнитивной и социальной психологии**

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.

В психологии существует целый ряд дуалистических теорий, которые можно рассматривать как подкласс когнитивной парадигмы [Strack, Deutsch, 2015]. Их отличительным признаком является функциональный подход к процессам переработки информации, предполагающий, что функционирование различных психических процессов либо их модусов носит адаптивный характер и зависит от условий и общего контекста ситуации.

Механической метафорой такого подхода может служить гибридный автомобиль, впервые созданный Ф. Порше в 1901 г. и использующий в качестве альтернативных (взаимодополняющих) источников энергии двигатель внутреннего сгорания и электродвигатель. Гибридный автомобиль обеспечивает более рациональное и экономичное использование энергии при движении в разных условиях: при большой скорости на дальние расстояния более эффективен двигатель внутреннего сгорания, и при малой скорости на короткие расстояния – электродвигатель.

Общим для функциональных психологических теорий является идея адаптационной активизации разных психических процессов или систем с разными принципами действия в разных условиях. Предполагается, что, подобно гибриднему автомобилю, два психических процесса или системы могут работать параллельно, обеспечивая одновременный совместный вклад в функционирование организма, или последовательно, сменяя друг друга в разные моменты времени.

Однако если у гибридного автомобиля существует очевидная визуально определяемая структура, обеспечивающая дихотомию его функций, то у человека дихотомия психических процессов не связана с конкретными анатомическими структурами, а описывается с помощью концептуальных моделей. Вместе с тем в науке периодически предпринимаются попытки соотнести определенное качество психического продукта или поведения с организмическими структурами. Так, например, импульсивное поведение связывается с активностью миндалины, а противоположное ему, рефлексивное, – с активностью префронтальной коры [Vechara, 2005].

Предшественниками научных теорий, опирающихся на принцип функциональной дихотомии, являются житейские, философские и психологические представления о двойственной природе человеческой души, присутствии в ней разума и страсти, мыслей и эмоций, сознания и бессознательного, логики и свободных ассоциаций. Однако первые эмпирические модели психики, основанные на принципе функциональной дихотомии, появились в когнитивной психологии.

#### *1.4.1. Дихотомии когнитивных процессов*

Многочисленные философские, лингвистические, социологические и психологические концепции подтверждают, что в основе картины мира, какой бы простой или, наоборот, сложной она ни была, лежат бинарные оппозиции, которые носят универсальный характер [см. Руднев, 1997].

Дихотомическое восприятие изначально присуще познающему субъекту, поскольку служит способом определения границ объектов, их отделения друг от друга. Принципы дихотомии можно обнаружить не только на когнитивном, но и на нейронном уровнях.

Образование нейронных связей можно описать по принципу двоичной, или булевой, логики, согласно которой вывод, сделанный на основе входящей информации, может иметь только два возможных значения: (а) Истина: число 1 или буква Т (True), (б) Ложь: число 0 или буква F (False) [Гуров, 2021].

С точки зрения булевой логики, нейронную активность можно описать как параллельное и последовательное применение логических операций на двоичных числах [McCulloch, Pitts, 1943]. Нейроны мозга обмениваются сигналами с использованием синапсов, работа которых – алгоритмический процесс, определяющий наличие (1) или отсутствие (0) сигнала между нейронами. Синапс срабатывает, передавая входной сигнал следующему нейрону, если этот сигнал превышает порог активации (1), и не срабатывает, если этот сигнал ниже данного порога (0). При этом сами нейроны функционируют как логические вентили, обрабатывающие входные данные и выдающие выходные сигналы [см. De Pittà, Brunel, 2016; Gidon et al., 2020].

Важно отметить, что хотя выходные сигналы имеют качественный характер, их обработка основана как на качественных, так и на количественных принципах. Качественная обработка определяется типом нейромедиатора и рецепторов на постсинаптическом нейроне: сигнал может быть возбуждающим (деполяризующим, увеличивающим вероятность возбуждения нейрона) или тормозным (гиперполяризующим, уменьшающим вероятность возбуждения нейрона). Количественная обработка заключается в интеграции всех возбуждающих и тормозящих сигналов от предсинаптических нейронов. Если в результате интеграции количество входящих возбуждающих сигналов превышает количество тормозящих сигналов, так что суммарный эффект всех входящих сигналов достигает или превышает пороговое значение, нейрон возбуждается и генерирует собственный импульс (потенциал действия), который передается дальше по сети. Если суммарный сигнал не достигает порогового значения, нейрон остается в состоянии покоя и не возбуждается. Порог возбуждения нейрона характеризуется, тем не менее, абсолютным (качественным) значением мембранного потенциала, который зависит от множества ионных каналов и биофизических свойств мембраны постсинаптического нейрона. Это значение может быть относительно стабильным для данного нейрона, однако оно также может изменяться в зависимости от разных факторов, таких как модуляция синаптической передачи, внутриклеточная сигнализация или изменения в

экспрессии ионных каналов [Isaacson, Scanziani, 2011; Kandel, 2013; Shadlen, Newsome, 1998; Tovote et al., 2015].

Традиционно считается, что описание принципов работы отдельных нейронов нельзя распространять на их совокупность, а тем более – на работу мозга в целом, поскольку она гораздо более сложна и многоуровнева, чем отдельные нейроны. Соблюдая данную традицию, отметим, однако, что в исследовании П. Пуарази и Б. Мела было обнаружено, что отростки нейрона, дендриты, не являются пассивными передатчиками сигнала. Они обладают собственными порогами ввода-вывода, которые не совпадают с пороговыми значениями нейрона. Другими словами, дендриты сами могут действовать, как логические вентили, осуществляя нелинейную обработку информации. Это дает основания рассматривать отдельный нейрон как двухслойную сеть. Дендриты выполняют в ней функцию субъединиц, которые отвечают за предварительную обработку данных [Poirazi, Mel, 2001]. Так или иначе, дихотомический принцип обработки сигнала на нейронном уровне представляет интерес независимо от возможности проведения прямых аналогий между работой синапса и психологическими механизмами восприятия.

На когнитивном уровне дихотомическую природу обработки информации рассматривали Дж. Фельдман [Feldman, 2000] и С. Пиантадоси с соавторами [Piantadosi et al., 2016]. В центре их внимания находилась способность человеческого мышления создавать, уточнять и передавать абстрактные понятия, такие как «сводная сестра», «простое число», «большинство», «большинство, но не все» и др. Понимание таких понятий основано на принципах построения и понимания языка, которое, в свою очередь, имеет вычислительную основу. Так, например, «зеленое здание будет самым высоким зданием в Кембридже, если для всех других зданий (З) зеленое здание выше, чем З; две девочки являются сводными сестрами, если у них есть ровно один общий родитель; большинство А являются В, если величина подмножества А, которые являются В, больше, чем подмножество А, которые не являются В» [Montague, 1973, цит. по: Piantadosi et al., 2016, p. 392]. Авторы рассматривают обучение как систему логических правил,

определяющих язык мысли. Так, например, концептуальные репрезентации строятся по булевым правилам дизъюнкции и конъюнкции признаков. Вместе с тем существуют репрезентативные системы, выходящие за рамки булевых понятий. Они подчиняются более общему принципу мощности, предполагающему, что представления должны поддерживать как можно большую часть знаний людей [Marr, 1982]. Однако описания и концепции, основанные только на принципе мощности, всегда недоопределены.

Пожалуй, наиболее известной в когнитивистике дихотомической моделью является *концепция низкоуровневых и высокоуровневых процессов обработки информации*. Она основана на многочисленных исследованиях и теориях, предложенных разными исследователями в области когнитивной науки на протяжении нескольких десятков лет. Данная модель охватывает целое множество теорий и представляет собой, скорее, зонтичный термин.

Понятие низкоуровневых процессов обработки информации связано с изучением перцепции, внимания и обработки первичных сенсорных данных. Одним из ключевых исследователей, который внес вклад в их изучение, был Д. Марр, предложивший компьютерную модель зрительного распознавания [Там же].

Высокоуровневые процессы обработки информации относятся к более сложным когнитивным действиям, таким как мышление, планирование, решение задач, язык и сознание. Их изучение связывается, прежде всего, с именами Д. Бродбента, А. Бадди, Д. Брунера, У. Найссера.

Начиная с 80-х гг. прошлого века в когнитивной психологии стала отчетливо прослеживаться тенденция к описанию познавательных процессов, связанных с вниманием и визуальным распознаванием, в терминах восходящих (bottom-up) и нисходящих (top-down) процессов. Эти термины оказались интуитивно понятными и удобными для различения вклада субъекта и стимульного объекта в его итоговую ментальную репрезентацию.

Ю.Б. Дормашев и В.Я. Романов отмечают, что процессы обработки «сверху–вниз» определяются личностными стратегиями и опытом, а «снизу–вверх» –

актуальными стимулами и ситуацией [Дормашев, Романов, 1995]. Таким образом, данные регистры активности можно соотнести с факторами диспозиционной и ситуативной обусловленности поведения [см. Росс, Нисбетт, 1999].

Как отмечают А.В. Чистопольская и др., понятия низкоуровневых и высокоуровневых процессов лучше всего разработаны в исследованиях сенсорных и перцептивных систем. В качестве критериев для их различения авторы называют топографические параметры мозговой активности, направление обработки информации и ее обусловленность индивидуальным опытом, глубину обработки информации, степень контролируемости когнитивного процесса, тип регуляторного механизма, а также формат репрезентации объекта (действенный, образный, символический) [Чистопольская и др., 2019].

С низкоуровневыми процессами связывают работу восходящих нервных путей, например, от сетчатки к зрительным зонам мозга. Они активируются при обработке простых физических характеристик объекта: контрастности, яркости и т.п. С точки зрения теории уровневой обработки информации Ф. Крейка и Р. Локхарта [Craik, Lockhart, 1972], низкоуровневые процессы характеризуют первичный анализ сенсорных качеств объекта и его перцептивное распознавание. Их можно соотнести с имплицитным, неосознаваемым обучением. Они связаны с аффективными механизмами регуляции поведения, отвечающими за быстрое удовлетворение потребностей. Онтогенетически эти процессы являются более ранними, не опосредованными социокультурным опытом и привязанными к объектам среды. В качестве примера работы низкоуровневых процессов можно рассмотреть «эффект превосходства слова». Он заключается в том, что в условиях затрудненного восприятия информация о зрительно предъявленной одиночной букве воспринимается лучше, если эта буква включена в состав слова, а не предъявляется изолированно или в наборе случайных букв [см. Печенкова, Фаликман, 2010]. Эти процессы называются также data-driven (процессы, управляемые данными).

Высокоуровневые процессы обеспечиваются работой нисходящих путей от высших ассоциативных областей коры к нижележащим зонам. Они соотносятся с

эксплицитным (регулируемым, осознаваемым) обучением и характеризуют уровень семантической обработки информации и ее соотнесения с Я [Craik, Lockhart, 1972]. Высокоуровневые процессы связаны с регуляцией поведения, направленного на достижение желаемого результата и отсроченным удовлетворением потребностей. Онтогенетически они являются более поздними и связаны с абстрактно-логическим мышлением. В качестве примера работы высокоуровневых процессов можно привести «эффект группировки», описанный в гештальтпсихологии. Если у испытуемого есть задача найти некий объект среди других, отличающихся от него объектов, то его способность решить эту задачу будет зависеть от того, как эти объекты расположены в его зрительном поле. Если они хорошо сгруппированы, то испытуемый воспримет отличающийся объект как часть группы и с большой вероятностью не распознает его. Однако если объекты разделены и группировка между ними слабая, то задача будет успешно решена [см. Печенкова, Фаликман, 2010]. Высокоуровневые процессы называют также *conceptually-driven* (концептуально управляемыми процессами), имея в виду, что они в большей степени детерминированы характеристиками субъекта и осуществляют переработку информации на основе опыта.

Предложенные К. Становичем и Р. Уэстом термины «Система 1» и «Система 2» также соотносятся с (соответственно) низкоуровневыми и высокоуровневыми процессами: «Система 1 – автоматическая, в значительной степени бессознательная и в малой степени опирающаяся на строгие вычисления. Она сочетает в себе свойства автоматизма и эвристической обработки. ... Целью этой системы является моделирование намерений других людей для совершения быстрых интерактивных действий. Система 2 сочетает в себе различные характеристики, которые являются типичными для контролируемой обработки информации. Она включает процессы аналитического интеллекта, ... опирающиеся на вычислительные компоненты» [Stanovich, West, 2000, p. 658].

Интеграция когнитивных, эмоциональных, мотивационных и поведенческих элементов, а также описание динамики их взаимодействия в логике низкоуровневых и высокоуровневых процессов были реализованы в *рефлексивно-*

*импульсивной модели (Reflective-impulsive model, RIM)*, разработанной Р. Дойчем и Ф. Страком [Deutsch, Strack, 2006; Strack, Deutsch, 2004]. RIM связывает стимул и реакцию различными способами, реализация которых обеспечивается системами рефлексивной и импульсивной обработки информации. Модель предполагает, что обе эти системы работают параллельно. При этом импульсивная система функционирует постоянно, в фоновом (дефолтном) режиме, а работа рефлексивной системы определяется когнитивными способностями и актуальной мотивацией. Важным фактором, определяющим связь между стимулом и реакцией, являются эмоции. Они в равной мере обеспечивают приоритет импульсивных и рефлексивных выводов, приводя (в самом общем виде) к реакциям приближения или избегания.

Импульсивная система обрабатывает информацию по ассоциативному принципу, основанному на смежности и сходстве между когнитивными элементами. Импульсивная связь между восприятием стимула и направленным на него поведением носит случайный ассоциативный характер и не требует рассуждений. Ассоциативные связи могут быть генетически предопределены [Over, Carpenter, 2009] или образованы их частым и/или недавним совпадением [Olson et al., 2009]. Рефлексивная система, напротив, связывает стимул и реакцию по семантическому или контекстному принципу, определяя сущностное, истинное содержание связей между ними. Первичной рефлексивной операцией является категоризация стимула, в которой присвоение ему истинностного значения является результатом дифференцирующей операции. Затем следуют операции силлогистического типа, которые порождают суждения и целеполагание, что в конечном счете трансформируется в поведение посредством активации релевантной схемы действия. Таким образом, рефлексивную связь между стимулом и реакцией можно понимать как обоснованное действие. Другими словами, рефлексивная система состоит из пропозициональных единиц, или абстрактных ментальных структур [см. Pylyshyn, 1973], а импульсивная система – из ассоциативных представлений [ср.: Sloman, 1996].



Модель предполагает, что обе системы взаимодействуют на всех этапах рефлексивной обработки. В частности, для работы рефлексивной системы требуется информация из ассоциативного хранилища. Однако результат поиска этой информации в значительной степени зависит от ее доступности, определяемой давностью и частотой предыдущей активации. В свою очередь, рефлексивные операции изменяют доступность ассоциативных ссылок для последующего поиска. Поскольку такое взаимодействие опосредовано избирательной доступностью, оно может приводить к предвзятым суждениям, в частности – к ошибке подтверждения. Предвзятый поиск подтверждающей информации, запускаемый сравнительным суждением, приводит к более высокой доступности этой информации для последующего абсолютного суждения. Так, например, в работе Б. Свайр и др. показано, что люди продолжают использовать в своих рассуждениях неверную информацию даже после того, как им было представлено заслуживающее доверия опровержение. Это происходит благодаря повторению первоначального заблуждения в опровергающем сообщении. Такое повторение делает «миф» более знакомым, а знакомая информация с большей вероятностью принимается за истину [Swire et al., 2017].

Несмотря на стройность и эмпирическую обоснованность принципов работы рефлексивной и импульсивной систем, в некоторых работах имеются данные, опровергающие однозначность их разделения. Так, например, в исследовании Я. Ньюмана и др. [Newman et al., 2017] показано, что быстрые ответы на поставленные задачи основываются на правилах вероятности и логического соответствия, а медленные – опираются на содержание индивидуальных убеждений. В экспериментах Д. Триппаса и др. [Trippas et al., 2016] также обнаружено, что чувствительность к логической структуре является имплицитной, возникающей автоматически и вне сознания. В то же время в исследовании О. Гасеми и др. [Ghasemi et al., 2022] показано, что логическая интуиция не различает истинные и ложные (псевдоистинные) аргументы. Таким образом, до сих пор нет однозначного понимания механизмов, по которым работают имплицитные и осознанные процессы.

В целом, в когнитивной психологии существует согласие относительно того, что процессы обработки информации характеризуются разным уровнем когнитивных усилий (затрат) и требуют разного уровня способностей. Если их актуальный уровень ниже требуемого, процесс обработки информации становится менее эффективным – вплоть до невозможности его осуществления. Такое несоответствие может быть вызвано внешними детерминантами, например, сложностью задачи или отвлекающими обстоятельствами, а также внутренними факторами, например, отсутствием опыта, эмоциями, низким интеллектом или низкой мотивацией. Недавняя модель А. Шенхава и др. [Shenhav et al., 2021] объясняет недостаточный уровень затраченных усилий также низкими ожиданиями от их эффективности.

В целом, дихотомические когнитивные модели предсказывают, что в разных обстоятельствах один тип обработки будет иметь преимущество перед другим. Например, включение импульсивной системы (или Системы 1) обеспечит простоту и более высокую скорость обработки информации. Однако упрощение и скорость имеют свою цену, поскольку могут привести к снижению точности вывода.

Низкоуровневые и высокоуровневые процессы находятся в постоянном взаимодействии. Сменяя друг друга, они обеспечивают непрерывное научение. При этом до сих пор открытым остается вопрос о конкретных факторах, определяющих взаимную смену этих процессов, а также о критериях адаптационного потенциала их циклической динамики.

#### *1.4.2. Дихотомии социальных суждений и установок*

В социальной психологии существует целый ряд моделей, которые могут описать социальные установки и поведение с позиций функциональной дихотомии.

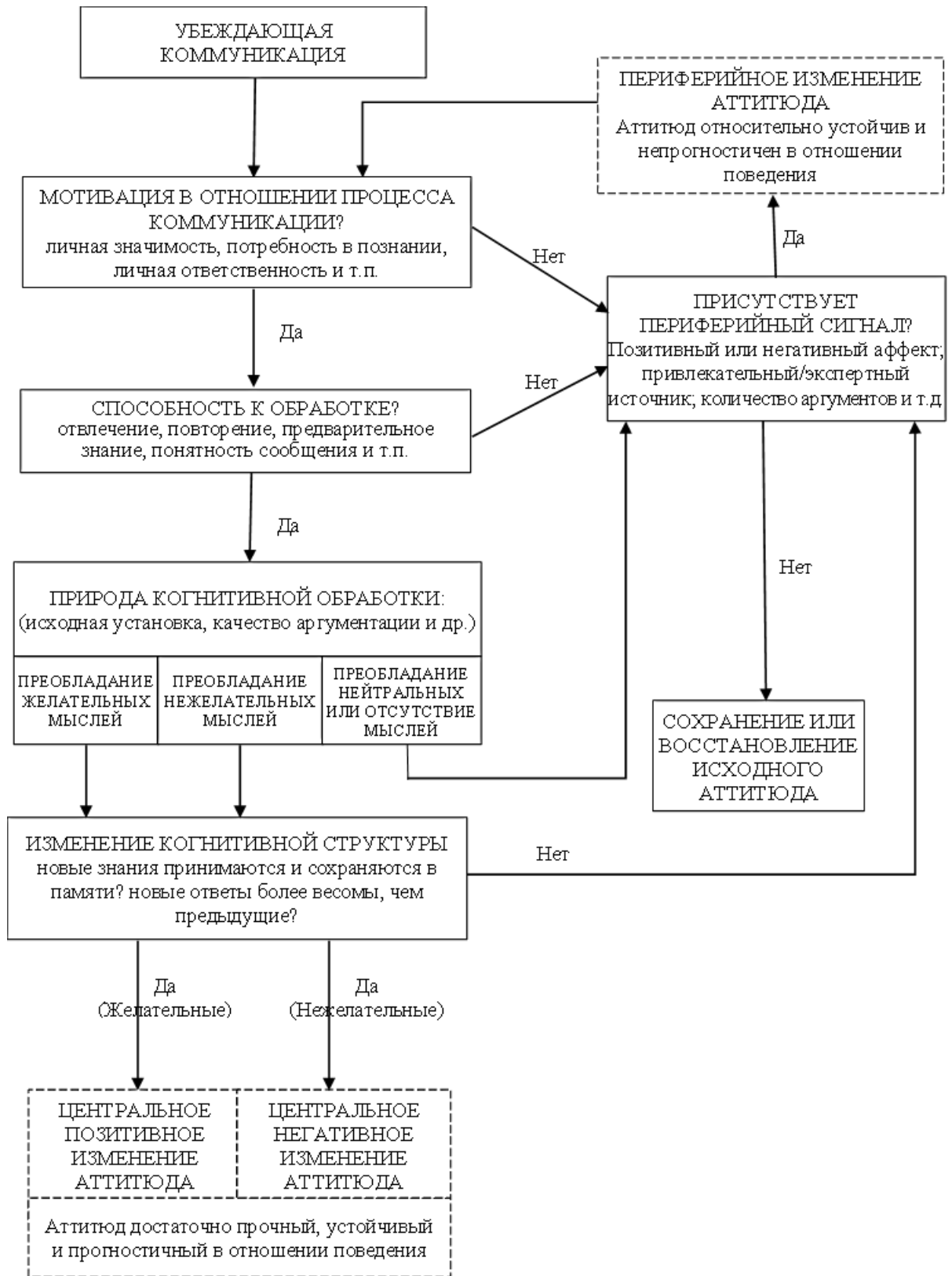
*Модель вероятности сознательной обработки информации (Elaboration likelihood model, ELM)* рассматривает формирование и изменение установок в отношении объекта как функцию внешних переменных, таких как качество

аргументации или привлекательность коммуникатора, а также внутренних переменных, связанных с индивидуальностью реципиента, например, настроение, личная значимость сообщения и др. [Petty, Cacioppo, 1986]. ELM описывает два процесса обработки информации – центральный и периферийный, – которые запускаются в условиях убеждения и различаются по степени автоматизма (см. рис. 1.4.1).

Ключевая функциональная дихотомия данной модели – это использование преимущественно одного из этих процессов при восприятии убеждающего сообщения.

Центральный процесс имеет место в том случае, когда вывод относительно сообщения делается на основе таких его элементов, которые имеют непосредственное отношение к его основному посылу. Этот процесс запускается при обработке рациональных, аргументированных сообщений, которые опираются на факты, цифры, статистику и т.п. Так, например, позитивная установка в отношении физических упражнений формируется на основе статистики показателей здоровья людей, занимающихся и не занимающихся спортом. Этот процесс требует значительных когнитивных усилий и является энергозатратным. Изменение установки к объекту, совершившееся под влиянием убеждения по центральному пути, характеризуется устойчивостью и относительно хорошей предсказательной способностью в отношении поведения, направленного на этот объект.

Периферийный процесс не требует тщательной аргументации. Ключевое значение для его запуска приобретают периферийные сигналы, такие как эмоциональный отклик на сообщение, привлекательность источника информации, количество (но не качество) аргументов. Признаком обработки по периферийному пути является реакция реципиента на такие элементы сообщения, которые не связаны напрямую с его тематикой. Так, например, убеждение о пользе упражнений формируется под влиянием здорового вида коммуникатора.



**Рис. 1.4.1.** Центральные и периферийные пути обработки сообщения [Petty, Cacioppo, 1986]

По умолчанию наиболее вероятным является периферийный путь, поскольку в большинстве случаев человек обладает ограниченными ресурсами для обработки информации. Однако наличие сильной начальной установки, высокая мотивация, желание досконально разобраться в вопросе, а также способность к обработке информации повышают вероятность запуска центрального пути. Интересно, что один и тот же элемент сообщения, представленный в разных контекстах, может увеличивать вероятность как центральной, так и периферийной обработки. Это зависит от того, какое отношение имеет этот элемент к основной теме сообщения – непосредственное или отдаленное, ассоциативное [Petty, Wegener, 1998].

Хотя рис. 1.4.1 построен по принципу бинарных оппозиций, модель оперирует понятием континуума вероятности сознательной обработки. Это означает, что в реальности человек может находиться между центральным и периферийным полюсом, ближе к одному из них. В целом, Р. Петти и Дж. Качиоппо предполагают, что вероятность «перемещения» между центральным и периферийным путями обработки подчиняется определенным правилам и является предсказуемой. В то же время модель охватывает не все возможные факторы запуска того или иного процесса. В качестве дополнительных параметров, повышающих вероятность прогноза, отмечается роль аффекта, ассоциативных процессов (оценочного обусловливания) и прямого убеждения [напр., Grimes, Kitchen, 2007; Walther, Langer, 2008]. Например, аффект может выполнять тройную функцию в процессе обработки. В силу эмоциональной окрашенности мотивации он служит толчком для запуска центрального процесса, а при высоком уровне интенсивности – способствует развитию периферийных (эвристических) реакций. Вместе с тем он может просто снижать интенсивность рациональной обработки.

*Эвристико-систематическая модель (Heuristic–systematic model, HSM)* также рассматривает обработку убеждающих сообщений и последующее изменение установки [Chaiken, 1980]. Функциональная дихотомия данной модели проявляется в двух режимах обработки информации – эвристическом и систематическом.

Эвристическая обработка опирается на простые для восприятия и понимания сигналы со стороны содержания сообщения или коммуникатора и на релевантные им эвристические правила, хранящиеся в памяти. Эвристическая обработка запускается через эвристические сигналы, к которым относятся, в частности, аффект, простота сообщения, предварительное знакомство с представленной в нем информацией. Выбор того или иного эвристического правила будет зависеть от субъективной интерпретации значений таких сигналов. Например, если сообщение передано врачом (эвристический сигнал), а в памяти хранится эвристическое правило о том, что врачам можно доверять, то содержание сообщения вызовет доверие.

Систематическая обработка предполагает тщательный, аналитический разбор информации, направленный на формирование суждения. Например, человек вникает в биохимические процессы, о которых рассказывает врач, и опирается на конкретные аргументы, представленные в его сообщении.

Так же, как и ELM, HSM связывает два режима обработки информации с разной степенью автоматизма. Предполагается, что эвристические процессы являются менее осознанными, автоматическими и быстрыми, а систематические – более осознанными, менее автоматическими и медленными. В том случае, когда у реципиента достаточно ресурсов для тщательного анализа и имеется нацеленность на его максимальную точность, более вероятен запуск систематического режима обработки.

В дополнение к описанным выше основным положениям HSM определяет также возможные варианты взаимодействий эвристических и систематических процессов. Например, эвристические сигналы могут исказить систематическую обработку, а если результаты эвристического и систематического процессов противоречат друг другу, систематические процессы, вероятно, будут доминировать.

В более поздней версии HSM [Chen, Chaiken, 1999] авторы описывают три мотива, которые могут одновременно влиять на степень прилагаемого усилия, выбор элементов информации, которые подвергаются обработке, и выбор

эвристики. Содержанием первого мотива является поддержание правильного мировоззрения (мотивация точности). Второй мотив определяется поддержанием таких установок, которые соответствуют личным материальным или нематериальным интересам (защитная мотивация). Третий мотив связан с поддержанием установок, соответствующих ожиданиям окружающих (мотивация впечатления). Эти мотивы могут действовать как по отдельности (последовательно), так и одновременно.

В целом же активность, направленная на обработку информации, сохраняется при определенном соотношении между достаточной уверенностью (субъективным уровнем уверенности, которого человек хотел бы достичь) и фактической уверенностью (таким ее уровнем, который имеется на данный момент). Если достаточная уверенность ниже, чем фактическая, это мотивирует человека на дополнительный поиск и анализ информации. Если достаточная уверенность выше фактической, а также если разрыв между ними является небольшим или отсутствует, то активность по поиску и обработке дополнительной информации сходит на нет.

*Модель двойственного отношения (Dual attitudes model, DAM)* описывает и объясняет феномен одновременного существования разных оценок объекта и реакций на него [Wilson et al., 2000]. Ключевое противоречие в оценках и реакциях наблюдается для явных (эксплицитных) и неявных (имплицитных) установок. Происхождение имплицитных установок является неизвестным для их носителя. Они активируются автоматически, оказывают влияние на неосознаваемые реакции и достаточно устойчивы к изменениям. Эксплицитные установки, наоборот, достаточно динамичны, их происхождение известно индивиду. В условиях контролируемого поведения, при наличии необходимых способностей и мотивации, они доминируют над имплицитными установками. Почему возникают диссоциации между имплицитными и эксплицитными установками? DAM описывает четыре различных механизма, которые могут привести к двойственным репрезентациям одного и того же объекта.

Первый механизм запускается в том случае, когда имплицитные установки вызывают тревогу у их носителя. Это приводит к их подавлению и замещению альтернативными аттитюдами на уровне сознания. Проследивая в данном механизме явную аналогию с одной из защит, описанных З. Фрейдом, авторы модели называют его механизмом вытеснения. Результатом его работы является сложность осознания имплицитной установки, которая тем не менее присутствует в памяти.

Второй механизм диссоциации представляет собой результат работы разных психических систем, которые, являясь независимыми друг от друга, могут приводить к разнонаправленным выводам. При этом конкретизация специфики этих систем, а также их названия в модели отсутствуют.

Третий механизм предполагает сознательное подавление неэтичных, социально нежелательных имплицитных установок и их сознательную замену на легитимные эксплицитные установки. В ряде исследований показано, что такой механизм может стать автоматическим при условии его частого применения [Amodio et al., 2006; Moskowitz et al., 1999].

Наконец, четвертый механизм проявляется как «автоматическое переопределение». В этом случае процесс смены эксплицитной установки на имплицитную происходит автоматически, без участия сознания. Он может не иметь под собой таких оснований, как тревога или социальная желательность. То есть в этом случае имплицитная установка не является угрожающей или неприемлемой. Являясь результатом активности альтернативной системы (например, альтернативного ассоциативного процесса), она может стать доступной сознанию случайно, так сказать, «по стечению обстоятельств».

Итак, функциональная дихотомия процессов, описанных DAM, проявляется в смене представлений и отношения к объектам под влиянием описанных выше четырех механизмов. Первоначальный и конечный аттитюд могут носить взаимоисключающий характер, располагаясь на разных полюсах континуума. Вместе с тем новая установка может быть лишь немного сдвинута в направлении к другому полюсу.



*Модель мотивации и возможностей как детерминант (Motivation and opportunity as determinants model, MODE)* описывает влияние установок на суждения и, в конечном счете, – на поведение [Fazio, Towels-Schwen, 1999]. Модель предполагает, что установки ассоциативно связывают в памяти объекты и их оценки, которые могут быть более или менее доступными. В то же время оценки объектов могут формироваться не только с помощью автоматических ассоциаций, но и благодаря сознательной интеграции разных элементов отношения. В основе автоматической регуляции поведения лежат ассоциативные процессы, в то время как сознательная регуляция осуществляется на основе более сложных мыслительных операций, таких как сравнение, анализ, вычисления, обобщения и т.п.

Первым принципом MODE является положение о том, что установки могут влиять на поведение двумя способами. С одной стороны, это влияние, апеллирующее к желаемому конечному результату. С другой стороны, это влияние, в основе которого лежит восприятие и интерпретация текущей ситуации. В зависимости от субъективно воспринимаемого общего смысла ситуации – например, как внешней агрессии или несчастного случая – следуют разные поведенческие реакции – например, ответная агрессия или помощь [Fazio et al., 2000]. Различие между этими двумя способами влияния на поведение заключается в том, что первый процесс менее автоматизирован, чем второй. Аналогичное различие, согласно MODE, наблюдается и в отношении самих установок. Некоторые из них легко запоминаются и автоматически активируются при восприятии объекта, другие же в силу разных причин (в т.ч. работы защитных механизмов) не активируются совсем либо активируются крайне слабо.

Второй принцип MODE заключается в предположении, что запуск спонтанного или преднамеренного влияния на поведение определяется двумя модераторами. В качестве таковых рассматриваются мотивация и возможность обдумывания, которые могут действовать одновременно, взаимно усиливая друг друга. Под их влиянием обработка информации об объекте отношения может привести к коррекции суждений. Так, например, ценностная ориентация на

справедливость и/или оценка разных аспектов ситуации как справедливых или нечестных может привести к отказу от принятого ранее предложения. При отсутствии достаточной мотивации и/или возможности обдумывания поведение будет определяться спонтанными (автоматическими) установками. Наоборот, при наличии этих модераторов поведение будет подвергаться сознательной регуляции.

Таким образом, в MODE описывается принцип функциональной дихотомии, в основе которого лежат процессы регуляции поведения, работающие по разным схемам. Судя по всему, выбор схемы может носить адаптивный характер и обеспечивать оптимальную поведенческую стратегию. С другой стороны, он может осуществляться спонтанно и приводить к менее предсказуемым результатам. В то же время такие результаты могут расширять диапазон поведенческих реакций и быть полезными для новых эпизодов регуляции поведения.

*Ассоциативно-пропозициональная модель оценки (Associative-propositional evaluation model, АРЕМ)* описывает соотношение имплицитных и эксплицитных установок как результат взаимодействия между ассоциативной и пропозициональной системами обработки информации [Gawronski, Bodenhausen, 2006; Gawronski, Bodenhausen, 2011; Strack, Deutsch, 2004]. Под эксплицитными установками понимаются оценочные суждения, возникающие в результате пропозициональных рассуждений и могущие служить основанием для последующих умозаключений. То есть эксплицитные установки можно понимать как убеждения, имеющие субъективные значения истинности. Имплицитные установки представляют собой ассоциативные репрезентации без оценки их истинности. Они различаются по степени своей когнитивной доступности. Как эксплицитные, так и имплицитные установки могут иметь поведенческие последствия. При этом ассоциативные установки могут активировать привычные поведенческие схемы, например, удаление от стимулов, ассоциативно связанных с представителями дискриминируемой социальной группы. При этом на рациональном уровне человек может не осознавать причин своей поведенческой реакции и даже декларировать отсутствие оценочных суждений, однако его

показатели времени реакции или частоты ошибок могут объективно свидетельствовать о негативной имплицитной установке.

Взаимодействие между пропозициональными и ассоциативными процессами, описанное в АРЕМ, предполагает различные пути изменения установок. Так, автоматические ассоциативные реакции могут формировать новые пропозициональные суждения, а силлогистические (пропозициональные) суждения – формировать новые ассоциативные связи. Вместе с тем ассоциативные и пропозициональные установки коррелируют друг с другом, и выявление несоответствия между ними на уровне сознания может вызывать аффективные реакции, препятствующие их изменению. Было обнаружено, что имплицитные стереотипы могут трансформироваться лишь посредством закрепления контрстереотипных ассоциаций, но не через обучение простому отрицанию сложившегося стереотипа [Gawronski et al., 2008].

Интересные данные были получены в исследовании Б. Баго и др. [Bago et al., 2021]. Они показали, что в ситуации экономической игры участники интуитивно демонстрируют в равной мере как просоциальные, так и эгоистичные установки, которые не обнаруживают явного стремления к конкретному полюсу после обдумывания (преднамеренной коррекции первоначального быстрого вывода). Из этого авторы заключают, что просоциальный и эгоистичный выбор зависят не от разных способов обработки информации (ассоциативного или пропозиционального), а от разных типов интуитивных аттитюдов, которые носят индивидуальный характер. Эти данные свидетельствуют о том, что работа разных систем обработки информации не «сцеплена» с содержанием конкретных аттитюдов. Другими словами, нельзя констатировать, что пропозициональная обработка способствует выработке объективно верных, а ассоциативная – объективно неверных суждений. По всей видимости, эти системы стремятся к содержательному согласию, а конкретное содержание продуцируемой ими установки весьма динамично и определяется как контекстом ситуации, так и индивидуальным опытом.

### 1.5. Заключение по главе

Представленный в первой главе обзор подходов к понятию дихотомии, принципов дихотомического анализа, а также когнитивных и социально-психологических дихотомических теорий позволяет сделать следующие обобщения.

Основой дихотомического подхода является представление о том, что каждое свойство объекта обладает своей противоположностью. 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. 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. Теории, в которых дихотомии рассматриваются с таких позиций, обычно фокусируются на взаимодополнении и взаимозависимости противоположных концепций или идей. 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. В сложных системах множественность дихотомий или сплетение их различных элементов может сосуществовать полифонически без каких-либо четко определенных границ.

Существующая в психологии дихотомия структурного (морфологического) и динамического подходов задает фундаментальную основу для дихотомического анализа. Морфологическая парадигма сконцентрирована на изучении структурных аспектов психологических процессов и свойств и признает, что личность и поведение могут быть объяснены через анализ статических характеристик их компонентов. Динамическая парадигма придает большее значение изменчивости в психологических процессах и поведении. Она сосредоточена на изучении развития

личности, ее изменения во времени и взаимодействия с окружающей средой. Динамическая парадигма подчеркивает роль внешних факторов, контекста и ситуаций в формировании личности и поведения, а также учитывает важность процессов саморегуляции и приспособления к среде. Обе парадигмы имеют свои преимущества и ограничения. Морфологическая парадигма позволяет достаточно точно описывать 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, взаимосвязь с окружающей средой. Она учитывает контекстуальные факторы и важность процессов саморегуляции. Вместе с тем она плохо справляется с описанием и классификацией личностных особенностей. 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 процессов и выявлять их взаимосвязи и взаимодействия в формировании личности и поведения.

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. Являясь сознательным или бессознательным, социальное поведение включает в себя оценку контекста, интерпретацию информации, выбор действия и его исполнение. В значительной мере этот выбор будет зависеть от того, какой набор культурных мемов преобладает в сознании и поведении человека. 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 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. Эти изменения носят, по всей видимости, адаптационный характер и связаны с гибкой реакцией на изменения социальной среды.

Первые эмпирические модели психики, основанные на принципе функциональной дихотомии, появились в когнитивной психологии. Само функционирование когнитивных процессов, в основе которого лежат нейронные связи, можно описать по принципу дихотомической, или булевой, логики, опирающейся на два возможных вывода: истина, ложь. Наиболее известной в когнитивистике дихотомической моделью является концепция низкоуровневых и высокоуровневых процессов обработки информации. Она основана на многочисленных исследованиях и теориях, предложенных разными исследователями в области когнитивной науки на протяжении нескольких десятков лет. Данная модель охватывает целое множество теорий и представляет собой, скорее, зонтичный термин. Понятие низкоуровневых процессов связано с изучением перцепции, внимания и обработки первичных сенсорных данных. Высокоуровневые процессы относятся к более сложным когнитивным действиям, таким как мышление, планирование, решение задач, язык и сознание.

В целом, дихотомические когнитивные модели предсказывают, что в разных обстоятельствах один тип обработки будет иметь преимущество перед другим. Например, включение импульсивной системы (или Системы 1) обеспечит простоту и более высокую скорость обработки информации. Однако упрощение и скорость имеют свою цену, поскольку могут привести к снижению точности вывода. Низкоуровневые и высокоуровневые процессы находятся в постоянном 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 социальной психологии существует целый ряд моделей, которые могут описать социальные установки и поведение с позиций функциональной дихотомии. Б. Пейн и Б. Гавронски [Payne, Gawronski, 2010] выделяют две ключевые, по их мнению, дихотомии, оказавших заметное влияние на исследования в области когнитивной и социальной психологии. Первая дихотомия – это автоматические и контролируемые процессы. Вторая – это эксплицитные и имплицитные процессы.

Придерживаясь зонтичных терминов «низкоуровневых» и «высокоуровневых» процессов, которые соотносятся с автоматическими/имплицитными и контролируемыми/эксплицитными процессами, мы ставим исследовательский вопрос о личностных и ситуативных факторах социального восприятия, обеспечивающих их циклическую динамику. Кроме того, опираясь на дихотомический, категориальный принцип обработки информации, мы склонны предполагать наличие дифференцирующих сигналов социальной среды, меняющих установки в отношении Другого. Следующая глава будет посвящена обзору перцептивных дихотомий, которые определяют отношение к Другому на основе анализа совокупности эволюционно значимых категоризирующих признаков.

## ГЛАВА II. ДИХОТОМИИ В СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ

### 2.1. Я и Другой как пространство перцептивной дихотомии

Понятия «Я» и «не-Я» можно назвать ключевой дихотомией, определяющей познание человеком мира во всей его полноте. Как отмечает Б.В. Кулапин, Я и не-Я представляют собой первоначальную детерминанту человеческой бытийности, а их рефлексивная дистанционность служит средством для становления системы ментальных репрезентаций [Кулапин, 2011]. С помощью атрибутов, которые могут быть отнесены к Я и не-Я, объекты и явления мира обретают определенность и образуют осмысленные связи [Дорфман, 1993; 2016].

В ряде исследований показано, что образ Я лежит в центре обработки информации о мире [Constable et al., 2021; Humphreys, Sui, 2016; Moran et al., 2013; Symons, Johnson, 1997]. Все, что связано с Я, обладает большей субъективной значимостью и лучше запоминается, чем нейтральная, не имеющая отношения к субъекту восприятия информация [напр., Sui et al., 2023].

Не менее важным объектом познания является мир социальных взаимодействий. Как социальное существо, человек неразрывно связан с другими людьми. При восприятии неопределенных изображений или абстрактных фигур он склонен видеть в них именно человеческие лица [см. Zhou et al., 2021]. Это свидетельствует о высокой значимости образов других людей и восприимчивости к ним.

В исследовании Е.В. Рягузовой показано, что конфигурация интерсубъективного пространства личности определяется личностными репрезентациями взаимодействия «Я – Другой». Их взаимодействие определяется ценностно-смысловыми ориентациями личности, а также ее индивидуальным опытом, опосредованным условиями социализации, и индивидуально-личностной спецификой. В свою очередь, это взаимодействие формирует личностную специфику. Расширение границ интерсубъективного пространства происходит при реальном или виртуальном взаимодействии личности с «Другим в социуме»



(реальным Другим), «Другим в культуре» (символическим Другим), «Другим как части Я» (персонализированным Другим) и связано с процессами самопознания и самопонимания [Рягузова, 2012].

В силу своей безусловной важности дихотомия Я–Другой является категоризирующей для самопознания и выстраивания социального взаимодействия [Ryan, Deci, 2000]. Эту дихотомию можно рассматривать как ключевую составляющую когнитивной обработки социальной информации и как базовый механизм формирования представлений о себе и других людях. Не случайно при изучении социального взаимодействия и социального влияния Я выступает важным объектом исследования [Baumeister, 1998].

Способность младенцев визуально узнавать себя в зеркале появляется на втором году жизни [Lewis, Ramsay, 2004], в то время как способность узнавать мать – уже к девятимесячному возрасту [Anderson, 1984]. Это означает, что для восприятия себя требуется больше времени. Это происходит либо по причине более длительного формирования соответствующего нейронного механизма, либо по причине наращивания навыков социализации, направленных на получение обратной связи от других людей. В то же время нейробиологические исследования показали, что ситуативная активация, связанная с собственным состоянием, проявляется раньше, чем активация, связанная с оценкой состояния Другого [van der Heiden et al., 2013]. Это позволяет предположить, что принятие собственной точки зрения является более автоматическим процессом, а принятие точки зрения другого человека требует больше усилий.

Вопрос о сходстве и различиях самовосприятия и восприятия других людей является дискуссионным. С одной стороны, эти процессы обнаруживают содержательное сходство (конвергенцию), а с другой стороны – очевидные различия (дивергенцию).

В самовосприятии можно выделить несколько конституирующих признаков, которые позволяют очертить его основное содержание. Во-первых, человек склонен рассуждать о себе в терминах черт (например, «добрый», «умный») [Lieberman, Pfeifer, 2005]. Во-вторых, помимо способности размышлять о текущем

опыте, человек может размышлять о своем прошлом и будущем, а также выделять субъективно значимые для него события. Четкое и даже рациональное понимание ситуаций, которые вызывают положительные или отрицательные эмоции, позволяет человеку планировать будущие действия и эффективно управлять своим поведением. В-третьих, наряду с переживанием собственного опыта человек, в отличие от других животных, может размышлять о характере этих переживаний. В исследованиях обнаружено, что анализ собственных чувств может привести к их ослаблению, причем нейронные корреляты мета-переживаний отличны от тех, которые связаны с прямыми суждениями о себе [Silvia, 2002; Wilson et al., 2005].

Восприятие Другого представляет собой многоаспектный процесс. Во-первых, оно направлено на выявление его устойчивых психологических черт. Вторым важным аспектом является формирование суждений об индивидуальном опыте и мыслях Другого. В-третьих, содержанием социальной перцепции является попытка предсказать, как другой человек отреагирует на определенные стимулы.

В целом можно сказать, что основным содержанием самовосприятия является самопознание, а основным содержанием социального восприятия – понимание других людей.

Обнаружено, что самопознание разворачивается в дихотомическом континууме автоматических и контролируемых процессов. Оно содержит как легко доступные, «быстрые» репрезентации, так и «медленные» репрезентации, извлекаемые с усилием [Klein et al., 1992]. С одной стороны, человек придерживается тщательно отобранных и разработанных представлений о себе (эксплицитная Я-концепция). С другой стороны, – обладает ассоциативным внутренним Я (имплицитной Я-концепцией).

В социальной перцепции также можно выделить «быстрые» и «медленные» механизмы понимания Другого. «Медленный» механизм описан в теории разума (theory of mind) [Perner, Wimmer, 1985]. Согласно этой теории, рассуждая о том, как в целом работает сознание, и как социальные ситуации могут влиять на психические состояния, человек пытается представить психическое состояние и мысли конкретного человека в конкретной ситуации. Такое понимание

опосредовано знанием социальных правил и норм. Оно возникает примерно к 4-летнему возрасту и далее усложняется и модифицируется в течение всей жизни. При этом растущая сложность и дифференцируемость субъективных моделей разума не всегда обеспечивает точность социального восприятия.

«Быстрый» механизм социальной перцепции представляет собой эмпатию, или «непосредственное восприятие» [Lieberman, 2007]. На поведенческом уровне он описан как эффект хамелеона, или непреднамеренного подражания [Chartrand, Bargh, 1999]. По всей видимости, этот механизм является эволюционно более ранним, и его функция связана с оказанием помощи и социальной поддержки.

Признаками эмпатической реакции являются (1) эмоциональная реакция, которая идентична реакции Другого, и (2) осознание и идентификация этой реакции как относящейся к опыту другого человека, а не к своему собственному [Lieberman, 2007]. При эмпатийном способе познания человеку может казаться, что он видит мир непосредственно глазами другого человека и чувствует его через его внутренние реакции. Действительно, в ряде исследований показано, что области мозга, связанные с аффективной обработкой, активируются как тогда, когда люди сами ощущают неприятные запахи или физическую боль, так и тогда, когда они смотрят видео, на которых эти же ощущения испытывают другие люди [Jackson et al., 2005; Wicker et al., 2003]. При этом открытым остается вопрос о том, является ли эта реакция переживаемой или воображаемой. Способен ли человек, эмпатирующий мазохисту, испытывать наслаждение, а не боль? [Lieberman, 2007].

Таким образом, восприятие себя и восприятие Другого имеют общие познавательные цели и реализуются с помощью сходных когнитивных механизмов. При этом их результаты могут обнаруживать как тенденцию к конвергенции, так и тенденцию к дивергенции. Как отмечает Г.Л. Бардиер, сам факт существования сходств и различий между людьми и группами определяет формирование аттитюдов принятия/отвержения, или тенденцию к толерантным и интолерантным отношениям и, в свою очередь, определяется ими [Бардиер, 2007]. Важно уточнить, что «факт существования сходств и различий» можно

рассматривать не только с позиций объективной, но и субъективной реальности, в основе которой лежит способ обработки информации о себе и других.

### *2.1.1. Перцептивная конвергенция*

Несмотря на четкое субъективное осознание отличий в восприятии себя и Другого, человек может воспринимать Другого и себя во многом идентично. Согласно атрибутивной теории самовосприятия Д. Бема, такая перцептивная конвергенция имеет место в процессе самопознания, когда для оценки собственного поведения нам не хватает данных интроспективного опыта. В этом случае мы обращаемся к наблюдению за собственным поведением по аналогии с тем, как мы наблюдаем за поведением Другого [Bem, 1967]. Такая ситуация может возникнуть, например, если человек рассуждает о себе в прошлом или будущем, и актуальный интроспективный опыт не распространяется на этот временной диапазон. В работе Э. Пронин и Л. Росса [Pronin, Ross, 2006] показано, что прошлое и будущее Я имеет больше сходства с описанием других людей, чем актуальное Я, воспринимаемое в настоящем времени.

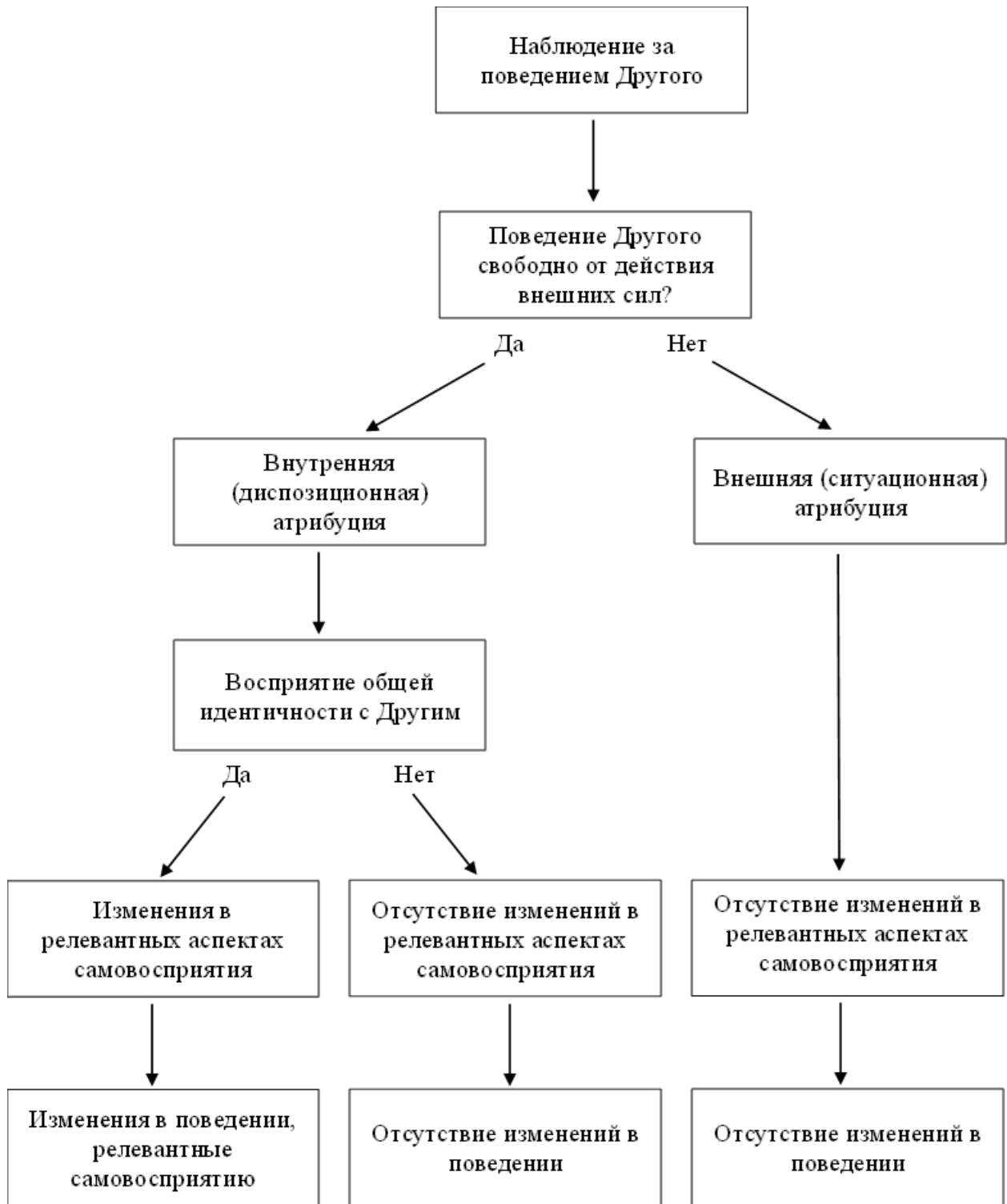
Перцептивная конвергенция может иметь место и в процессе восприятия Другого, когда информация о собственном внутреннем состоянии настолько сильна и очевидна, что человек проецирует ее на других. Эта склонность особенно выражена в отношении тех людей, которых мы считаем похожими на себя. При оценке хороших знакомых, друзей и родственников мы с большей вероятностью будем использовать эгоцентрическую проекцию, а при оценке незнакомых – стереотипные суждения [Ames, 2004; Pollmann, Finkenauer, 2009; Rau et al., 2022].

Пожалуй, наиболее ярко конвергенция восприятия себя и Другого представлена в модели замещающего самовосприятия [Goldstein, Cialdini, 2007; Hughes et al., 2021]. В основе этой модели лежит идея экспансивности Я-концепции, проявляющаяся в размытости границ между собой и другими в когнитивной и аффективной системах [ср.: Дорфман, 2019]. Другими словами, модель предполагает, что люди включают аспекты суждений о других в свою собственную идентичность. Причем люди, состоящие в близких отношениях,

демонстрируют наиболее сильно перекрывающиеся ментальные репрезентации друг друга [Sels et al., 2017]. Это приводит к тому, что люди путают представления о близких с представлениями о себе [напр.: Coats et al., 2000]. Испытывая чувство общей, слитной или взаимосвязанной личной идентичности с Другим, человек считает себя обладающим теми же личностными чертами, которыми обладает он. А учитывая, что впечатления о Другом не статичны и меняются в зависимости от наблюдаемого поведения, самовосприятие также обнаруживает динамику, которая основана, однако, на наблюдении не за своим поведением, а за поведением близкого Другого. Эта динамика может быть представлена несколькими последовательными этапами (рис. 2.1.1).

На первом этапе наблюдатель делает вывод о причине поведения Другого на основе интерпретации степени влияния на него внешних факторов (ситуации). Если наблюдатель считает, что действие произошло в отсутствие внешнего воздействия, он, скорее всего, сделает вывод о внутренней (диспозиционной) обусловленности поведения. Если же действие будет воспринято как вызванное внешними факторами, наблюдатель с большей вероятностью сделает вывод о ситуационной атрибуции.

На втором этапе происходят замещающие процессы самовосприятия. Если ранее наблюдатель отнес причины поведения Другого к внешним факторам, никаких изменений в его самовосприятии не происходит. Однако, если он сделал вывод о внутренних, диспозиционных причинах поведения Другого, его самовосприятие, а также соответствующее поведение также могут претерпеть изменения. При этом если наблюдатель не воспринимает общей или объединенной идентичности с Другим, изменения в его самовосприятии и поведении маловероятны.



**Рис. 2.1.1.** Модель заместительных процессов самовосприятия  
[Goldstein, Cialdini, 2007]

### 2.1.2. Перцептивная дивергенция

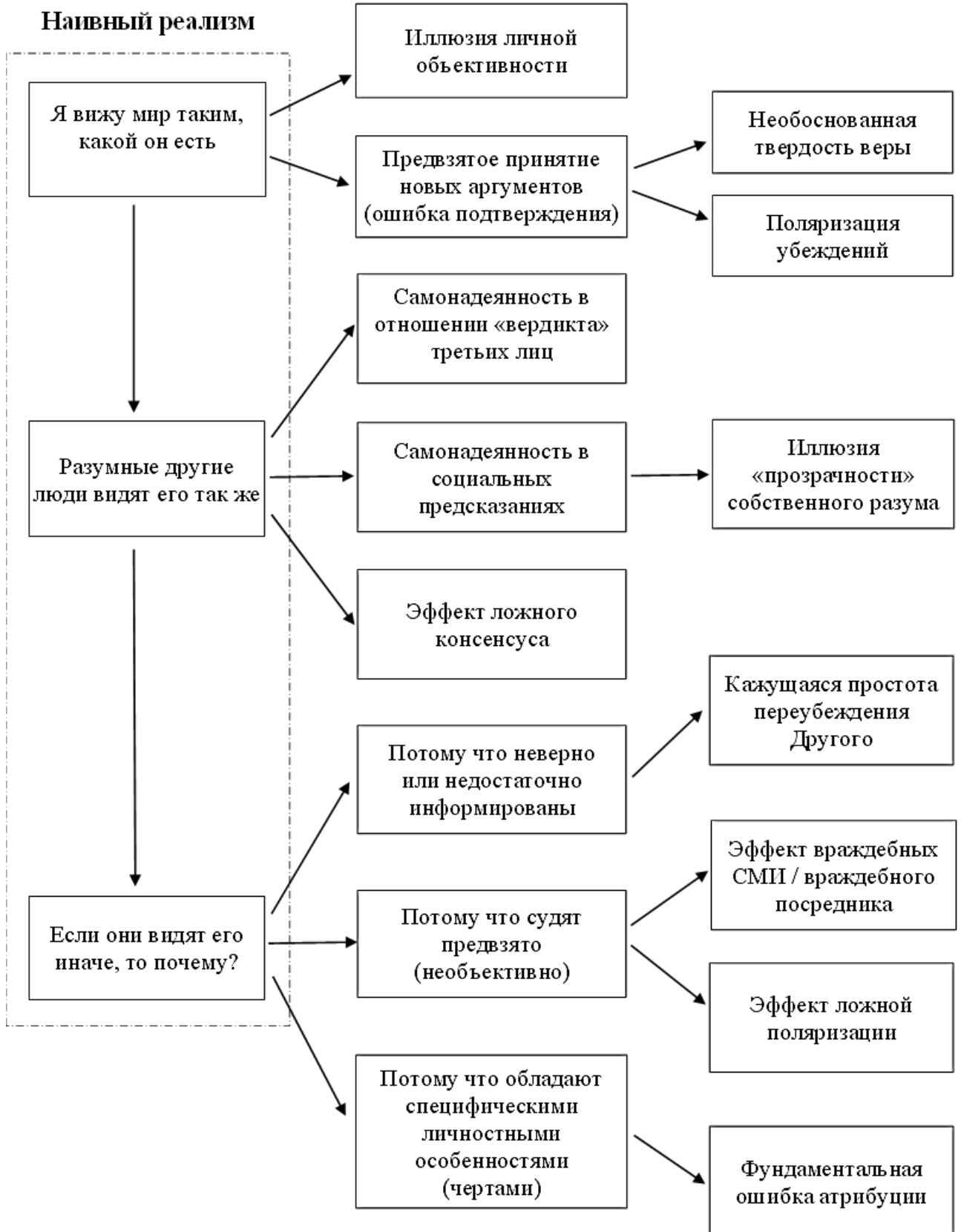
То, как люди воспринимают других, во многих случаях заметно отличается от того, как они воспринимают себя<sup>1</sup>. В самых общих чертах эта перцептивная асимметрия была описана как фундаментальная ошибка атрибуции [Росс, Нисбетт, 1999; Ross, 1977]. Когда человек пытается понять личность Другого и предсказать его будущие действия, он обычно задействует экстроспективное восприятие, в фокусе которого находится внешне наблюдаемое поведение. Однако, когда человек думает о себе, он чаще задействует интроспективные процессы, обращая внимание, скорее, не на поведение, а на собственные намерения и мотивы. Это наблюдается и в том случае, когда человек пытается посмотреть на себя со стороны, глазами Другого [Elsaadawy et al., 2023].

Важно отметить, что и при восприятии себя, и при восприятии Другого возможен как интроспективный, так и экстроспективный тип обработки информации. Однако каждый из них «тяготеет» к «своему» полюсу перцептивной дихотомии Я–Другой. Такое смещение представляется вполне закономерным, поскольку субъективно человек не может быть настолько же уверенным в содержании мыслей другого человека, как в содержании своих собственных мыслей. И наоборот, когда речь идет о поведении, в случае другого человека оно является очевидным объектом восприятия, в то время как собственное поведение может быть воспринято в полной мере лишь опосредованно, например через обращение к видеозаписи или благодаря обратной связи.

Асимметричное восприятие себя по сравнению с другими лежит в основе широкого спектра социально-психологических феноменов. Э. Пронин и ее коллеги упорядочили их, опираясь на теорию наивного реализма [Pronin et al., 2004] (рис. 2.1.2).

---

<sup>1</sup> Мета-анализ, проведенный Б. Малле [Malle, 2006] показал, однако, что величины эффекта перцептивной асимметрии достаточно невелики ( $d = -0,016 \div 0,095$ ). Асимметрия не является стабильным явлением. Она возникает при определенных условиях, например, когда Другой является в высшей степени своеобразной личностью, при ситуативной атрибуции, негативных событиях и др.



**Рис. 2.1.2.** Суждения наивного реализма и их межличностные последствия [Pronin et al., 2004].



Авторы поясняют, что асимметрия между самовосприятием и восприятием Другого возникает вследствие того простого факта, что ценности, суждения и действия других людей иногда отличаются от наших собственных. С точки зрения теории наивного реализма [Ross, Ward, 1996], человек убежден, что он видит мир и реагирует на него объективно, и что другие могут видеть и реагировать на него как-то по-другому лишь по причине того, что на их поведение влияют некие дополнительные факторы. Это убеждение выливается в тенденцию относиться к своим интроспекциям как к в высшей степени доказательным и «нерушимым», а к суждениям других – как к ошибочным.

Чаще всего асимметрия самовосприятия и восприятия Другого проявляется в том, что человек оценивает себя более позитивно, чем других, по ряду параметров. Однако возможна и обратная ситуация.

Феномен позитивной переоценки себя известен как «предрасположение в пользу Я». Оно имеет место, например, при описании причин своего и чужого поведения. Так, человек с большей легкостью объяснит собственную агрессию ситуативными факторами, а агрессию Другого – диспозиционными. Благодаря этому у него создается впечатление, что Другой является менее нравственным по сравнению с ним.

Примечательный результат был получен в исследовании Дж. Крюгера и Т. Гиловича [Kruger, Gilovich, 2004], в котором участники могли увеличить размер средств, выделяемых на благотворительность, увеличивая время нахождения своей руки в ледяной воде. Выяснилось, что их суждения о себе как о «хорошем человеке» основывались не на объективном показателе времени, а на содержании декларируемых намерений. Наоборот, суждения о нравственности других участников выводились из объективного временного показателя.

Одним из частных проявлений предрасположения в пользу Я является эффект «выше среднего» [напр., Alicke, 1985]. Он проявляется в том, что большинство людей оценивают себя выше среднего по различным параметрам, включая личностные качества, способности, достижения и т.п. Причинами этого явления, предположительно, является стремление к самосовершенствованию,

повышение самооценки, а также эмоциональная саморегуляция, направленная на достижение позитивных эмоций [Roese, Olson, 2007]. При этом обнаружено, что негативная информация о других является более предпочтительной для человека, лучше сохраняется в его памяти и воспринимается более позитивно, чем положительная информация [напр., Baumeister et al., 2001]. В то же время предпочтение негативной информации о других может служить адаптивным преимуществом, помогая избегать возможного вреда с их стороны. Негативная информация о себе не несет подобных преимуществ. Вместе с тем, в некоторых случаях суждения о других являются более благоприятными, а также более точными, чем суждения о себе, что нельзя объяснить негативной предвзятостью [Molouki, Pronin, 2015; Wessels et al., 2020]. Эффект «ниже среднего» наблюдается в том случае, когда человек получает большой объем информации об объективных достижениях Другого, а также в случае, когда для реализации неких действий требуются специфические навыки, которыми обладает абсолютное меньшинство. Вместе с тем в такой ситуации у человека все еще остается возможность высокой самооценки за счет исключения этого меньшинства из стандарта сравнения [Moore, Small, 2007]. Эффект негативной предвзятости в отношении Я наблюдается также в области мета-перцепции. Обнаружено, что большинство людей предполагают, что другие оценивают их хуже, чем это есть на самом деле [Elsaadawy, Carlson, 2022].

Еще одним ярким феноменом дивергентной перцепции является так называемая атрибуция ответственности. Она проявляется в переоценке собственного вклада в действия или достижения группы или диады. Примечательно, что такая переоценка наблюдается не только в случае позитивных (например, выполнение домашней работы), но и в случае негативных (например, провоцирование конфликтов) действий [Ross, Sicoly, 1979]. Авторы объясняют это явление эвристикой доступности, благодаря которой каждый участник группы, лучше помня собственные действия по сравнению с действиями партнера, переоценивает их частоту и значимость. В то же время атрибуция позитивной ответственности является более распространенным феноменом, чем атрибуция

негативной ответственности [напр., Mullen, Riordan, 1988]. Это объясняется тем, что успешный результат естественным образом синхронизируется с предыдущими мыслями, заставляя человека приписывать успех своей собственной мотивации. Если же результат оказывается отрицательным, человек приписывает его внешним факторам, поскольку в его первоначальных мыслях такой исход не предполагался, то есть он тут как бы ни при чем. Наоборот, если неудачу потерпел другой человек, ответственность за провал приписывается ему самому, поскольку его первоначальный позитивный замысел, а также внутренняя мотивация не доступны внешнему наблюдению, и его действия, в которых легко обнаружить ошибку, остаются единственным коррелятом неудачи.

Восприятие себя в будущем сопряжено еще с одним дивергентным феноменом перцептивной дихотомии Я–Другой. Он известен как ошибка планирования, или нереалистичный оптимизм, и проявляется в том, что люди видят свое будущее более радужным, чем будущее других, даже когда речь идет о событиях, над которыми у них может быть мало контроля, таких как болезни или несчастные случаи [напр., Buehler et al., 1994]. При этом собственные позитивные мысли оцениваются как причина будущего благополучного исхода [Pronin et al., 2006].

Содержательно близкий к нереалистичному оптимизму феномен был назван ошибкой планирования. Он проявляется в том, что, рассчитывая ресурсы или время, необходимое для выполнения определенной работы, человек достаточно точен, когда речь идет о других людях, однако ошибается в отношении себя. Это проявляется в преуменьшении планируемых затрат и неоправданной уверенности в том, что осуществить задуманное получится быстрее, дешевле или проще, чем есть на самом деле. Источником ошибки планирования также является преимущественная опора на интроспективную информацию, т.е. фокусировка на собственных желаниях и мотивах. Наоборот, экстроспективная информация, например, внешние факторы, потенциальные препятствия и прошлый объективный (но не субъективный) опыт при этом игнорируются [Del Popolo Cristaldi et al., 2023].

Таким образом, в процессе самопознания человек ориентируется, прежде всего, на интроспективную информацию, а при восприятии Другого – на экстраспективную. В пользу этого свидетельствует и тот факт, что самоописания в терминах черт чаще включают ненаблюдаемые (non-observable), чем наблюдаемые (observable) черты, а описания Другого – наоборот [напр., Prentice, 1990]. Соответственно, эффект перцептивной дивергенции более выражен для ненаблюдаемых (например, нейротизм), чем наблюдаемых (например, экстраверсия) черт, а также для отрицательных, чем положительных характеристик [Vazire, 2010; Molouki, Pronin, 2015], но не в случае близких друзей [Körner, Schütz, 2023]. Так, в исследовании С. Вазир [Vazire, 2010] показано, что черты, связанные с нейротизмом, более правильно оцениваются самим человеком, а его интеллект – друзьями. Следствием перцептивной дивергенции Я и Другого является также субъективная убежденность в том, что Другому сложно понять наше истинное Я, объяснить наше прошлое поведение и спрогнозировать будущие поступки.

«Двойные стандарты» восприятия Я и Другого, проистекающие из интроспективной и экстраспективной направленности восприятия, часто приводят к нелогичным выводам и противоречивой интерпретации событий в пространстве социальных взаимодействий.

## **2.2. Дихотомические векторы восприятия Другого: аллоцентрический и эгоцентрический подходы**

Изначально понятия аллоцентрического и эгоцентрического восприятия использовались для описания различных способов нейронного кодирования пространственных отношений [Klatzky, 1998]. Аллоцентрическое кодирование – это способ ориентации в пространстве относительно внешней точки отсчета. Он позволяет субъекту определять положение объектов независимо от собственного местоположения, ориентируясь на их локализацию друг относительно друга и оценку расстояний между ними (например, «яблоко на столе»). Эгоцентрическое кодирование – это способ пространственной ориентации относительно самого

себя. Он предполагает выстраивание такой карты пространства, в которой ассоциативные связи замыкаются на собственное местоположение или движение (например, «яблоко передо мной»). Местоположение объектов в эгоцентрической системе определяется благодаря информации о размере угла, образованного визуальными векторами, исходящими от субъекта к внешним объектам, а также о длине этих векторов. При этом в зависимости от выполняемой задачи точкой пространственного ориентирования может быть как все тело субъекта, так и его отдельные части [Kappers, 2007].

Навигация в пространстве зависит как от эгоцентрических, так и от аллоцентрических репрезентаций среды. Так, например, поиск пути через близко расположенные деревья требует вычисления точных пространственных отношений между собой и каждым из двух соседних объектов, а планирование маршрута к отдаленной цели и поддержание чувства ориентации в крупномасштабной среде, по-видимому, требует устойчивых представлений о расположении объектов относительно друг друга [Mou et al., 2006]. По мере того, как человек перемещается по ментально «картированной» среде, на нейронном уровне происходят два типа обновлений. Эгоцентрические репрезентации, необходимые для управления движением, обновляются благодаря визуальной поддержке. Этот процесс требует минимального контроля внимания. При отсутствии такой поддержки (например, при ходьбе в темноте) эгоцентрическое обновление требует больших когнитивных затрат [Wang, Spelke, 2000]. Аллоцентрические репрезентации (пространственные карты среды) являются более устойчивыми образованиями. Их обновление происходит, по всей видимости, в случае сбоя пространственного восприятия (дезориентации). Оно заключается в проверке местоположения объектов друг относительно друга. Причем действующий субъект представляет собой в данном случае один из таких объектов [Hermer, Spelke, 1994].

На поведенческом уровне эти типы пространственной ориентации впервые были обнаружены Э. Толменом. В его эксперименте крысы, обученные выполнять фиксированное движение (поворот) в лабиринте в логике эгоцентрического

восприятия пространства, отказывались от этого движения в том случае, если оно было неверным в масштабе «когнитивной карты», или аллоцентрического восприятия [Tolman, 1948].

На уровне онтогенеза аллоцентрический и эгоцентрический тип восприятия представлен в работах Ж. Пиаже. Согласно его концепции, в раннем детстве ребенок осваивает окружающее пространство с опорой на аллоцентрическое кодирование. Затем, по мере развития самосознания, начиная примерно с 4-летнего возраста, у него формируется эгоцентрический тип пространственной ориентировки. И только затем, между 7 и 12 годами, – более точная система аллоцентрического восприятия. Наиболее наглядным примером «чистого» эгоцентрического восприятия является эксперимент с восприятием ребенком макетов гор, каждая из которых имеет свой отличительный признак (домик, реку или снежную вершину), заметный только с определенного ракурса. Глядя на фото этих макетов с разных ракурсов, ребенок верно выбирает те из них, которые отражают его визуальную позицию. В то же время он не может проявить аллоцентрическое восприятие, представив, как эти макеты выглядят с позиции другого наблюдателя<sup>2</sup>. Это проявляется в эгоцентрическом приписывании ему собственных визуальных образов [Пиаже, Инхельдер, 1983/2003; Сергиенко, 2004].

Изучение эволюции жестов, означающих характеристики пространства в никарагуанском языке глухонемых, свидетельствовало о последовательном вытеснении эгоцентрической позиции аллоцентрической. На этапе становления языка, в течение первых 6 лет, коммуникаторы описывали наблюдаемое перед собой действие по передаче стакана объектом А объекту Б, сидящему справа от него, отзеркаливающим жестом справа налево. Такое направление жеста можно трактовать в логике эгоцентрического восприятия происходящего. Однако в течение следующих десятилетий языковое описание этого действия изменило

---

<sup>2</sup> Согласно мнению У. Фрит и Ф. Де Виньмон [Frith, de Vignemont, 2005], ссылка на эксперимент Ж. Пиаже для иллюстрации проблемы аллоцентрического восприятия в раннем возрасте является не вполне корректной, поскольку взгляд на некий пространственный объект глазами другого человека представляет собой ту же эгоцентрическую перспективу, но не от первого, а от третьего лица.

направление. Теперь оно изображалось аллоцентрически – так, как его «видел» объект А – слева направо [Senghas, 2003].

В сравнительном исследовании, проведенном С. Литфус и др. [Lithfous et al., 2014] на участниках молодого ( $M = 24,2$ ) и пожилого ( $M = 66,4$ ) возраста, было показано, что в процессе жизни происходит еще одна ключевая смена типа пространственного восприятия. Старение оказалось связано со снижением производительности аллоцентрического при сохранении функций эгоцентрического кодирования. Авторы отмечают также, что топографическая дезориентация часто наблюдается у лиц с нейродегенеративными расстройствами и легкими когнитивными нарушениями, поэтому различие нормального и патологического возрастного снижения аллоцентрической ориентации является важным для постановки верного диагноза.

Нейронные механизмы пространственной ориентации (и аллоцентрического, и эгоцентрического типа) представлены активностью нескольких видов клеток, к которым относятся нейроны решетки, нейроны места, нейроны направления головы, нейроны границы и нейроны скорости [Moser et al., 2014; O'Keefe, 1976; O'Keefe, Dostrovsky, 1971; Taube et al., 1990]. В ряде работ было показано, однако, что аллоцентрическое и эгоцентрическое восприятие имеют специфические зоны активации в мозге. Так, формирование аллоцентрического образа обеспечивается в основном клетками места, расположенными в гиппокампе [O'Keefe, Dostrovsky, 1971], и клетками решетки, которые находятся в височной доле гиппокампальной формации [Moser et al., 2014]. В работу аллоцентрической системы включены также зоны парагиппокампальной извилины и ретроспленальной коры [Zhang, Ekstrom, 2013]. В свою очередь, функционирование эгоцентрического восприятия обеспечивается активацией хвостатого ядра и медиальной теменной доли [Cook, Kesner, 1988]. Полученные данные носят, однако, противоречивый характер, поэтому тема нейронных механизмов аллоцентрического и эгоцентрического восприятия продолжает исследоваться [Савельева, 2022].

В психологических исследованиях культуры понятия эгоцентризма / аллоцентризма были впервые использованы Г. Триандисом и его коллегами [Triandis et al., 1985]. Они предложили соотносить их с (соответственно) индивидуалистскими и коллективистскими проявлениями культурного синдрома на индивидуальном уровне. Аллоцентризм предполагает личную предрасположенность и стремление к коллективизму, а идиоцентризм (эгоцентризм) – к индивидуализму. Аллоцентризм включает в себя приверженность внутригрупповым ценностям и целям, их приоритет перед личными мотивами. Идиоцентризм предполагает сосредоточение на своих собственных целях и потребностях, их приоритет перед групповыми. В теории Г. Триандиса аллоцентризм и идиоцентризм описываются как полюса одного континуума. Каждый человек может быть как аллоцентричным, так и идиоцентричным в зависимости контекста ситуации и диспозиций, сформированных культурой.

В исследованиях социального познания понятия аллоцентрического и эгоцентрического восприятия были использованы для описания двух разных систем отсчета, которые организуют восприятие себя и других людей [Frith, de Vignemont, 2005]. Эгоцентрический взгляд на себя предполагает использование прямого самопознания, тогда как аллоцентрический взгляд – отстраненную точку зрения, которая характерна для постороннего человека. Точно так же Другой может быть представлен в соответствии с эгоцентрической или аллоцентрической позицией. Это можно наглядно представить с помощью разницы между местоимениями второго (ты) и третьего (он/она) лица. Рассмотрение Другого во втором лице предполагает его связь с Я, а в третьем лице – отсутствие такой связи.

Аллоцентрическая позиция социального восприятия оторвана от взаимодействия с людьми, тогда как эгоцентрическая позиция предполагает погружение в социальные взаимодействия и непосредственную связь с ними. При этом аллоцентрическое социальное знание частично основано на опыте прошлых эгоцентрических взаимодействий, а на эгоцентрическую позицию влияет более широкое аллоцентрическое знание людей. Полноценное социальное



взаимодействие, таким образом, основано на эгоцентрическом восприятии, уравновешенном аллоцентрической позицией.

### *2.2.1. Аллоцентрические перцептивные дихотомии*

При аллоцентрическом восприятии Другого, т.е. при его описании безотносительно себя, но в сравнении с другими людьми, его восприятие категоризируется в рамках набора дихотомических характеристик, значимых для формирования социальной оценки или аттитюда. В качестве таких характеристик наиболее исследованными в психологии являются дихотомии «хороший – плохой», «умный – глупый» и «красивый – некрасивый». За счет эффекта ореола они могут усиливать друг друга и потому представляют собой, скорее, пересекающиеся перцептивные категории.

#### *2.2.1.1. Хороший – плохой*

Данная дихотомия является наиболее абстрактной и универсальной. Она определяется нормативными суждениями о личности Другого и регулируется нормами морали. Однако природа морального вывода не вполне ясна, а его содержание достаточно подвижно.

Вопрос о природе морального выбора – это вопрос происхождения моральных норм. Ответ на него представлен двумя подходами, которые связывают нравственные суждения с разными способами обработки информации: рациональным (медленным) и интуитивным (быстрым).

Согласно первому, *рационалистическому*, подходу, моральное знание и моральное суждение являются результатом логических размышлений [Kohlberg, 1969; Piaget, 1932/1997; Turiel E, 1983]. Они могут сопровождаться моральными эмоциями, такими как сострадание или отвращение, но эти эмоции не являются их прямыми причинами. Корни рациональных моральных суждений можно обнаружить в нормах культуры, которые являются едиными для всех членов конкретного общества или представителей его отдельных социальных групп. Независимо от конкретного содержания одобряемых и неодобряемых

характеристик культурные нормы предписывают положительное отношение к тем, кто их придерживается, и отрицательное – к тем, кто их нарушает, не уважает или игнорирует. Последние становятся объектами разных форм социального отвержения, подвергаясь критике, остракизму или иному наказанию. Моральные нормы отличаются относительностью и динамичностью. То, что осуждалось в прошлом веке, может стать одобряемым в нынешнем, и наоборот. Они отличаются также кросс-культурной специфичностью. Например, в одной культуре поощряются, а в другой – порицаются однополые браки. Это свидетельствует в пользу некой «надуманности», точнее рационального происхождения моральных норм. Соответственно, моральные суждения можно определить как сознательную умственную деятельность, состоящую в обработке и систематизации имеющейся информации о людях и социальных последствиях их поведения.

Согласно *интуиционистскому* подходу, моральные эмоции, наоборот, являются первичными и непосредственно определяют моральные суждения [Haidt, 2001; Shweder, Haidt, 1993]. Так, например, человек мгновенно чувствует отвращение при мысли об инцесте и интуитивно понимает, что это неправильно, а уже затем пытается подобрать рациональные аргументы в поддержку этого аттитюда. Даже в том случае, когда рациональные аргументы оказываются несостоятельными, и логично объяснить негативные последствия «плохого» поведения человек не может, он все равно твердо уверен, что оно аморально. Моральная интуиция может быть определена как внезапное появление в сознании морального суждения, включающего аффективную валентность (хорошо – плохо, нравится – не нравится), без какого-либо осознания того, что это суждение явилось результатом прохождения этапов поиска и взвешивания доказательств. Изначально такое суждение опирается, по всей видимости, на врожденные или усвоенные моральные представления, которые могут носить ассоциативный характер и быть эмоционально окрашенными. Интуитивная природа морали предполагает, что понятия «хорошего» и «плохого» так же непосредственны и не поддаются рациональному объяснению, как и понятия «красивого» и «некрасивого».

Само содержание морали раскрывается через ряд связанных личностных конструкторов, понимаемых как «добродетели» [Graham, Haidt, 2012; Haidt, Graham, 2007]. Среди них можно выделить достаточно устойчивые, «ядерные», и периферийные характеристики.

Согласно теории моральных основ [Haidt, Graham, 2007; Shweder et al., 1997], люди различаются по степени, в которой они одобряют и демонстрируют в своем поведении пять ядерных личностных характеристик: заботу, справедливость, лояльность, уважение к авторитету, безгрешность. При этом либеральная мораль отдает приоритет заботе и справедливости, консервативная – лояльности и уважению к авторитету. Еще одна, религиозная, мораль описывается в данной теории как универсальная, не зависящая от политической направленности человека. Она включает не только сугубо религиозные предписания, но и вопросы традиций, гигиены и др. Одной из предпосылок данной теории является предположение о том, что разнообразные измерения морали в конечном счете оценивают, как люди обращаются с другими людьми: причиняют им вред или, наоборот, несут добро и пользу [Turiel, 1983]. В целом, они направлены на подавление или ограничение эгоизма и делают возможной социальную жизнь.

В зависимости от актуальных культурных норм периферийные характеристики могут уточнять ядерные, являясь их воплощением в конкретном историческом контексте. Периферийные характеристики обладают высокой контекстуальной подвижностью вплоть до инверсии. Так, например, запрет на воровство может сменяться его поощрением в зависимости от того, кто становится его жертвой и кто – исполнителем. Такие противоположные императивы могут иметь в своей основе общую ядерную добродетель, например, справедливость.

Представления о «хорошем» и «плохом» могут иметь не только общественное, но и индивидуальное измерение. Согласно теории морального развития Л. Колберга, эволюция морального развития отражает динамику когнитивного развития человека [Kohlberg, 1963]. Она предполагает переход от гетерономного мышления, в котором «взрослые» правила рассматриваются как священные и неизменные, к автономному мышлению, в котором правила

рассматриваются как результат деятельности человека. Колберг выделил шесть стадий морального развития, каждая из которых определяется специфической мотивацией: избеганием наказания, получением поощрения, социальным принятием, соблюдением закона, достижением наивысшего блага для наибольшего числа людей, чувством долга. В свою очередь, стадии группируются в три уровня: предконвенциональный, конвенциональный и постконвенциональный. На постконвенциональном уровне человек может рационально принимать такие моральные решения, которые прямо противоречат общественной морали. Однако в большинстве случаев индивидуальные суждения все же совпадают с общепринятыми.

Многочисленные эмпирические данные свидетельствуют о том, что моральные характеристики человека, общий уровень его нравственности являются решающими для формирования отношения к нему [Brambilla et al., 2011; Cottrell et al., 2007; Gantman, Van Bavel, 2014; Goodwin et al., 2014; Leach et al., 2007]. Другие, не связанные с моралью характеристики Другого, например, теплота или интеллект, проигрывают по своей значимости информации о его моральных качествах. Как выяснили Дж. Гудвин и др. [Goodwin et al., 2014], основным содержанием некрологов как окончательных впечатлений о человеке является именно информация о его моральном облике.

Среди диспозициональных, т.е. базовых, характеристик человека, закрепленных в модели Большой пятерки [McCrae, Costa, 2008], доброжелательность имеет наиболее близкое отношение к оценке в терминах «хороший» – «плохой». Это связано с тем, что данная черта проявляется только в процессе социального взаимодействия и несет негативные или позитивные последствия для других людей. Экстраверсия и добросовестность (сознательность) с большим трудом поддаются оценке в пространстве дихотомии «хороший» – «плохой». В случае экстраверсии это связано с тем, что ее второй полюс предполагает избегание социального взаимодействия (что затрудняет оценку его качества). В свою очередь, добросовестность может проявляться не только в пространстве социальных взаимодействий, но и в сфере действий с

неодушевленными объектами, а также являться предметом внутреннего, но не внешнего контроля. Вместе с тем определенные аспекты экстраверсии и добросовестности, такие как ассертивность или ответственность, несут в себе более веские основания для моральной оценки. Открытость опыту и нейротизм, являясь наименее наблюдаемыми [Human, Biesanz, 2011], могут выступать предметом моральных оценок только в узком смысловом контексте.

Модель темной триады личностных черт является наиболее релевантной для оценки Другого в дихотомическом пространстве «хороший» – «плохой». Темную триаду можно определить как неклиническую комплексную черту, которая проявляется через предрасположенность к манипулятивному поведению (макиавеллизм), стремление к власти и получению восхищения со стороны других (нарциссизм), импульсивность в поступках и нарушение этических и социальных норм (психопатия) [Furnham et al., 2013]. Все аспекты (черты) темной триады коррелируют друг с другом, но могут быть измерены независимо. Они проявляются исключительно в контексте социального взаимодействия и выступают, таким образом, объектом моральной оценки. Описание проявлений каждой черты содержит ряд характеристик, представляющих потенциальную угрозу и нанесение вреда Другому. Так, нарциссизм предполагает принижение значимости других ради повышения самооценки [Raskin, Terry, 1988]. Макиавеллизм – отсутствие эмпатии, безразличие к эмоциям других, инструментальную агрессию, высокую расчетливость и отсутствие беспокойства по поводу этичности собственных поступков [Jones, Paulhus, 2009]. Психопатия – антисоциальное поведение, безразличие к чувствам других, отсутствие чувства вины и агрессивность [Hare, Neumann, 2008]. Позднее конструкт темной триады был дополнен чертой садизма, определяемой как склонность получать удовольствие, причиняя страдания другим или просто наблюдая за их страданиями [Paulhus et al., 2021].

Интересно, что несмотря на явную оценку «темных» черт как «плохих», в культуре наблюдается их частичное оправдание, которое проявляется, в частности, в попытке найти в них «светлые» стороны. Такая тенденция имеет место,

например, в массовой культуре, когда героями книг, фильмов становятся не положительные персонажи, а «темные» личности, обладающие рядом достоинств. В научных исследованиях заметна та же динамика. Например, у нарциссических личностей обнаруживаются хорошие лидерские качества [Rauthmann, Kolar, 2013], у макиавеллистов – умение вести переговоры, а у психопатов – склонность к риску и бесстрашие [ten Brinke et al., 2015].

Таким образом, аллоцентрическая перцептивная дихотомия «хороший» – «плохой» формируется на основании культурных норм и является, с одной стороны, интуитивно понятным, а с другой – рационально конструируемым ориентиром для выработки социальных оценок и аттитюдов. Конкретное содержательное наполнение понятий «хороший» и «плохой» определяется рядом универсальных характеристик (забота, справедливость, лояльность, уважение к авторитету, безгрешность), которые на уровне реального поведения уточняются в зависимости от ситуационного контекста. По большому счету, критерием различения «хорошей» и «плохой» личности является ее направленность на подавление эгоизма и оказание поддержки другим. Этот критерий позволяет большинству членов общества придерживаться сходных представлений о «хорошем» и «плохом». Вместе с тем индивидуальные моральные оценки не всегда совпадают с общепринятыми. На уровне диспозиционных черт личности моральным оценкам подлежат те, проявление которых требует взаимодействия с другими людьми<sup>3</sup>. Из числа черт Большой пятерки к таким чертам относится, прежде всего, доброжелательность. В свою очередь, черты темной триады – макиавеллизм, нарциссизм и психопатия – задают предельно четкие ориентиры «хорошего» и «плохого». Являясь измеряемыми и оцениваемыми по валидным параметрам, они открывают перспективу исследования социальной перцепции «хорошего» и «плохого» Другого.

---

<sup>3</sup> Это свидетельствует об эгоцентрической составляющей данной аллоцентрической характеристики. В то же время характеристики «хороший» – «плохой» сохраняют аллоцентрическую основу, поскольку оценка конкретного Другого в этих терминах осуществляется с позиций коллективного субъекта (общества).

### 2.2.1.2. Умный – глупый

Эмпирическими референтами житейских характеристик «умный» и «глупый» являются показатели интеллекта и компетентности – более широкого понятия, включающего, помимо интеллекта и связанных с ним понятий «знания» и «навыки», также показатели способностей и успеха в достижении личных целей [Judd et al., 2005].

В исследовании К. Коттрелл и др. [Cottrell et al., 2007] было обнаружено, что интеллект не входит в число приоритетных качеств, по которым люди оценивают других. Как правило, он попадает в нижнюю часть рейтинга показателей социальной оценки и не является главной чертой «идеального человека». Тем не менее дихотомия «умный – глупый» важна для социальной оценки Другого, поскольку уровень интеллекта людей, участвующих в социальном взаимодействии, определяет качество и результат этого взаимодействия. Убеждения или ожидания относительно интеллекта Другого и их правильность имеют важные последствия для определения стратегии социального взаимодействия. Значимость оценки уровня интеллекта отражена и в известной поговорке «Встречают по одежке, а провожают по уму».

Большинство людей намеренно стремятся произвести впечатление умных, компетентных и понимающих собеседников, т.е. продемонстрировать разные аспекты своего интеллекта – эрудицию, логичность мышления, вербальные способности, социальные навыки. В исследованиях обнаружены многочисленные поведенческие маркеры, значимые для вынесения суждений об интеллекте. К ним относятся зрительный контакт, ясность высказываний и высокая скорость речи [Borkenau, Liebler, 1995; Murphy et al., 2003; Reynolds Gifford, 2001]. Морфологическими коррелятами более высокого интеллекта являются склонность к худобе, более высокий рост, пропорциональное тело, более узкое лицо [Borkenau, Liebler, 1995]. Физическая привлекательность и симметрия лица также связаны с более высокими оценками интеллекта [напр., Zebrowitz et al., 2002].

Стараясь казаться более умными, люди контролируют свои высказывания, избегают лишних слов, говорят более бегло, а также внимательно смотрят на

собеседника, сохраняют серьезное выражение лица, прямое положение корпуса и меньше прикасаются к себе. При этом единственным общим коррелятом истинного (IQ) и демонстрируемого интеллекта является зрительный контакт с собеседником [Murphy, 2007].

Исследования показывают, что люди могут достаточно точно оценивать интеллект Другого. Показатели этой точности превышают уровень случайных оценок [Borkenau, Liebler, 1993; Borkenau et al., 2004; Murphy et al., 2003; Zebrowitz, Rhodes, 2004]. Наиболее четко это проявляется при одновременном восприятии вербального и невербального поведения человека. Вместе с тем в исследовании Н. Мерфи [Murphy, 2007] показано, что попытки управления впечатлением о собственном интеллекте приводят к его более высоким оценкам сторонними наблюдателями, чем непосредственными партнерами по взаимодействию. Авторы объясняют это тем, что вовлеченность во взаимодействие отнимает ресурсы внимания и тем самым снижает точность социальных оценок.

Точность восприятия интеллекта зависит также от категориального или порядкового способа оценки Другого. При категориальном восприятии (компетентный–некомпетентный) наблюдатели не отдают предпочтения людям с одинаковым уровнем интеллекта. Однако восприятие этих же людей на фоне более или менее компетентных других (порядковое восприятие) сдвигает предпочтение в пользу того человека, который выглядит более умным по сравнению с остальными [Hackel, Mende-Siedlecki, 2023].

Общая компетентность как характеристика более широкая, чем интеллект, и включающая его как одно из своих измерений, может быть оценена в том числе опосредованно, например, через восприятие моральных качеств человека [Stellar, Willer, 2018]. Проверя три разных гипотезы о возможных перцептивных коррелятах морали и компетентности – «глупый грешник» (прямая связь), «злой гений» (обратная связь) и «диссоциация признаков» (отсутствие связи), авторы получили подтверждение первого предположения. Их данные свидетельствовали о том, что высокая оценка моральных качеств Другого (как более фундаментальная социальная оценка) имплицитно предсказывает и высокий уровень



компетентности. Было показано, что эта связь не является проявлением эффекта ореола (т.к. она более выражена, чем связь моральных оценок с другими характеристиками) и опосредована суждениями о социальном интеллекте. При этом предсказания компетентности по моральным оценкам затрагивают ее проявления не только в сфере социальных взаимодействий, но и в других сферах, например, в исследовательской или инвестиционной деятельности. Еще одной переменной, опосредующей оценку компетентности, выступает уровень благосостояния. В исследовании А. Саркара и др. [Sarkar et al., 2020] показано, что знания о богатстве человека, а также об источнике его получения влияют на оценки его компетентности. Люди с выраженной доминантностью также воспринимаются как более компетентные [Anderson, Kilduff, 2009].

Эмпирически зафиксирована связь субъективных оценок интеллекта с общим позитивным отношением к человеку<sup>4</sup> [Park, Kraus, 1992], а также более высокой оценкой его статуса [Raty, Snellman, 1997], социальных навыков [Murphy et al., 2001], доброты и «нормальности» [Fuhrman et al., 1989], здравомыслия и отсутствия предрассудков [Berg, Sternberg, 1992].

Таким образом, аллоцентрическая дихотомия «умный – глупый» выступает важным критерием социальной оценки и подвергается перцептивному мониторингу как на имплицитном, так и на эксплицитном уровне. По сравнению с дихотомией «хороший – плохой» ее значимость можно определить как более низкую. Более того – восприятие компетентности напрямую зависит от оценки моральных качеств и является производной от ряда других характеристик человека. Однако в совокупности эти дихотомии составляют два фундаментальных измерения в области социальной перцепции Другого [см. Stellar, Willer, 2018].

---

<sup>4</sup> Это не подтверждается, однако, в отношении людей с очень высоким интеллектом. Они воспринимаются в целом более негативно, чем люди с низким (по сравнению с ними) интеллектом [Fossum, 2011].



эстетические предпочтения, в том числе в области искусства. Четвертое связано с социокультурными представлениями о красоте.

Физическая красота, или привлекательность, играет первостепенную роль в формировании впечатления о другом человеке. Эта тенденция продолжает обнаруживаться в исследованиях, хотя отдельные результаты свидетельствуют в пользу снижения важности данной абстрактной категории в сознании человека [Howell et al., 2020].

В языке наблюдается тенденция к синонимической замене понятия «хороший» понятием «красивый» (например, «красивая работа», «красивый поступок»). Стереотип «красивый – значит хороший» описывает человеческую склонность приписывать красивому благоприятные характеристики, даже если эти характеристики не имеют никакой сущностной связи с привлекательностью (например, интеллект, нравственность, способности). Мета-анализ, проведенный А. Файнголдом показал, что приписываемые красивым людям (стереотипные) характеристики лишь частично совпадают с теми, которые объективно коррелируют с физической привлекательностью [Feingold, 1992]. Так, физически привлекательные люди субъективно воспринимаются как более общительные, доминирующие, сексуально привлекательные, психически здоровые, умные и социально-компетентные, чем физически непривлекательные люди. Объективно они действительно демонстрируют более высокую социальную компетентность. Кроме этого, они чаще являются популярными, реже – одиночками и имеют низкий уровень социальной тревожности. Однако психическое здоровье, интеллект и доминантность не обнаруживают объективных связей с красотой. Красивые люди имеют больше шансов получить выборную должность [Efrain, Patterson, 1974], повышение или поощрение на работе [Frieze et al., 1991]. Красивые люди (прежде всего, женщины) оцениваются как более человечные [Alaei et al., 2022], и наоборот, более хорошие (моральные) люди воспринимаются как более красивые [He et al., 2022]. Более привлекательные дети оцениваются как менее виновные в совершении серьезных проступков, чем менее привлекательные дети [Dion, 1972].

Вопрос об объективном или субъективном характере красоты является спорным. До недавнего времени доминировала гипотеза о «красоте в глазах смотрящего» [напр., Naukkarinen, 2010]. Имеются данные и о влиянии культуры, в частности, моды в области макияжа, на восприятие красоты [Adam, 2021; Comfort et al., 2023]. Однако растущее сегодня число нейробиологических исследований основано на предположении о том, что составляющие красоты не произвольны и не связаны с изменчивыми нормами культуры [Grammer et al., 2003]. В исследованиях действительно выявлены некоторые объективные характеристики, которые повышают оценки привлекательности. К ним относятся симметрия лица [напр., Mealey et al., 1999], усредненность черт (черты лица, близкие к средним по популяции, считаются более красивыми, чем лица с более выраженными чертами) [напр., Langlois, Roggman, 1990], и половой диморфизм (вторичные половые признаки, делающие мужские лица более мужественными, а женские – более женственными) [напр., Hester et al., 2021]. В исследовании И. Хольцляйтнер [Holzleitner et al., 2019] предложена интегративная модель относительных вкладов независимых переменных в восприятие красоты женского лица. Показано, что наибольший вклад в оценку красоты вносит разреженный тип нейронного кодирования (характеристика субъекта), а далее по убывающей следуют характеристики объекта восприятия: индекс массы тела, половой диморфизм, усредненность и асимметрия.

Эти данные свидетельствуют в пользу врожденного восприятия красоты и ее эволюционного значения. Гипотетически оно заключается в том, что внешняя красота является достоверным маркером качественных генотипических характеристик, и, соответственно, красивые люди воспринимаются как более желательные партнеры, которые с большей вероятностью воспроизведут жизнеспособное потомство. С точки зрения эволюционной психологии, чувствительность к красоте есть результат естественного отбора, поскольку привлекательные лица могут свидетельствовать о физическом здоровье.

Такая логика, однако, опровергается тем фактом, что физическая красота в популяции встречается относительно редко. Это означает, что некрасивые черты

не подвергаются жесткому эволюционному отсеву, хотя и не обеспечивают эволюционного преимущества вступления в половую связь. Действительно ли имеется связь между физической привлекательностью и здоровьем? Эмпирические данные здесь достаточно противоречивы. Некоторые из них свидетельствуют об отсутствии такой связи [Kalick et al., 1998; Shackelford, Larsen, 1999], а другие – в пользу ее умеренной величины [Feingold, 1992<sup>5</sup>; Henderson, Anglin, 2003<sup>6</sup>; Shackelford, Larsen, 1999<sup>7</sup>]. Отдельно следует упомянуть, однако, исследование К. Солера и др., в котором обнаружена положительная корреляция между оценкой женщинами привлекательности лиц мужчин и качеством их сперматозоидов [Soler et al., 2003]. Связь красоты с репродуктивной функцией подтверждается и тем, что молодые лица, а также лица людей, находящихся в репродуктивном возрасте, воспринимаются как более привлекательные.

Таким образом, физическая красота, по-видимому, может рассматриваться как потенциально полезный сигнал, свидетельствующий о небольшом, но все-таки превышающем уровень погрешности, репродуктивном преимуществе. Это подтверждается также многочисленными данными об активации системы вознаграждения при созерцании красивых лиц, причем эта активация усиливается в ситуации прямого зрительного контакта, а также при наличии мимических признаков положительного отношения со стороны красивого человека [см. Lindell, Lindell, 2014].

Безусловное преимущество сигнальной функции красоты заключается в ее перцептивной доступности. Возможно, именно в силу легкости обнаружения и благодаря экономии когнитивных усилий значение красоты для прогноза успешных парных отношений субъективно переоценено. Однако сама по себе способность делать быстрые выводы о свойствах Другого в высшей степени адаптивна. Будучи стимулом, активирующим систему вознаграждения, красивые

---

<sup>5</sup> В данном исследовании обнаружена корреляция физической красоты с ментальным здоровьем.

<sup>6</sup> Данные относятся к выборке людей, родившихся в начале XX века, и, вероятно, не могут быть достоверно отнесены к другому историческому периоду.

<sup>7</sup> В данном исследовании из многих параметров здоровья физическая красота обнаружила корреляции только с состоянием сердечно-сосудистой системы.

лица (так же, как еда или деньги) привлекают больше внимания, чем обычные лица, даже если они не имеют отношения к задачам текущей деятельности человека [Sui, Liu, 2009]. При этом обнаружение в перцептивном пространстве красивого лица нельзя назвать автоматическим, поскольку в условиях когнитивной нагрузки оценка красоты становится невозможной [Jung et al., 2012]. С другой стороны, действуя как отвлекающие стимулы, красивые лица затрудняют опознание целевого стимула, снижая дифференцирующую способность наблюдателя [Chen et al., 2012].

Таким образом, аллоцентрическая дихотомия «красивый – некрасивый» является наиболее доступным и быстро оцениваемым параметром личности Другого. Несмотря на отсутствие надежных связей данного признака с показателями физического здоровья, он, тем не менее, выступает ключевым при выборе партнера в контексте репродуктивной цели, даже если такая цель является имплицитной. Оценка физической привлекательности Другого основывается на ряде объективных параметров, к которым относятся, в частности, индекс массы тела, лицевая симметрия и усредненность черт. Оценка красоты распространяет свой «ореол» на восприятие других аллоцентрических характеристик. Так, более привлекательные люди наделяются также более высокими показателями морали и интеллекта. В случае моральных оценок (но не в случае интеллекта) данная закономерность работает и в обратном направлении.

### *2.2.2. Эгоцентрические перцептивные дихотомии*

При эгоцентрическом восприятии Другого, т.е. при его описании относительно самого себя, используется целый ряд перцептивных дихотомий, наиболее значимыми из которых являются «знакомый – незнакомый», «свой – чужой», «друг – враг», «похожий на меня – не похожий на меня». Все они предполагают оценку Другого в зависимости от его положения или отношения к субъекту восприятия. При этом предполагается, что эгоцентрические оценки, данные разными субъектами, могут формировать разные образы одного и того же Другого – вплоть до противоположных. По сравнению с аллоцентрическими

перцептивными дихотомиями эгоцентрические дихотомии являются более субъективными. Соответственно, они с большей вероятностью приведут к перцептивной дивергенции.

На самом деле, в ситуации естественного социального взаимодействия аллоцентрические перцептивные дихотомии не вполне лишены эгоцентрической составляющей. Они служат, по всей видимости, материалом для последующих эгоцентрических социальных суждений. По мнению К. Кричера и др. [Critcher et al., 2015], любые социальные суждения эгоцентричны по своей природе, поскольку определяются собственной точкой зрения, индивидуальными чертами или статусом. Эти факторы влияют как на принятие чужой точки зрения, так и на оценку другого человека. В ряде исследований показано, что эгоцентрическая позиция лежит в основе имплицитных теорий личности, т.е. суждений о каузальной связи (симптомокомплексах) черт личности Другого [Балева и др., 2019; Critcher, Dunning, 2009; Critcher et al., 2015].

В сознании эгоцентрическая перспектива является более доступной, а переключение в режим бесстрастного наблюдателя сопряжено с затратой усилий. Кроме того, в малоинформативной социальной среде опора на самопознание может выступать адаптивной эвристикой для понимания других.

#### *2.2.2.1. Знакомый – незнакомый*

Как показывают исследования, позитивные или негативные оценки любого объекта, в том числе, Другого человека, зависят от того, насколько он знаком, или привычен, для субъекта восприятия. Эта закономерность получила название эффекта простого предъявления (*mere exposure effect*). Его суть заключается в том, что частое предварительное предъявление объекта может привести к его более положительной оценке. Этот эффект имеет место как в ситуации простого предваряющего присутствия объекта, так и в случае предварительного восприятия связанных с ним стимулов или действий приближения-избегания [De Houwer, 2009]. Широкое внимание этот эффект привлек после классической публикации Р. Зайонца [Zajonc, 1968], в которой он, делая обзор результатов

экспериментальных исследований, впервые формулирует закономерность, согласно которой выбор между знакомым, привычным и незнакомым, вызывающим любопытство предметом решается в пользу первого, поскольку он не несет в себе ощущения неопределенности и возможной угрозы. Это правило Зайонц демонстрирует на материале осмысленных и бессмысленных слов, китайских иероглифов и фотографий мужских лиц.

Согласно данным мета-анализа, проведенном Р. Борнштейном [Bornstein, 1989], эффект простого предъявления обнаруживает высокий уровень надежности ( $d = 0,56$ ). Обнаружено также, что он проявляется как на автоматическом, так и на сознательном, пропозициональном уровне, причем реальное предъявление объекта может быть заменено декларацией (обещанием) его предъявления [см. Van Dessel et al., 2017].

Д. Прентис [Prentice, 1990] показала, что эффект простого предъявления может быть использован для объяснения разницы самовосприятия и восприятия Другого. Она предположила, что позитивная предвзятость может быть функцией более близкого «знакомства» с собой, чем с другими людьми. Полученные в ее исследовании данные свидетельствовали о том, что степень знакомства объясняет различия в представлении информации о себе и других людях, последовательно меняясь от полюса Я к знакомому Другому и далее – к незнакомому Другому. Вместе с тем, интерпретируя результаты, она подчеркивает корреляционный характер исследования, а соответственно, – возможность обратного влияния изначальной установки по отношению к себе, знакомым и незнакомым людям на эффекты восприятия. Как бы то ни было, факт более позитивного отношения к знакомым по сравнению с незнакомыми людьми не подвергается сомнению.

В работах, посвященных восприятию знакомых и незнакомых людей актуальной исследовательской проблемой является роль эгоцентрической ориентации наблюдателя (egocentric anchoring). Ключевым здесь остается вопрос о динамике эгоцентризма по мере развития отношений – является она отрицательной или положительной? С одной стороны, есть данные в пользу ее снижения, т.е. уменьшения проективного характера социальных суждений о



Другом при длительном знакомстве с ним. С другой стороны, есть данные в пользу усиления эгоцентрической ориентации при восприятии хорошо знакомых людей.

Э. Гоффман [Goffman, 1963] предположил, что по мере знакомства увеличивается степень осведомленности о другом человеке, за счет чего суждения о нем становятся более обоснованными, а социальный обмен – более предсказуемым. Под «знакомством» Гоффман подразумевал такой этап развития отношений, когда каждый из двух индивидуумов может идентифицировать другого посредством знания, которое отличает этого другого от всех остальных, и Другой признает это.

Согласно теории индекса социального контекста и личности [Bond, Brockett, 1987], при первой встрече человек идентифицируется в соответствии с социальной группой или отличающимися его физическими характеристиками. Ожидается, что он будет обладать личностными чертами, типичными для представителей данной категории. По мере знакомства накапливается информация о специфическом способе поведения или образе мыслей этого человека, благодаря чему он выходит за рамки стереотипа и лучше распознается. Структура знаний о знакомых людях включает в себя узлы, представляющие их социальные группы, которые включают в себя узлы личностных черт, которые, в свою очередь, включают в себя конкретных людей. При нулевом знакомстве с человеком наблюдается высокий консенсус в представлениях о нем у разных наблюдателей, что обусловлено действием социальных стереотипов. Затем, по мере развития отношений и опровержения стереотипов, консенсус падает, а затем, по мере выявления стабильных характеристик Другого, – снова растет.

Если знакомство приводит к тому, что воспринимающие начинают лучше и точнее различать других людей, оно должно вести также к лучшему различению других и самого себя, последовательно приводя к снижению эгоцентрического восприятия. Если на первых этапах знакомства, не обладая нужной информацией о Другом, субъект вынужден обращаться к своему опыту и проецировать на Другого особенности своей личности («судить по себе»), то по мере развития отношений доля такой проекции должна снижаться за счет получения прямой

информации о характеристиках Другого от него самого. С другой стороны, знакомство может, наоборот, усилить социальную проекцию из-за фактического появления общих интересов, привычек и сходных черт в процессе длительного взаимодействия<sup>8</sup>.

В исследовании Т. Маллоя и Л. Олбрайт [Malloy, Albright, 1990] было обнаружено, что в близких отношениях эффект объекта (то есть его личностная специфика) определяет 34% дисперсии восприятия, а эффект субъекта восприятия – только 21%. Однако в исследовании И. Ванга и др. [Wang et al., 2023] показано, что эгоцентрическое восприятие имеет место как на начальных этапах социального взаимодействия, так и при длительном знакомстве. Представления о себе используется в качестве отправной точки, а затем последовательно корректируются по мере получения информации о Другом. Это приводит к дивергенции перцептивной дихотомии «Я–Другой». Однако наряду с этим наблюдается также перцептивная конвергенция – итоговые рейтинги хорошо знакомых других совпадают с самооценками по тем же чертам. Авторы рассматривают два возможных объяснения этих фактов. Во-первых, вероятной причиной может выступать феномен гомофилии, согласно которому люди склонны знакомиться с теми, кто похож на них, а знакомство, в свою очередь, способствует возникновению у них сходных взглядов и общих интересов [McPherson et al., 2001]. В качестве другой возможной причины, которая в принципе затрудняет определение динамики эгоцентрического восприятия в процессе развития отношений, они называют сложность определения «порога информированности» о Другом, достижение которого, вероятно, делает ненужной эгоцентрическую привязку. Диагностика величины такого порога в реальных отношениях на данный момент методически не обеспечена. Таким образом, в сценариях конкретных экспериментов она не может быть проконтролирована.

Таким образом, эгоцентрическая дихотомия «знакомый – незнакомый» является значимым инструментом категоризации объектов социального

---

<sup>8</sup> Обнаружено, что люди более эгоцентричны в своей речи при общении с близкими людьми (например, с друзьями или романтическими партнерами), чем с незнакомцами [Savitsky et al., 2011].

восприятия. В целом знакомые люди воспринимаются более позитивно, чем незнакомые. Несмотря на инстинктивную притягательность для человека новых стимулов, знакомые объекты являются более предпочтительными, чем незнакомые, поскольку не несут в себе признаков неопределенности и угрозы. Вопрос о доле эгоцентрической ориентации (egocentric anchoring) в процессе развития социальных отношений остается дискуссионным. С одной стороны, имеются данные о проявлениях эгоцентрического (проективного) восприятия только в ситуации нулевого знакомства, с другой стороны, признаки эго-проекции наблюдаются и при длительном знакомстве с Другим. Методологической проблемой для решения данного вопроса является неопределенность «порога информированности» о Другом, достижение которого, предположительно, снимает необходимость в самореференции.

#### *2.2.2.2. Свой – чужой*

Согласно некоторым лингвистическим теориям, дихотомия «свой – чужой» возникла на заре развития языка [Степанов, 2004]. Она является одной из базовых оппозиций, формирующих языковую картину мира. Как утверждает Д.В. Питолин, «начиная с архаичной модели мира, где механизм дифференциации реальности на “своих” и “чужих”, “друзей” и “врагов”, “местных” и “пришельцев” был необходимым условием выживания как индивида, так и группы людей, и заканчивая сегодняшним днём, рассматриваемая дихотомия является фундаментом для большей части языковой картины мира» [Питолин, 2014, с. 212]. Восприятие другого человека как «своего» или «чужого» имеет огромную значимость в жизни людей. Инстинктивная поддержка членов ин-группы закрепились в поведении человека в сочетании с аутгрупповой агрессией [Choi, Bowles, 2007].

Т.А. Воронцова [Воронцова, 2013] выделяет пять социально-психологических функций категоризации по принципу «свой – чужой». Во-первых, выступая критерием классификации, она обеспечивает обработку социальной информации. Во-вторых, она задает параметры межличностных и

межгрупповых отношений, определяет устойчивые паттерны взаимодействий с другими людьми. В-третьих, данная категория играет роль быстрого автоматического сигнала для активизации агрессивного поведения в случае внешней угрозы. В-четвертых, она является емким и понятным основанием включения в социальную группу или исключения из нее. Наконец, она обеспечивает процесс формирования групповой идентичности субъекта.

Способность различать своих соплеменников и чужаков позволяла нашим предками создавать надежные социальные связи, основанные на сотрудничестве и взаимопомощи, что повышало их шансы на выживание. Другие млекопитающие также способны создавать сообщества и отличать своих от чужих. Однако человеческие объединения имеют три связанных друг с другом принципиальных отличия. Во-первых, они существенно превышают размер групп, в которых возможны непосредственные контакты. Во-вторых, они могут создаваться не по одному, а по ряду параллельных оснований (группообразующих признаков). В-третьих, эти признаки могут быть не реальными, а вымышленными, символическими. Именно эта третья особенность является ключевой для человеческих групп. Благодаря языку, человек теоретически способен объединяться в любые группы с любыми людьми, используя общность веры, локализации, профессии, интересов и т.д. [подробнее см. Харари, 2021].

В психологии идея гибкого объединения людей в группы по символическому признаку нашла отражение в парадигме минимальных групп, которая предполагает, что произвольные различия между группами, не имеющие места в реальности и не связанные с личными интересами, межличностными отношениями или предыдущими конфликтами участников, могут формировать чувство «мы» и провоцировать дискриминацию членов группы, воспринимаемых как «они» [Tajfel, 1970]. В качестве таких «минимальных» объединяющих условий могут выступать, например, цвет одежды или предпочтения в искусстве. Обнаружено, что минимальная групповая категоризация вызывает не только пропозициональную, но и автоматическую предрасположенность к членам ин-группы. Так, например, лица представителей своей минимальной группы

оцениваются как более доверчивые, заботливые, умные, привлекательные и т.д., чем лица представителей другой минимальной группы [Ratner et al., 2014].

В онтогенезе генерализованные предпочтения социальных групп могут приобретаться в результате ассоциативных связей между положительными невербальными сигналами, направленными на нового взрослого из «своей» группы, и негативными невербальными сигналами, направленными на нового взрослого из «чужой» группы [Skinner et al., 2020]. Показано, однако, что с возрастом предпочтение «своих» вступает в конкуренцию с неприятием неравенства [Fehr et al., 2008].

У. Самнер выделил четыре основных принципа, характеризующих взаимоотношения «мы – они» в человеческих сообществах. Первый – принцип социальной категоризации, который предполагает, что человеческие социальные группы представляют собой дискретные образования, различаемые по признаку «свои – чужие». Второй – принцип внутригрупповой позитивности, предполагающий, что люди положительно оценивают свои группы и поддерживают отношения сотрудничества с членами своей группы. Третий – принцип межгруппового сравнения, который проявляется в том, что люди сравнивают свои группы с чужими, и результатом такого сравнения является вывод о превосходстве своей группы над чужими по ряду характеристик. Четвертый – принцип межгрупповой враждебности, который проявляется в антагонизме, конфликтности и взаимном презрении между ин-группой и аут-группой [см. Brewer, 2007].

Предпочтение членов своей группы членам чужой группы получило название ингруппового фаворитизма, или ингрупповой предвзятости. Это предпочтение может выражаться в более высоких оценках, а также в деятельной помощи «своим», например, при распределении ресурсов. Двумя наиболее известными теоретическими подходами, объясняющими феномен ингруппового фаворитизма, являются теория реального группового конфликта и теория социальной идентичности.

Теория реального группового конфликта Д. Кэмпбелла объясняет конфликты между группами ситуационными (а не личностными) факторами. В качестве таковых рассматриваются ценные физические или психологические ресурсы, например, полезные ископаемые, плодородные почвы или политическое влияние. Если имеется избыток таких ресурсов, группы сотрудничают и сосуществуют в гармонии. Однако если ресурсы воспринимаются как дефицитные (независимо от того, так ли это на самом деле), группы вступают в конкуренцию, и между ними возникает конфликт. Одной группе достаточно поверить, что конкуренция существует, чтобы за ней последовали враждебные чувства и дискриминационное поведение в отношении другой группы. Например, если группа А считает, что представители группы Б представляют для них угрозу, «воруют рабочие места», то независимо от того, правда это или нет, группа А будет испытывать обиду и проявлять враждебность. При этом совершенно не важно, что говорят или делают члены группы Б. Согласно данной теории, идеологическая составляющая является вторичной по отношению к проблеме конкуренции за ресурсы [см. Jackson, 1993].

Теория социальной идентичности Г. Тэджфела [Tajfel, Turner, 2001], наоборот, объясняет межгрупповые конфликты не ситуационными, а личностными факторами, главным из которых является стремление повысить самооценку. Индивидуальная потребность в позитивном самовосприятии достигается, в том числе, за счет идентичности с ин-группой, которая начинает восприниматься как лучшая по сравнению с аут-группами. Членство в такой группе повышает индивидуальную самооценку. Ингрупповой фаворитизм, или дискриминационные проявления в отношении других групп, являются стратегией достижения и сохранения позитивного самовосприятия. Члены группы всегда способны найти основание, каким бы незначительным или малореалистичным оно ни являлось, чтобы доказать самим себе, почему их собственная группа лучше других. Поиск таких оснований, с одной стороны, работает на повышение ингрупповой и личной самооценки, а также укрепляет позитивные связи внутри группы, необходимые для противостояния «чужим». Лояльность своей группе,

самопожертвование ради нее, ненависть и презрение к «чужакам», групповое братство, внешняя воинственность – все это можно рассматривать как явления одного порядка, разные аспекты ингруппового фаворитизма. Вместе с тем, авторы теории отмечают, что она является, скорее, не альтернативой, а дополнением теории реального группового конфликта.

Вместе с тем результаты исследований свидетельствуют о том, что положительное отношение к своей группе и позитивная социальная идентичность не всегда коррелируют с предубеждением или негативным отношением к аут-группам [см. Молчанова, 2015; Brewer, 2007]. На основе лингвистического анализа Э. Бенвенист делает вывод о переменчивом отношении к «чужому», отраженном в слове «hostis». Первоначально это слово обозначало «того, кто, получив от меня подарок, отвечает мне тем же» и соответствовало готскому «gasts» – «гость». Однако современное значение этого слова в переводе с латыни – «враг». Оно возникло, вероятно, когда дружественные отношения между общинами сменились на враждебные. Вместе с тем в латинском языке существует близкое по звучанию слово «hospes», означающее «гость». Фонетическое сходство слов «hostis» и «hospes» подчеркивает вариабельность отношений к «чужому»: «Чужестранец с недобрыми намерениями – враг; чужестранец с добрыми намерениями – гость» [Бенвенист, 1995, с. 77].

Согласно теории оптимальной дифференциации М. Брюэр [Brewer, 1991], люди характеризуются двумя противоположными потребностями, которые управляют их поведением. Первая – это потребность в ассимиляции (на межгрупповом уровне) или стремление к принадлежности (на внутригрупповом уровне). Вторая – потребность в дифференциации, или отличии от других, которая действует в противовес первой. По мере того, как членство в группе или ее слияние с другой группой становятся все более и более очевидными, потребность аффилиации/ассимиляции удовлетворяется, но активизируется потребность в дифференциации. Ее удовлетворение, в свою очередь, вновь активизирует потребность в аффилиации/ассимиляции. Эти конкурирующие побуждения обеспечивают некий статус-кво, который уравнивает межгрупповые

процессы. Похожую мысль высказывает А.В. Шипилов [Шипилов, 2008]. Проводя анализ исторической динамики оппозиции «свои–чужие», он приходит к выводу, что развитие социальной системы неизбежно приводит к смене внешнего различия и внутреннего тождества на внутреннее различие и внешнее тождество. Социальная идентичность, определяемая категориями «свои – чужие» циклически чередуются с социальной идентичностью в терминах «высшие – низшие».

Некоторые эмпирические данные свидетельствуют также о положительной (а не отрицательной) корреляции между самооценкой и ингрупповым фаворитизмом, что трактуется как отсутствие мотива аут-групповой дискриминации для повышения самооценки [напр., Crocker et al., 1987]. Дополнительным сдерживающим фактором дискриминационного поведения в отношении «других» может выступать внутригрупповая конкуренция, определяемая мотивами личного превосходства. Так, например, член профессионального сообщества А может воспринимать членов своей группы как более опасных конкурентов, чем членов группы Б, относящихся к другому профессиональному сообществу. Еще одним примером неоднозначной связи между групповой идентичностью и ингрупповым фаворитизмом являются гендерные группы. Так, например, в исследовании Л. Рудман и С. Гудвин [Rudman, Goodwin, 2004] показано, что у женщин по сравнению с мужчинами наблюдается более выраженный ингрупповой фаворитизм. Более того, в эксперименте с автоматическими реакциями, обнаружено, что у мужчин на бессознательном уровне отсутствует механизм, поддерживающий автоматическое предпочтение собственного пола.

В исследовании А. Миш и др. [Misch et al., 2021] показано, что феномен ингруппового фаворитизма подвержен ситуационной динамике и зависит от ожиданий будущего сотрудничества с той или иной группой людей. Если ожидание сотрудничества перенесено с ин-группы на аут-группу, это снижает негативное отношение к ней. На основании полученных результатов авторы делают вывод о том, что минимальная групповая парадигма Тэджфела не так уж «минимальна», в том смысле, что ингрупповой фаворитизм вызывается не просто



фактом осознания своей принадлежности к произвольной группе, а перспективой взаимодействия с ее членами. Следует отметить, однако, что в данном исследовании не был обнаружен феномен аутгруппового фаворитизма. Другими словами, ожидание сотрудничества не дает такого же приоритета в оценках аут-группы, которое по умолчанию наблюдается для ин-группы.

Согласно теории коалиций [Kurzman et al., 2001; Pietraszewski, 2019], группообразующие признаки (такие как раса, вера, гражданство или профессия) являются достаточно условными и зависят от конкретной ситуации социального восприятия. В эксперименте Р. Курзбана и др. [Kurzman et al., 2001] было показано, что такой сильный категоризирующий признак, как раса, легко вытесняется признаком цвета рубашки, если он ассоциативно связывается с принадлежностью к одной из временно образованных групп (коалиций). Авторы обнаружили, что раса утратила свое устоявшееся годами сигнальное значение всего за несколько минут, необходимых для выполнения экспериментальных заданий по классификации высказываний членов двух коалиций. Ее место занял цвет одежды, который не был специально обозначен как характерный признак одной из групп. В то же время, гендерные различия, в отличие от расовых, продолжали оставаться устойчивыми маркерами социальной категоризации, «не уступив» места искусственно созданному визуальному сигналу.

Наряду с феноменом ингруппового фаворитизма в исследованиях зафиксирован и более редкий, но все-таки существующий, феномен ингруппового принижения. Он заключается в более позитивном отношении к аут-группе, чем к ин-группе, и чаще проявляется у представителей групповых меньшинств, а также у групп с низким уровнем социально-экономического развития [Ma-Kellams et al., 2011; Olson et al., 2009].

Таким образом, с одной стороны, феномен ингруппового фаворитизма имеет инстинктивную природу. При достаточно простой социальной структуре, представленной племенами, он работает как адаптивный механизм, повышающий шансы на выживание для тех особей, которые идентифицируют себя со своей группой, поддерживая ее в конкуренции за ценные ресурсы с группой «чужаков».

В то же время, развитие цивилизации и усложнение социальной структуры, во-первых, снижает значимость ин-группы для выживания отдельной особи<sup>9</sup>, а во-вторых, открывает возможность мультигрупповой идентичности, что ослабляет однозначную зависимость между положительным отношением к своей группе и негативным отношением к чужой. Анализируя разнообразие культурных смыслов понятия «чужой», Р. Штихве [Штихве, 1998] высказывает мысль о том, что общество нагружает его разными значениями, которые определяются текущими социальными потребностями. По его мнению, в современном обществе нормативную установку по отношению к «чужому» можно охарактеризовать как индифферентность, пришедшую на смену ненависти и негативным стереотипизациям. В целом, можно сказать, что предпочтение «своих» «чужим» зависит от множества факторов, к которым относятся как диспозиционные и социальные характеристики индивидов, так и ситуация взаимодействия, а также общий культурно-исторический контекст.

### *2.2.2.3. Друг – враг*

Дихотомия «друг – враг» представляет собой экстремальный вариант суждений в категориях «свой – чужой». По сравнению с понятиями «оппонент» или «противник» понятие «враг» подразумевает не просто наличие противоречий, но и их принципиальную неразрешимость. Аут-группа и ее представители начинают восприниматься как враги (а не просто как «они» или «худшие по сравнению с нами») в ситуации межгрупповых конфликтов. То же справедливо для образа «врага» в межличностных отношениях: Другой воспринимается как враг в том случае, если несет реальную или потенциальную угрозу Я [см. Гудков, 2005].

Согласно теории сплетен, сформулированной Р. Данбаром [Dunbar 1998], развитие человеческого языка связано с важнейшей функцией взаимного информирования о том, кто из членов группы является другом, а кто – врагом.

---

<sup>9</sup> Показательными в этой связи являются данные, полученные в исследовании Т.А. Воронцовой: для жителей крупного города восприятие других в терминах «свой–чужой» имеет меньшую значимость, чем для жителей малого города [Воронцова, 2013].

Исследования показывают, что лица людей, ассоциированные с негативными поступками, воспринимаются более негативно и опознаются быстрее, чем лица людей, ассоциированных с хорошими поступками [Anderson et al., 2011].

Предполагается, что главным мотивом врага является нанесение ущерба, уничтожение Я. Соответственно, его образ ассоциативно связан с мыслями о собственной смерти. В этом смысле примечательна этимология слова «ксенофобия», которое описывает враждебные отношения к представителям других групп. Оно происходит от греческих слов ξένος – «чужой» и φόβος – «страх». Как отмечает О.Д. Гурина, источником ксенофобии являются страх и тревога, а их объектом – человек, на которого такая тревога была смещена [Гурина, 2011].

Классическим описанием динамики восприятия Другого от «чужого» до «врага» является предложенная Г. Олпортом [Allport, 1954] шкала предрассудков, которая включает пять стадий, в основе которых лежит ингрупповой фаворитизм. По мнению Олпорта, все начинается с негативных высказываний, высмеивания, а также принижения и оскорбления образа Другого. На второй стадии наблюдается желание отгородиться от аут-группы, изолировать ее<sup>10</sup>. На третьей стадии аут-группа подвергается дискриминации, например, ограничениям в получении работы или образования. На четвертой – имеют место акты вандализма, физическое нападение на членов аут-группы. Наконец, пятая стадия характеризуется стремлением к ее полному истреблению. В зависимости от сочетания трех факторов межгруппового восприятия – силы, статуса и целей И. Фишер [Fischer, 2009] выделяет четыре варианта образа Другого при взаимодействии на политическом уровне: союзники (равные силы, равные статусы, сходные цели), враги (равные силы, равные статусы, разные цели), зависимые (более слабые, менее статусные, разные цели) и варвары (более сильные, менее статусные, разные цели).

---

<sup>10</sup> Эта идея Олпорта была инновационной для своего времени. Другие исследователи полагали, что к усилению предрассудков и конфликтов приводят контакты между группами. Олпорт же утверждал, что конфликт, наоборот, усугубляется изоляцией [Pettigrew, Hammann, 2014].

Не останавливаясь повторно на теориях, описывающих причины межгруппового конфликта (см. п. 2.2.2.2), отметим, что помимо объективных факторов его возникновения, выделяют ряд индивидуально-типологических особенностей личности, которые повышают вероятность проявления неприязни к Другому. К ним относятся, в частности, повышенная тревожность, ригидность, маскулинность, выраженность защитных механизмов отрицания и проекции, а также личностная агрессивность [см. Гурина, 2011]. В качестве комплексных личностных факторов, лежащих в основе враждебного отношения к аут-группе, называются нарциссическое личностное расстройство [Фромм, 1964/1992], а также синдром авторитарной личности [Adorno et al., 1950].

На основании междисциплинарного анализа исследований образа врага В.А. Лабунская выделяет ряд его ключевых особенностей [Лабунская, 2013]. Прежде всего, он наделяется негативными чертами, которые невозможно воспринимать как безобидные недостатки. Так, например, враг описывается как жестокий и коварный, а также стремящийся причинить вред или уничтожить внешнюю для него группу. Эти черты и есть воплощение потенциальной угрозы, которую несет враг. Они служат непосредственной и понятной причиной дегуманизации его образа и подавления жалости к нему. Кроме этого, врагу приписываются утрированные физические уродства, звероподобие или, наоборот, дьявольская красота, призванная обмануть противника. Примечательной характеристикой врага выступает также его «ненормальность». В частности, она проявляется в гендерной инверсии восприятия вражеской группы. В ней мужчины характеризуются женскими, не достойными мужчины, чертами, а женщины, наоборот, представляются мужеподобными.

И. Фишер [Fischer, 2009] отмечает, что на уровне пропаганды и обыденного сознания враг рассматривается как движимый корыстными интересами, которые являются злыми и аморальными. В сознании другой группы он представляется «бумажным тигром», который стремится запугать угрозами и шумом, но на самом деле является пустым и слабым. Он также труслив и корыстен: наступает, когда

чувствует слабость противника, и быстро сдает позиции, если чувствует волю и решимость.

В целом, в исследованиях социального восприятия, определяемого дихотомией «друг – враг» можно выделить три особенности. Во-первых, исследовательские конструкты основываются, скорее, на дихотомии «враг – не враг», исключая полюс «друга» из сферы научных интересов<sup>11</sup>. Во-вторых, воспринимаемая угроза, которая способствует формированию оценки образа Другого как вражеского, описывается как внешняя, но не внутренняя, т.е. ингрупповая. В-третьих, характеристика «враг» применяется, как правило, к образу обобщенного, но не конкретного Другого, т.е. предполагается, что основой его формирования всегда является некая внешняя группа и связанный с ней стереотип. Первую особенность можно объяснить тем, что люди преимущественно направляют свое внимание на угрозу [напр., Ohman et al., 2001], таким образом, в реальном восприятии образ нейтрального и дружественного Другого, по всей видимости, слабо дифференцированы. Вторая и третья особенности отражают, вероятно, стереотипные ассоциации с врагом как с чем-то внешним, имеющим отношение к уровню политических отношений.

Вместе с тем имеются исследования, преодолевающие эти стереотипы и дополняющие образ врага новыми аспектами отношений. Так, К. Гринуэй и Т. Крувис [Greenaway, Cruwys, 2019] разработали модель источника групповой угрозы, которая является ключевой для формирования образа врага. Данная модель объясняет динамику групповых процессов тем, как эта угроза воспринимается членами группы – как внешняя, исходящая от аут-группы, или как внутренняя, исходящая изнутри. Межгрупповая (внешняя) угроза всегда способствует укреплению групповой идентичности. Однако внутригрупповая угроза может приводить к трем разным сценариям (следствиям) в зависимости от первоначальной реакции на нее членов группы. Приводя в пример вымышленные

---

<sup>11</sup> В то же время, выделяемое в модели содержания стереотипа [Fiske et al., 2002] измерение теплоты (warmth), соотносится, на наш взгляд, именно с выраженностью дружеских (дружелюбных) намерений Другого. Подробнее об этой модели см. в п. 2.3.1.

группы – вампиров и зомби, авторы описывают эти сценарии как «изгнание», «ассимиляцию» и «дистанцирование». В первом случае внутригрупповая угроза как бы исторгается вовне, как это происходит в старых фильмах про вампиров. В результате групповая динамика характеризуется усилением групповой идентичности и сплочением перед лицом внешнего врага – так же, как в ситуации межгрупповой угрозы. Во втором случае внутренняя угроза истолковывается, скорее, как проблема, для которой необходимо найти решение – как в новых фильмах про вампиров, когда они воспринимаются не как внешние враги, а как «свои», нуждающиеся в помощи. При таком сценарии групповая динамика также характеризуется тенденцией к усилению внутригруппового доверия, сплоченности и эффективности, хотя эти процессы выражены слабее, чем при первом сценарии. В третьем случае реакцией на внутреннюю угрозу является дистанцирование от «своих» – как в фильмах про зомби, которые маскируются под обычных людей и могут появиться непредсказуемо. В такой ситуации единственно возможным сценарий – подозрительность в отношении «своих», поиск внутренних врагов, что неизбежно приводит к разобщению внутри группы.

Анализируя факторы возникновения вражды на уровне межличностных отношений, И. Фишер [Fischer, 2009] опирается на теорию реального конфликта, отмечая, что есть ситуации, которые естественным образом способствуют сотрудничеству (например, перемещение тяжестей), и такие, которые провоцируют соперничество (победа в матче). Существуют также ситуации смешанного типа (например, торговые отношения), которые предоставляют выбор стратегии – дружить или конкурировать. Автор полагает, что ожидание будущих взаимодействий, а также восприятие относительного сходства Другого с собой повышают отказ от враждебных установок в пользу сотрудничества.

Исследование В.А. Лабунской [Лабунская, 2013] содержит интересные данные об образе личного (не группового) врага, полученные в результате контент-анализа высказываний по методу незаконченных предложений. Во-первых, наличие врагов в своем окружении подтверждают 70% участников. Остальные 30% отрицают наличие врагов, характеризуя их, скорее, как «неприятелей». В

«ядре» образа личного врага преобладает описание отношений, которое демонстрирует враг по отношению к субъекту восприятия (например, «ненавидит», «ведет себя агрессивно», «оскорбляет» и др.). Структурная часть образа, находящаяся между «ядром» и «периферией», представлена описанием отношения субъекта к врагу (например, «недоброжелательно отношусь», «вынужден вести себя агрессивно»). Наконец, «периферия» образа включает описание их взаимных отношений (например, «завидующий мне», «хочется его оскорблять»). При этом наиболее жестокое, безнравственное отношение к врагу продемонстрировали 25% участников исследования. Остальные характеризовали свое отношение как непонимание, недоверие, отсутствие симпатии, но не предполагающее причинение вреда. Кросс-гендерный анализ образа показал, что женщины считают врагов любого пола одинаково опасными, в то время как мужчины связывают опасность только с мужскими фигурами. Женщины чаще связывают образ врага (любого пола) с распространением сплетен и клеветой. Женский образ врага в глазах мужчин связан с непониманием. Интересно, что в отношении врага своего пола респонденты чаще демонстрируют недоверие, чем в отношении врага противоположного пола.

Подытоживая, можно сказать, что дихотомия «друг – враг» представляет собой экстремальный вариант суждений в категориях «свой – чужой». Вероятность перехода образа Другого в статус врага на уровне межгруппового, внутригруппового и межличностного взаимодействия связана с восприятием реальной или мнимой угрозы, которую он несет. В ситуации острого конфликта за ограниченные ресурсы образ врага формируется мгновенно. В отсутствие реального конфликта его формирование также возможно, хотя и менее вероятно. В этом случае источником формирования вражеского образа является логичная динамика ингруппового фаворитизма, включающая ряд этапов – от насмешек над аут-группой до ее полного уничтожения. Вероятность формирования образа врага усиливается под влиянием отдельных личностных черт, таких как тревожность, ригидность, агрессивность, маскулинность, склонность к отрицанию и

вытеснению. Значимую роль в этом процессе играют также симптомокомплексы нарциссической и авторитарной личности.

Содержательно образ врага наделяется негативными характеристиками, не вызывающими сочувствия и подчеркивающими его девиантность. Врагу приписывают гипертрофированные свойства внешности, а также гендерную инверсию. В целом образ врага дегуманизирован.

В исследованиях социального восприятия, определяемого дихотомией «друг – враг» можно выделить три особенности. Во-первых, исследовательские конструкты основываются, скорее, на дихотомии «враг – не враг», исключая полюс «друга» из сферы рассмотрения. Во-вторых, воспринимаемая угроза, которая способствует формированию оценки образа Другого как вражеского, описывается как внешняя, но не внутренняя (ингрупповая). В-третьих, характеристика «враг» применяется, как правило, к некой внешней группе и ее представителям. Другими словами, конкретный человек воспринимается как враг лишь в силу принадлежности к враждебной аут-группе.

Образ врага всегда негативен и практически однозначен. В силу существования когнитивной ошибки подтверждения его содержание является достаточно устойчивым и нечувствительным к контраргументам. В то же время сложная система человеческих отношений с ее ролевым разнообразием формирует сложную сеть социальных оценок и аттитюдов, которые могут содержательно противоречить друг другу. Враждуя по одному поводу, люди могут дружить по другому, хотя позиционная неопределенность Другого (друг или враг?) не может существовать продолжительное время.

#### *2.2.2.4. Похожий на меня – не похожий на меня*

Положительное влияние сходства с собой на оценку Другого широко распространено в житейских суждениях и является интуитивно понятным. Эффект сходства подтвержден и во многих эмпирических исследованиях. Он зафиксирован на уровне личностных черт [напр., Bleda, 1974], аттитюдов [напр., Tan, Singh, 1995], физической привлекательности [напр., Stevens et al., 1990], хобби



[Werner, Parmelee, 1979]. Обнаружено его влияние не только на взаимные оценки, но и на межличностные отношения, например, дружбу [Selfhout et al., 2009], ведение переговоров [Pollack et al., 2022] и др.

Эффект сходства наблюдается не только во взаимодействии двух субъектов, но и в том случае, когда третий человек оценивает их взаимную симпатию. Было обнаружено, что он имплицитно выстраивает свои суждения, оценивая свое сходство (или симпатию) с каждым из субъектов взаимодействия, однако на уровне сознания полагает, что его прогнозы строятся на объективном сходстве их черт. Такие прогнозы, однако, не коррелируют с действительными симпатиями между партнерами [Chapdelaine et al., 1994].

Несмотря на убедительные эмпирические данные в поддержку эффекта сходства, было поднято множество вопросов относительно его целостности и внутренних механизмов. Так, были разграничены понятия воспринимаемого и фактического сходства (степени, в которой человек объективно похож на Другого, и степени, в которой человек считает себя на него похожим). Фактическое сходство изучается путем оценки с помощью стандартизированных личностных методик и расчета коэффициента совпадения ответов двух участников. При использовании методики «фиктивного Другого» испытуемый получает информацию о фактическом сходстве с ним на основании результатов якобы заполненных им тестов. Воспринимаемое сходство (с реальным или фиктивным Другим) оценивается по самоотчетам респондентов. В исследовании М. Селфхаута [Selfhout et al., 2009] обнаружено, что высокая интенсивность дружеских отношений связана с воспринимаемым сходством между субъектами, но не связана с уровнем их фактического сходства. В то же время мета-анализ, проведенный М. Монтойя [Montoya et al., 2008], показал, что и фактическое, и воспринимаемое сходство оказывают значимый эффект на симпатию (притяжение) к Другому – как в ситуациях краткого взаимодействия, так и при его отсутствии. При этом в реальных длящихся отношениях фактическое сходство утрачивает значимую связь с симпатией.

Еще одним важным вопросом, связанным с эффектом сходства, является роль Я-реального и Я-идеального в формировании симпатии к Другому. В большей части ранних работ по связи между сходством и притяжением сходство было операционализировано через измерение аттитюдов [напр., Byrne, 1961]. Так, например, при использовании методики «фиктивного Другого» участники заполняли анкету отношений и затем получали такую же анкету, якобы заполненную другим человеком. Результатами другого человека манипулировали таким образом, чтобы они в нужной степени отличались от результатов участника. Такие исследования неоднократно обнаруживали устойчивую линейную связь между сходством установок и притяжением. Однако совпадение установок не проясняет, какое именно Я задействовано в обнаружении сходства с Другим – Я-реальное, Я-идеальное или их сочетание. Установки, которых мы придерживаемся, могут отражать как актуальные, так и желаемые мысли, чувства и поступки. Другими словами, в измерениях аттитюдов Я-реальное и Я-идеальное смешиваются или частично перекрываются. Более поздние исследования показали, что притяжение определяется, прежде всего, сходством с идеальным Я. А сходство с реальным Я было связано с притяжением лишь в той степени, в какой участники воспринимали свое настоящее Я совпадающим с Я-идеальным [LaPrelle et al., 1990]. Эти корреляционные результаты были воспроизведены и в экспериментальном исследовании, в котором независимой переменной выступала, наоборот, степень симпатии к ранее незнакомым людям. Оказалось, что манипуляция уровнем симпатии более сильно влияет на воспринимаемое сходство Другого с идеальным, чем с реальным Я участников [Там же; Wetzel, Insko, 1982].

Теоретическое объяснение того, почему притяжение обусловлено сходством именно с Я-идеальным, объясняется тем, что оно представляет собой нечто более ценное или желаемое. Это хорошо объясняет пример, который приводит Н. Андерсон [Anderson, 2014]. Когда человек выбирает автомобиль, его предпочтения определяются усредненной функцией оценки характеристик этого автомобиля (например, формы кузова, двигателя) с учетом воспринимаемой важности каждой такой характеристики. Из этого примера видно, что человеку

больше нравится тот автомобиль, который кажется ему идеальным, и это не обязательно та машина, которой он управляет в настоящее время.

Возникновение притяжения к Другому на основе его сравнения с идеальным Я наталкивается, однако, на некоторое противоречие. Это связано с тем, что сравнение с идеалом (сравнение снизу вверх) может нести угрозу самооценке. Попытка устранить эту угрозу должно приводить к дистанцированию, а не к притяжению. Эффекты восходящего сравнения описаны в модели поддержания самооценки (*Self-evaluation maintenance model, SEMM* [Tesser, 1988]). Согласно SEMM, восходящее социальное сравнение активирует один из двух когнитивных процессов – схождение (*reflection*) или расхождение (*comparison*). Процесс схождения предполагает ассимиляцию с Другим и присвоение себе его успехов и достижений. Он оказывает положительное влияние на самооценку. В свою очередь, процесс расхождения имеет негативные последствия для самооценки, поскольку в этом случае Я противопоставляется более успешному другому. Активация того или иного процесса определяется субъективной значимостью конкретных характеристик Я. Наиболее важные из них активируют процесс расхождения, а наименее важные – процесс схождения. Кроме того, интенсивность, с которой активируются эти процессы, зависит от близости с Другим. При сравнении с близким Другим они активируются наиболее сильно. Таким образом, сравнение с близким человеком, который превосходит нас по малозначимой для нас характеристике, повышает самооценку за счет активации процесса схождения, тогда как сравнение с близким Другим, который превосходит нас по значимой характеристике, снижает самооценку за счет активации процесса расхождения. Обнаружено, что этот процесс активирует ряд защитных реакций, например, снижение значимости характеристики, по которой осуществляется сравнение [Tesser, Campbell, 1980], дистанцирование от Другого (уменьшение близости с ним) [Pleban, Tesser, 1981], унижение Другого [Salovey, Rodin, 1991] и нанесение ему вреда [Tesser, Smith, 1980].

Вовлечение идеального Я в процесс сравнения с превосходящим Другим может иметь двойкий исход. С одной стороны, обнаружено, что образцовые

личности могут служить образцом для подражания, вдохновлять на стремление к успеху [Lockwood et al., 2002]. С другой стороны, выдвижение на первый план своего «наилучшего будущего Я» может разрушить способность человека представить себя таким же выдающимся, как превосходящий другой, тем самым блокируя способность черпать вдохновение из его успеха [Lockwood, Kunda, 1999].

Таким образом, эмпирические данные свидетельствуют о том, что притяжение к Другому стабильно определяется его сходством с нашим Я-идеальным. Однако это противоречит эффектам восходящего сравнения, вернее, совпадает лишь с некоторыми из них. К. Хербст и др. [Herbst et al., 2003] предположили, что это кажущееся несоответствие может быть разрешено путем признания того, что люди реагируют на идеального Другого двойственным (или даже тройственным) образом. Они обратили внимание на то, что в большинстве исследований оценка притяжения к Другому является одномерной (нравится – не нравится). Кроме того, в качестве объекта сравнения выступает, как правило, далекий, а не близкий Другой. Авторы предположили, что противоречие между эффектом сходства и SEMM можно разрешить благодаря измерению притяжения к Другому через конструкт аттитюда, в котором выделяются когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты. Они показали, что когнитивный компонент отношения к Другому обнаруживает линейный рост по мере усиления его сходства с идеальным Я участника, а аффективный компонент, наоборот, линейно уменьшается по мере того, как Другой становится все более похожим на идеальное Я и превосходит его. В свою очередь, притяжение к Другому (поведенческий компонент) увеличивается, а затем уменьшается по мере того, как Другой превосходит идеальное Я субъекта. Кроме того, разница между аффективным и когнитивным компонентами является наиболее выраженной, когда сравнение осуществляется по значимым для субъекта характеристикам и когда он ожидает реальной встречи с Другим. Полученные ранее данные о положительной связи сходства с Другим и его интегративной оценки авторы объясняют вероятным вмешательством позитивного искажения (склонностью

оценивать отдельных других людей более позитивно, чем группы) [Sears, 1983], а также эффектом самоконтроля (нежеланием произвести впечатление завистника).

Для объяснения глубинной взаимосвязи между сходством – притяжением (similarity – attraction) Д. Бирн [Byrne, 1971] использовал две фундаментальных теории – когнитивного диссонанса Л. Фестингера и классического обусловливания И.П. Павлова. Согласно первой теории, у людей есть базовая потребность в логичном и последовательном взгляде на мир. В силу этого мы предпочитаем стимулы, которые усиливают эту логичность и последовательность. Люди, которые соглашаются с нами и подтверждают наши идеи и установки, укрепляют логичность и последовательность нашего мира. Это вызывает у нас положительные эмоции, которые по схеме классического обусловливания переносятся на этих людей. Это приводит к их положительной оценке и вызывает притяжение к ним. Наоборот, не согласные с нами люди создают противоречия в нашем восприятии мира, вызывая тревогу и растерянность. Эти чувства приводят к игнорированию или активному непринятию (отторжению) этих людей.

Таким образом, сходство с собой выступает важным фактором формирования симпатии к Другому, в то время как различия с Другим, наоборот, снижают симпатию и приводят к его отторжению [см. Rosenbaum, 1986]. Обнаружено, что притяжение к Другому формируется за счет сходства на уровне идеального Я, а сходство с реальным Я играет роль лишь постольку, поскольку совпадает с Я-идеальным. При том, что интегративное отношение к похожему Другому является в целом положительным, разные компоненты аттитюда по-разному «реагируют» на него: по мере роста когнитивного компонента наблюдается симметричное снижение аффективного компонента, причем их расхождение усугубляется за счет значимости параметров сравнения и воспринимаемой близости с Другим. Субъективное и объективное сходство оказывают разные по силе эффекты на притяжение к Другому. Субъективное сходство обнаруживает сильные, стабильные эффекты, в то время как объективное сходство (как и реальное Я) имеет вес лишь постольку, поскольку осознается субъектом. В целом связь между сходством и симпатией (притяжением) к Другому

можно объяснить с точки зрения теории когнитивного диссонанса. Поскольку похожие на нас люди подкрепляют нашу картину мира, они вызывают положительные эмоции и реакцию приближения. Наоборот, не похожие на нас люди вызывают когнитивный диссонанс, провоцируя негативные эмоции и негативное отношение к себе.

### **2.3. Интегративные дихотомические модели социальной перцепции**

В литературе по социальной перцепции можно выделить два типа моделей, описывающих процесс межличностного восприятия. Модели первого типа являются структурными. Они фокусируются на ключевых признаках Другого, которые являются предметом внешней оценки. При этом сам процесс оценки не является предметом специального анализа.

Модели второго типа представляют собой гибкий инструмент для описания динамики информационного обмена в пространстве Я–Другой. Предметом их анализа являются факторы и механизмы, определяющие точность восприятия на уровне рациональных и автоматических процессов обработки информации.

#### *2.3.1. Структурные модели*

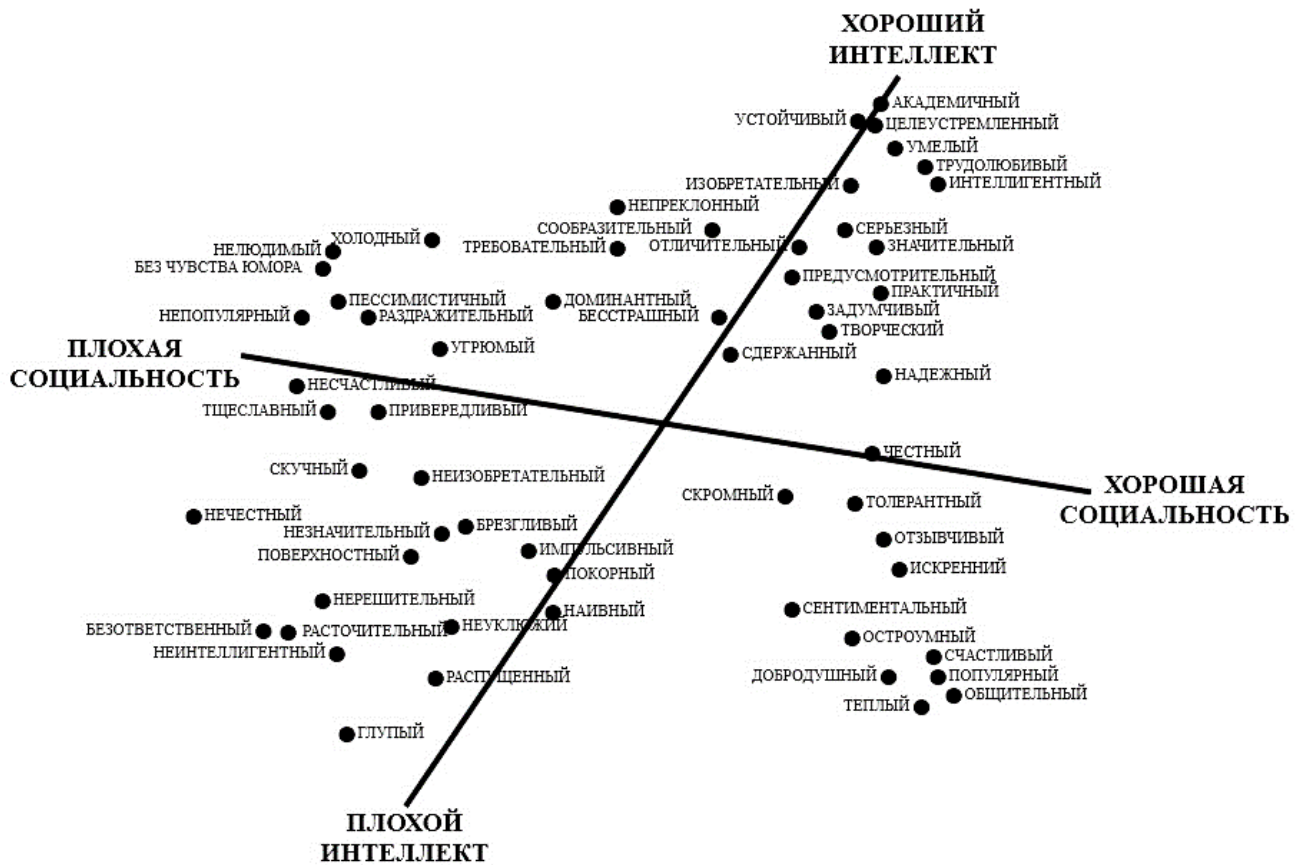
Можно предположить, что какие-то из описанных ранее перцептивных дихотомий (см. § 2.2) являются более, а какие-то – менее значимыми для социального восприятия. Для понимания общих закономерностей социальной перцепции необходимо ответить на вопрос – что является главным в восприятии других людей? С социально-психологической точки зрения, такой вопрос выглядит некорректным, поскольку его формулировка не учитывает влияния контекста или других переменных-модераторов. Вместе с тем он вполне правомерен для экспресс-вывода, а также для неосознаваемых источников развернутого рационального суждения о человеке.

Практически во всех теориях, претендующих на комплексное описание социальной перцепции, фигурируют два ключевых конструкта, один из которых относится к описанию индивидуально-личностных, а другой – межличностных

характеристик. Первый конструкт основан на измерении спектра произвольных инициативных действий, которые подчеркивают индивидуальное своеобразие человека. Второй – включает особенности его коммуникативных свойств, которые определяют качество взаимодействия с другими людьми [см. Goodwin et al., 2014].

Отмечая воспроизводимость этих конструктов в разных теориях, D. Bakan предложил обозначать их терминами «действие» и «общность» [см. Srivastava et al., 2010]. Эти конструкты можно обнаружить в разных моделях социального восприятия. Они представлены, например, мотивами власти и близости [McAdams, 1985], доминирования и аффилиации [Wiggins, 1991], компетентности и теплоты [Fiske et al., 2002] и др. По всей видимости, эти два конструкта могут также описывать структуру личности более высокого (диспозиционного) порядка. Хотя черты Большой пятерки являются ортогональными измерениями, в исследованиях обнаруживаются слабые, но воспроизводимые корреляции между ними. Эти корреляции позволяют говорить о двухфакторной структуре личностных черт [напр., DeYoung, 2006]. В первый фактор (действия) входят экстраверсия и открытость. Этот фактор можно обозначить как энергичное воздействие на мир и расширение ментальных горизонтов. Во второй фактор (общности) входят доброжелательность, добросовестность и низкий нейротизм. Его содержание отражает заботу о других, выполнение обязанностей и контроль над эмоциональными импульсами.

В одном из наиболее ранних исследований, проведенном S. Rosenberg et al., участникам было предложено рассортировать 64 личностных качества по критерию их возможной относимости к одному и тому же человеку, а также как хорошие – плохие, жесткие – мягкие и активные – пассивные [Rosenberg et al., 1968]. Метод многомерного шкалирования показал, что наилучшим образом полученные данные могут быть описаны двухмерной моделью, образованной факторами «хороший–плохой социальный» и «хороший–плохой интеллектуальный» (рис. 2.3.1).



**Рис. 2.3.1.** Двухмерная конфигурация черт, включающая факторы социальности и интеллекта [по Rosenberg et al., 1968]

Нетрудно заметить, что фактор интеллекта тяготеет к аллоцентрической ориентации восприятия, основанной на сравнении оцениваемого объекта с другими людьми, а фактор социальности – к эгоцентрической ориентации, поскольку в нем объект воспринимается с точки зрения универсальной, имеющей отношение не только к другим людям, но и непосредственно к наблюдателю, категории общности, или социального взаимодействия. Позднее эти измерения легли в основу модели содержания стереотипа.

*Модель содержания стереотипа (Model of stereotype content, MSC [Fiske et al., 2002])* является на данный момент самой известной и общепринятой в области социально-перцептивных исследований. Она исходит из того простого факта, что стереотипные описания разных социальных групп качественно отличаются друг



от друга. Одни воспринимаются как слабые и безобидные, другие – как сильные и угрожающие и т.д. Авторы полагают, что в разнообразии этих аттитюдов можно обнаружить некоторые закономерности, которые позволяют систематизировать и упорядочить многообразие социальных образов. Несмотря на то, что отношение к разным социальным группам подвержено влиянию культурно-исторического контекста [см. Fiske, 2018], принципы такого влияния тоже можно рассматривать как закономерные.

В более ранних работах было показано, что внутри одномерной оценки аут-групп по принципу симпатии – антипатии можно выделить аспекты желательности – нежелательности и уважения – неуважения. Эти аспекты, очевидно, определяются разными оценочными характеристиками, т.е. одна и та же группа может положительно оцениваться по одним характеристикам и отрицательно – по другим (так, например, домохозяйки получают низкие оценки по уровню знаний, но высокие – по доброжелательности). Это обстоятельство снимает однозначность общей оценочной симпатии или антипатии [Fiske et al., 1999].

По мнению S.T. Fiske et al., при взаимодействии с «чужими» – группами или отдельными людьми – люди хотят получить ответ на два главных вопроса: каков уровень их возможностей, или способностей: низкий или высокий и каковы их намерения: благожелательные или нет. Эти характеристики соответствуют оценке компетентности и теплоты. Таким образом, в качестве конституирующих факторов социальных стереотипов MSC предлагает рассматривать измерения компетентности (способности, настойчивости) и теплоты (надежности, дружелюбия), сочетание которых определяет четыре основных типа аттитюдов к социальным группам и их представителям.

Эмпирические данные, полученные авторами, свидетельствуют о том, что фактор компетентности обладает лучшей дифференцирующей способностью при описании групп, чем фактор теплоты. Однако имеются данные других исследований, в которых показано, что фактор теплоты, понимаемый как измерение морали, является более важным, чем фактор компетентности [напр., Goodwin et al., 2014; Wojciszke, 2005].

Источником оценки компетентности выступает воспринимаемое могущество группы или человека, а источником оценки теплоты – отсутствие с ее/его стороны претензий на конкурентные отношения. Содержание аттитюда к конкретному социальному объекту служит для оправдания статуса-кво, существующего во взаимодействии с ним в данный период времени.

Различные комбинации приписываемой другим теплоты и компетентности формируют специфические межгрупповые/межличностные эмоции. В отношении теплых, но некомпетентных объектов превалирует эмоция жалости, в отношении холодных и некомпетентных – эмоция презрения. Компетентные, но холодные группы вызывают эмоцию зависти, а компетентные и теплые – восхищения. Дальнейшие исследования продемонстрировали валидность MSC для разных социальных групп в разных странах [напр., Cuddy et al., 2007; Grigoryev et al., 2019].

Интересный аналог модели содержания стереотипа на уровне самовосприятия предлагают Д. Полхус и О. Джон [Paulhus, John, 1998]. Они выделяют два измерения (альфа и гамма), определяющие рефлексию собственных диспозиционных черт. Одно из них, альфа, является «эгоистическим». Оно отражает индивидуальные различия в суждениях относительно свободы действий и социального статуса. Эти различия определяют формирование мотивации к успеху и влияют на самовосприятие интеллекта, экстраверсии и открытости опыту. Второе измерение, гамма, является «моралистическим». Оно отражает индивидуальные различия в восприятии ценности общения, то есть членства в социальной группе. Эти различия определяют выраженность потребности в одобрении и формируют самовосприятие добросовестности и приятности.

*Двухмерная модель оценки лица (2D Model of face evaluation, 2D MFE* [Oosterhof, Todorov, 2008]) является еще одной структурной моделью социальной перцепции, которая опирается на оценку двух основных параметров для формирования аттитюда. Эти параметры определяются с помощью визуального восприятия человеческого лица.

Первый из них представляет собой обобщенную оценку лицевых сигналов, свидетельствующих о том, насколько опасен объект и какая реакция в отношении него – избегание или приближение – будет более верной. Этот параметр получил название «валентность». Его психологическое содержание связано с формированием суждений о доверии (*trustworthiness*) Другому. Второй параметр представляет собой обобщенную оценку восприятия лицевых сигналов, сигнализирующих о физической силе/слабости человека. Он определяется морфологическими характеристиками лица, например, его размером или маскулинностью и несет информацию о доминантности объекта.

Оценка лиц по валентности и доминантности происходит на автоматическом уровне и является универсальной в том смысле, что осуществляется без привязки к конкретному перцептивному контексту [Todorov et al., 2010]. Вместе с тем выведенный на уровень сознания контекст восприятия (например, ситуация голосования за политического кандидата или нацеленность на выбор полового партнера) выводит на первый план другие критерии оценки. Так, значимым параметром оценки полового партнера является физическая привлекательность, а политического кандидата – компетентность.

Как показали результаты исследований, проведенных авторами, в отсутствие четких эмоциональных сигналов о валентности оценка лица происходит на основании сходства его стабильных структурных характеристик с выражением гнева или доброжелательности. В отсутствие четких сигналов о доминантности ее выраженность оценивается по степени зрелости лица.

### *2.3.2. Структурно-динамические модели*

В рамках структурно-динамического подхода социальная перцепция понимается как результат реакции наблюдателя на внешние сигналы, транслируемые объектом восприятия. Этот процесс описан разными вариантами моделей линз, предполагающих, что внешние проявления истинных личностных черт (а) могут быть достоверными и недостоверными и (б) могут верно или ошибочно ассоциироваться с личностными чертами в восприятии наблюдателя.

Живой процесс социальной перцепции зависит от множества факторов и может приводить к разным исходам. Модели линз обеспечивают концептуальную основу для восприятия базовых сигналов личностных свойств и для дальнейшего анализа динамических закономерностей этого восприятия. Ориентиром для выявления таких закономерностей выступает точность восприятия, которая выводится через сопоставление информации «на входе» и «на выходе». Вопрос точности социальных оценок и определяющих ее механизмах является одним из ключевых для исследований в области социальной перцепции.

В целом, точность суждений о Другом можно определить как уровень соответствия между его «истинной» личностью и суждениями о ней субъекта восприятия [Funder, 1999]. При этом для оценки «истинной» личности обычно используются три источника информации: самоотчеты, оценки близких других, а также оценки поведения [Back, Nestler, 2016]. Комбинацию этих показателей можно рассматривать как «золотой стандарт» оценки «истинной» личности, поскольку каждый из них в отдельности отражает лишь некоторые ее аспекты.

Показателями точности в моделях линз выступают корреляции оценок субъекта восприятия с показателями «истинной» личности. Они могут быть рассчитаны как на уровне выборки, так и на уровне отдельного субъекта, причем больший размер выборки обеспечивает более высокую точность суждений [Nestler, Back, 2017]. На уровне корреляций отдельного субъекта анализируются, как правило, детерминанты, модераторы и эффекты точности восприятия Другого.

Концептуально исследования перцептивной точности опираются на классическую *модель линзы* Э. Брунsvика (*Lens model, LM* [Brunswik, 1956]), в которой субъект и объект восприятия рассматриваются как неразрывно связанные друг с другом элементы. Модель объясняет, каким образом обычные субъекты восприятия, не являясь профессиональными наблюдателями, распознают личностные характеристики объектов, которые не поддаются непосредственному наблюдению. Другими словами, модель описывает соотношение черт личности с внешними суждениями об этих чертах.

В ситуации нулевого знакомства суждения о Другом охватывают большое число личностных характеристик. К ним относятся, во-первых, компетентность и теплота, во-вторых – диспозиционные черты, входящие в структуру Большой пятерки или НЕХАСО, а также более частные характеристики, которые выступают на первый план в конкретном перцептивном контексте (например, самооценка, сексуальная ориентация или сфера интересов).

Согласно модели Э. Брунsvика, наблюдаемые внешние сигналы (например, стильный внешний вид или громкий голос) служат своего рода «линзой», через которую можно косвенно оценить некую черту объекта (например, экстраверсию). В процессе социального восприятия модель выделяет три уровня переменных: личностные свойства, внешние сигналы и суждения о личности. Связь между ними осуществляется в два этапа. На первом этапе имеет место личностная экспрессия, в которой проявляется связь между ненаблюдаемыми свойствами личности и наблюдаемыми внешними сигналами. На втором этапе происходит формирование впечатления, в котором проявляется связь между наблюдаемыми сигналами и суждениями о личности (см. рис. 2.3.2).

Каждый внешний сигнал можно оценить с точки зрения достоверности, которая определяется его соответствием определенному личностному свойству в определенном контексте. Например, стильный внешний вид и громкий голос достаточно достоверно связаны с экстраверсией, а физическую привлекательность лица нельзя назвать достоверным сигналом данной черты. В то же время оценка достоверности отдельного сигнала не учитывает его взаимосвязи с другими сигналами. Поэтому в качестве альтернативы она может быть рассчитана как величина регрессионного коэффициента в предсказании свойства личности по всем доступным сигналам.

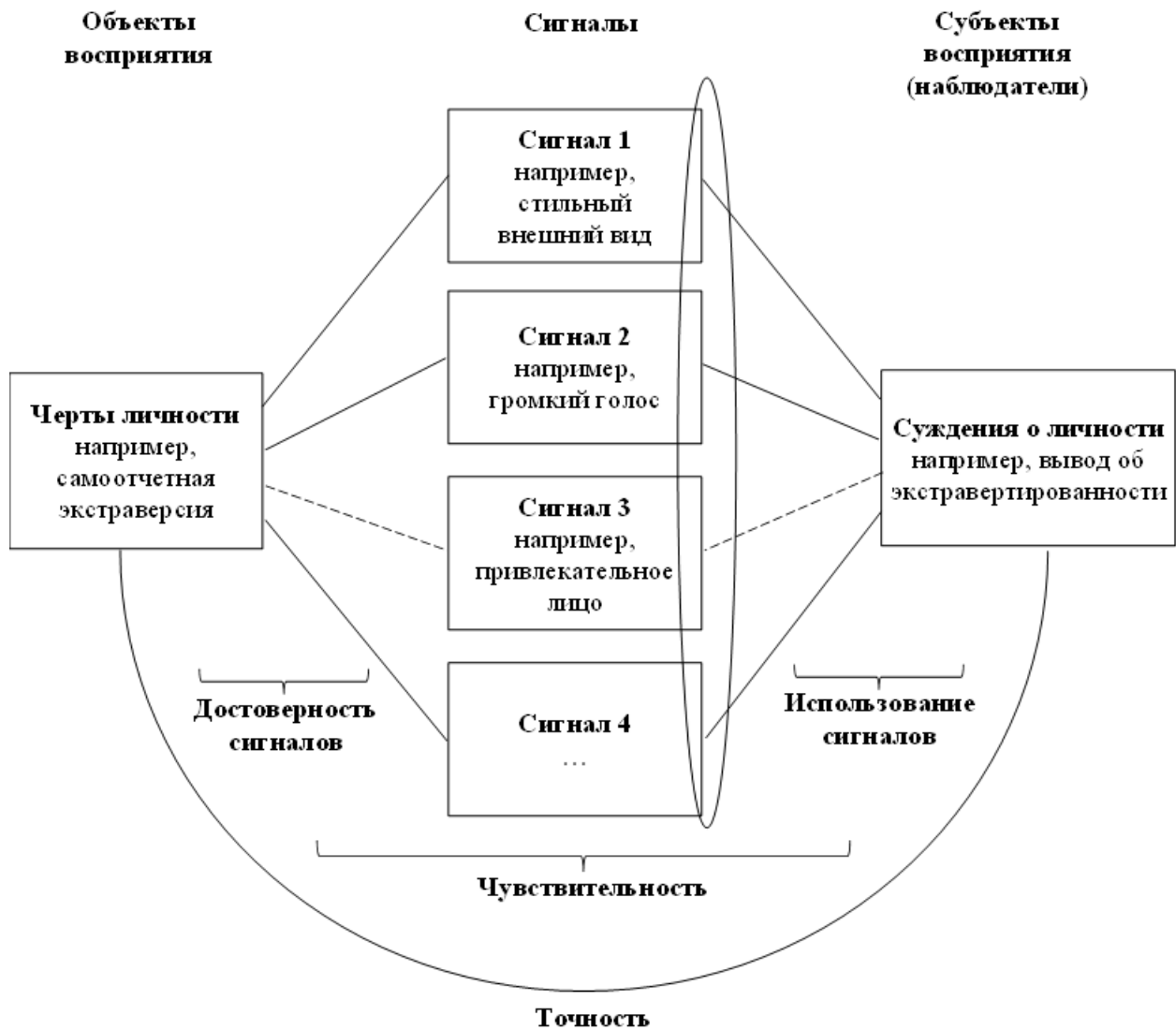


Рис. 2.3.2. Модель линзы Э. Брунsvика [Brunswik 1956; Osterholz et al. 2021].

Одновременно с этим каждый сигнал можно оценить с точки зрения его связи с суждениями субъекта о личности объекта восприятия. Например, суждения об экстраверсии объекта могут быть связаны с его стильной внешностью и громким голосом и не связаны с привлекательностью лица. Использование каждого сигнала определяется его корреляцией с суждением о черте или его регрессионным весом в предсказании вероятности такого суждения по всем доступным наблюдениям сигналам.

В целом, модель позволяет объяснить степень точности суждений путем определения индексов точности для всех внешних сигналов – как «исходящих», т.е. предсказывающих черту, так и «входящих», т.е. определяющих

согласованность суждений от ней [см. Back, Nestler, 2016]. Кроме этого, модель позволяет рассчитывать чувствительность субъектов восприятия, которая определяется как соотношение показателей их индивидуальных предпочтений наиболее и наименее достоверных сигналов. При этом все индексы, характеризующие специфику восприятия (использование сигналов, согласованность суждений и чувствительность), могут быть определены как на уровне агрегированного наблюдателя, так и на уровне отдельного субъекта [Nestler, Back, 2017]. Понятно, что для расчета достоверности сигналов и чувствительности наблюдателя важны все доступные для наблюдения сигналы – как валидные, так и не валидные.

Таким образом, согласно модели, точность восприятия определяется тем, что (1) черты личности выражены через доступные для наблюдения достоверные сигналы, (2) оценка выраженности одной и той же черты у разных людей осуществляется на основании одних и тех же сигналов, (3) наблюдатель является чувствительным, т.е. строит свои суждения о черте на достоверных сигналах, игнорируя недостоверные. Базовая точность восприятия может использоваться для оценки дополнительных переменных, влияющих на этот процесс.

В исследованиях было выявлено множество факторов, которые влияют на точность распознавания черт. Будучи связанными с объектом и субъектом социальной перцепции, а также с контекстом процесса восприятия, эти факторы были сгруппированы в категории, получившие название «хорошая черта», «хороший объект», «хорошая информация» и «хороший наблюдатель» [см. Osterholz et al., 2021].

Вариантом модели линзы является *модель реалистичной точности восприятия (Realistic accuracy model, RAM [Funder, 1995])*, которая концептуально делит образование сигналов со стороны объекта и их восприятие субъектом на два последовательных этапа. Образование сигналов включает стадии актуальности и доступности. Восприятие сигналов (формирование впечатления) включает стадии их обнаружения и использования. Выделение этих стадий позволяет различать потенциальное и фактическое распознавание черт, что служит основой для анализа

имплицитных и осознаваемых процессов самопрезентации и социальной перцепции. Такой анализ впоследствии был представлен в модели двух линз.

Модель двух линз (*The dual lens model, DLM* [Hirschmüller et al., 2013]) основана на применении идеи автоматических и контролируемых процессов [напр., Deutsch, Strack, 2006; Wilson et al., 2000] к классической модели линзы Э. Брунsvика (рис. 2.3.3).

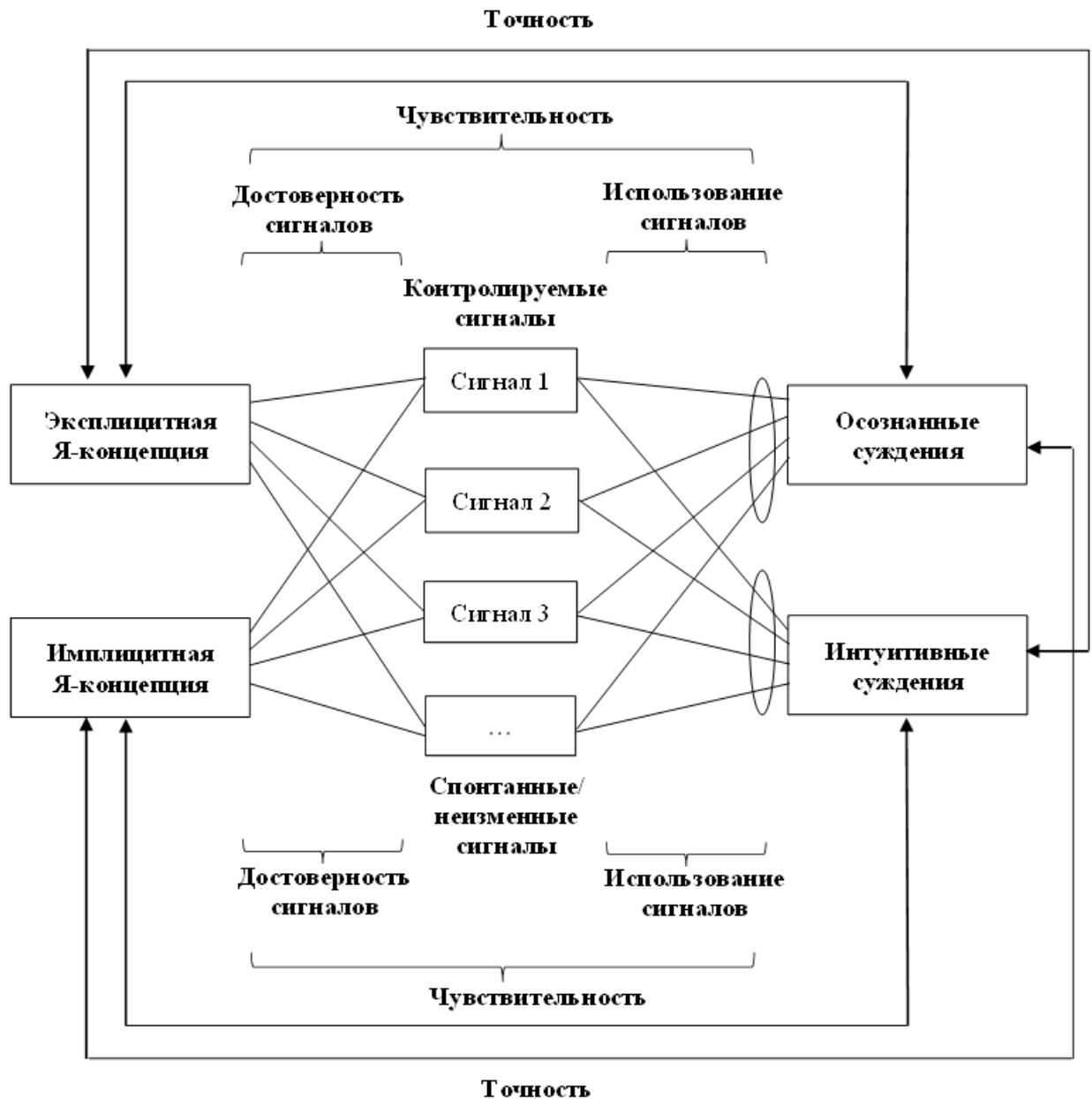


Рис. 2.3.3. Модель двух линз [Hirschmüller et al., 2013; Osterholz et al., 2021].



Автоматические и контролируемые процессы определяют различия между явными и имплицитными аспектами личности человека (см. §§ 1.4.1., 1.4.2). Так, с одной стороны, у человека имеется сознательно формулируемое представление о себе как, например, об экстраверте, а с другой стороны, его Я-концепция содержит некие автоматические ассоциации с понятием экстраверсии. Эксплицитная Я-концепция существует на уровне пропозициональных представлений о себе (например, «Я – человек, которому нравится быть рядом с другими») и обычно оценивается с помощью самоотчетных опросников. Имплицитная Я-концепция проявляется в ассоциативных ментальных Я-репрезентациях, которые не всегда доступны сознательному описанию. Их можно зафиксировать с помощью проективных личностных методик, например, с помощью теста имплицитных ассоциаций с приятными и неприятными словами [Greenwald et al., 1998]. В исследованиях обнаружена умеренная корреляция между эксплицитной и имплицитной самооценкой [см. мета-анализ Hofmann et al., 2005]. Таким образом, эксплицитную и имплицитную Я-концепции можно рассматривать как пересекающиеся множества.

Внешне наблюдаемые проявления (сигналы) личности также могут быть эксплицитными и имплицитными. Исследования показали, что эксплицитные сигналы связаны с сознательно контролируемым, а имплицитные – со спонтанным поведением [напр., Hagemeyer et al., 2016; Rudolph et al., 2010]. Различия между ними не могут быть отрефлексированы, но могут быть зафиксированы в процессе социальной перцепции.

В свою очередь, суждения о человеке также носят пропозициональный и интуитивный характер [напр., Gawronski, Bodenhausen, 2006]. Интуитивные суждения относятся к низшим (bottom-up) процессам мышления. Они обеспечивают быстрые выводы относительно внешнего вида, поведения и другой социальной информации. Пропозициональные суждения относятся к высшим (top-down) процессам. В случае, когда наблюдатель располагает достаточными ресурсами внимания, они могут оправдывать, дополнять или опровергать интуитивный вывод. Формирование впечатления о Другом осуществляется, как

правило, интуитивно, т.е. быстро и без усилий. Однако в некоторых случаях человек преднамеренно размышляет о других людях, разбираясь в источниках своего первого впечатления и сопоставляя факты. Модель двух линз объединяет эти процессы, выделяя уровень эксплицитной и имплицитной Я-концепции, а также уровень рациональных и интуитивных суждений о личности. Это позволяет сравнивать точность социального восприятия при разных режимах мышления. Вопрос об их большей или меньшей эффективности на данный момент остается дискуссионным [см. Ambady, 2010; Hastie, Dawes, 2001].

#### **2.4. Заключение по главе**

Таким образом, перцептивное пространство Я–Другой представляет собой дихотомический континуум, полюса которого являются взаимно детерминированными. Онтогенетически восприятие Другого предшествует восприятию Я и во многом определяет его. В свою очередь, самовосприятие, а также его мета-уровень задают рамки понимания и оценки Другого. Независимо от объекта восприятия, перцептивные процессы, направленные на себя и на Другого, могут протекать как в виде автоматических ассоциативных суждений, так и в виде пропозициональных, контролируемых умозаключений.

В самовосприятии можно выделить несколько конституирующих признаков, которые позволяют очертить его основное содержание. Во-первых, человек склонен рассуждать о себе в терминах черт (например, «ответственный», «добрый»). Во-вторых, помимо способности размышлять о текущем опыте, человек может размышлять о своем прошлом и будущем, а также выделять субъективно значимые для него события. Четкое и даже рациональное понимание ситуаций, которые вызывают положительные или отрицательные эмоции, позволяет человеку планировать будущие действия и эффективно управлять своим поведением. В-третьих, наряду с переживанием собственного опыта человек, в отличие от других животных, может размышлять о характере этих переживаний.

Восприятие Другого представляет собой многоаспектный процесс. Во-первых, оно направлено на выявление его устойчивых психологических черт.

Вторым важным аспектом является формирование суждений об индивидуальном опыте и мыслях Другого. В-третьих, содержанием социальной перцепции является попытка предсказать, как другой человек отреагирует на определенные стимулы.

И самопознание, и познание Другого разворачиваются в дихотомическом континууме автоматических и контролируемых процессов, включающем как легко доступные, «быстрые» репрезентации, так и «медленные» репрезентации, извлекаемые с усилием. Рассуждая о себе, человек может придерживаться тщательно разработанной эксплицитной Я-концепции, но наряду с этим обладает ассоциативным внутренним Я (имплицитной Я-концепцией). При восприятии Другого «медленный» механизм функционирует в логике теории разума (theory of mind), а «быстрый» механизм представляет собой эмпатию, или «непосредственное восприятие».

Вопрос о сходстве и различиях самовосприятия и восприятия других людей является дискуссионным. С одной стороны, эти процессы обнаруживают содержательное сходство (конвергенцию), а с другой стороны – различия (дивергенцию). Согласно атрибутивной теории самовосприятия Д. Бема, перцептивная конвергенция имеет место в процессе самопознания, когда для оценки собственного поведения нам не хватает данных интроспективного опыта. В этом случае мы обращаемся к наблюдению за собственным поведением по аналогии с тем, как мы наблюдаем за поведением Другого. Перцептивная конвергенция наблюдается также в процессе восприятия Другого, когда информация о собственном внутреннем состоянии настолько сильна и очевидна, что человек проецирует ее на других.

Основой перцептивной дивергенции является разница между интроспективной и экстропективной направленностью процесса восприятия. Когда человек пытается понять личность Другого и предсказать его будущие действия, он обычно задействует экстропективное восприятие, в фокусе которого находится внешне наблюдаемое поведение. Когда человек думает о себе, он чаще задействует интроспективные процессы, обращая внимание, скорее, не на поведение, а на собственные намерения и мотивы. Важно отметить, что и при

восприятию себя, и при восприятии Другого возможен как интроспективный, так и экстропективный тип обработки информации, однако каждый из них «тяготеет» к «своему» полюсу перцептивной дихотомии Я–Другой. Следствиями перцептивной дивергенции являются многочисленные проявления асимметрии в оценках себя и Другого. К ним относятся распространенный эффект «выше среднего» (а также менее распространенный эффект «ниже среднего»), атрибуция ответственности, нереалистичный оптимизм и ошибка планирования. Следствием перцептивной дивергенции Я и Другого является также субъективная убежденность в том, что Другому сложно понять наше истинное Я, объяснить наше прошлое поведение и спрогнозировать будущие поступки.

Интроспективную и экстропективную перцептивную направленность можно условно 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 социальной оценки или аттитюда: «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. Эгоцентрические дихотомии по сравнению с аллоцентрическими являются более субъективными. В ситуации естественного социального взаимодействия аллоцентрические дихотомии не вполне лишены эгоцентрической составляющей. Они могут служить основой для последующих эгоцентрических социальных суждений.

Интегративные дихотомические модели социальной перцепции описывают формирование образа Другого на уровне структуры и механизмов. Структурные модели выделяют ключевые дихотомические факторы, или критерии социальной оценки – компетентность и теплоту, валентность и доминантность. Структурно-динамические модели объясняют процесс формирования впечатления в дихотомическом пространстве Я – Другой как этапы кодировки и декодирования личностных характеристик объекта с помощью внешних сигналов. Другими словами, структурные модели фокусируются в большей степени на том, *что* воспринимается, а структурно-динамические – на том, *как* воспринимается. В настоящее время для структурных моделей накоплен большой объем эмпирического материала, позволяющий использовать их как валидный инструмент систематизации информации о Другом в логике дихотомического подхода. В свою очередь, структурно-динамические модели предоставляют алгоритм изучения процессуальных характеристик восприятия через преобразование информации о чертах на уровне объекта и субъекта восприятия.

Вместе с тем динамика перцептивного процесса может быть проанализирована не только на уровне последовательных этапов движения информации. Рассмотрение социальной перцепции в логике дихотомического подхода открывает перспективу исследования закономерностей функциональной динамики дихотомических полюсов. Она может выражаться, например, в снижении или повышении оценок Другого, усилении или ослаблении предрасположения в пользу Я (ингруппового фаворитизма, стереотипизации), 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. Многообразие таких факторов создает впечатление принципиальной непредсказуемости динамики социальных оценок. Вместе с тем, по выражению

Fiske et al., «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 психологии хорошо известны и эмпирически подтверждены отдельные концепции, описывающие механизмы перцептивных смещений. К ним относятся, в частности, принцип неприятия потерь, описанный в теории перспектив Д. Канемана и А. Тверски [Kahneman, Tversky, 1979], а также фундаментальная ошибка атрибуции [см. Росс, Нисбетт, 1999; Ross, 1977].

Вместе с тем до сих пор не ставилась задача системного описания процесса социальной перцепции с точки зрения его функциональных смещений на всех уровнях движения информации. Такой подход делает более реальной задачу повышения точности оценки Другого, поскольку позволяет вносить базовые коррективы в процесс формирования отношения к нему. Развивая метафору Fiske et al., можно сказать, что предсказание точности восприятия должно учитывать «поправку на ветер», которая компенсирует отклонение перцептивных полюсов от их исходных позиций под воздействием функциональных психологических механизмов.

Разработанная нами концептуальная модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции (см. § 7.1) предлагает концептуальный каркас для рассмотрения процесса социальной перцепции в этом ключе. Модель представляет собой результат систематизации эмпирических фактов, раскрывающих закономерную динамику смещения дихотомических полюсов в пространстве позитивного и негативного отношения к объекту восприятия. Эффекты таких смещений предлагается рассматривать на уровне объекта, субъекта и информационных сигналов восприятия.

## **ГЛАВА III. КОНЦЕПЦИЯ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ДИНАМИКИ ДИХОТОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ**

### **3.1. Диспозиции как источник стабильности перцептивного пространства**

Потребность в стабильности и предсказуемости является одной из основных функций мозга и важной составляющей мотивации и поведения человека [Clark, 2015]. Исследования показывают, что, имея выбор, человек предпочитает неопределенности предсказуемый исход. Это проявляется даже при выборе между двумя авersive стимулами, один из которых предъясляется с ожидаемой периодичностью, а другой – случайным образом [Glass et al., 2013; Gunnar et al., 1984].

Являясь эффективной системой прогнозирования, мозг использует информацию из прошлого опыта для предсказания будущих событий. Этот процесс описан в модели предикативного кодирования Р. Рао и Д. Баллард [Rao, Ballard, 1999], которая демонстрирует роль стремления к предсказуемости в визуальном восприятии. Согласно этой модели, мозг получает обратную связь через сигналы ошибок. Эта информация приводит к обновлению прогноза, благодаря чему происходит заполнение пробелов в сенсорных данных. За счет этого мы способны правильно понять смысл слов с отсутствующими или перемешанными буквами: по мере обработки поступающей информации, мозг предсказывает, что должно появиться дальше, а при обнаружении несоответствия исправляет его за счет замены «неподходящего» фрагмента наиболее вероятным содержанием из прошлого опыта. При этом накопление повторяющихся ошибок корректирует будущий прогноз.

Как отмечает К. Дуэк [Dweck, 2017], потребность в стабильности является базовой. Она выражается в желании устанавливать взаимосвязи между предметами и событиями в окружающей среде: что с чем связано, что за чем

следует, что является причиной, а что – следствием. Эта потребность имеет побочный эффект, который проявляется в каузальной предвзятости – обнаружении причинно-следственных связей между несвязанными событиями, следующими одно за другим [напр., Matute et al., 2015].

В исследованиях показано, что ребенок демонстрирует способность предсказывать события уже в первые часы и дни жизни. По механизму классического обусловливания он может устанавливать ассоциации между стимулом и последующим событием, например, между человеческим голосом и воздействием воздушного потока на веко [Little et al., 1984] или поглаживанием лба и поступлением в рот раствора сахарозы [Blass et al., 1984]. При этом дети способны извлекать связанные между собой устойчивые паттерны из стимулов среды даже в отсутствие вознаграждения, что является основой для изучения языка («statistical learning») [Aslin, Newport, 2012]. Каузальная предвзятость также фиксируется в раннем возрасте. Обнаружено ее проявление при визуальном наблюдении за двигающимися анимационными фигурами у шестимесячных младенцев [Leslie, Keeble, 1987] и у новорожденных в возрасте от 8 до 72 часов [Mascalzoni et al., 2013].

Отношение к неопределенности характеризуется индивидуальными различиями. Его принято рассматривать в двух направлениях: толерантность к неопределенности (относительное принятие условий неопределенности, умение действовать в них) и интолерантность к неопределенности (избегание неопределенности, стремление к ясности) [Корнилова, Чумакова, 2014; Furnham, Marks, 2013; Budner, 1962]. Интолерантность к неопределенности представляет собой диспозицию, определяющую отношение к негативным событиям как недопустимым и угрожающим даже при очень малой вероятности их возникновения. Толерантность к неопределенности, наоборот, характеризуется готовностью принять негативный исход при условии низкой оценки вероятности его наступления. Имеются данные о связи толерантности к неопределенности с рискованным поведением [Hunt et al., 2019], а также с большим спектром



консервативных установок и поддержанием социальных связей в ин-группе [Boer, Fischer, 2013].

Поскольку классические теории личности опираются на базовые человеческие потребности и мотивацию, потребность в предсказуемости также может быть рассмотрена как личностная черта. В основе такого взгляда лежит идея о том, что черты отражают характерные для человека мысли, чувства и поведение. Они являются своего рода конечным продуктом серии мотивационных актов. В исследовании К. Маккейб и У. Флисона [McCabe, Fleeson, 2016] на примере экстраверсии и добросовестности показано, что черты представляют собой характерные способы, которыми люди пытаются удовлетворить свои базовые потребности. Анализируя соотношенность черт Большой пятерки с базовыми психологическими потребностями, К. Дуэк [Dweck, 2017] приходит к выводу, что потребность в предсказуемости лежит в основе доброжелательности (убежденность в безопасности окружающего мира), нейротизма (убежденность в небезопасности и неподконтрольности мира) и добросовестности (уверенность в подконтрольности событий окружающего мира).

Воспринимаемая человеком стабильность во внешней среде облегчает удовлетворение потребности в предсказуемости, позволяя мозгу работать более эффективно и экономично. В случае, когда стабильность среды невысока, активируются компенсаторные процессы, направленные на ее восполнение и снижение тревожности. В качестве источников субъективной стабильности в процессе социальной перцепции можно выделить личностные диспозиции. Они понимаются как постоянные, стабильные черты или склонность человека реагировать определенным образом в более или менее предсказуемых обстоятельствах. Диспозиции формируются в процессе накопления индивидуального опыта и включают в себя такие аспекты, как установки, склонности, привычки и ценности, которые влияют на поведение и чувства человека [Андреева, 2022; Mischel, Shoda, 1998].

В социальном восприятии диспозиции выступают главным источником стабильности. Они служат удобным и относительно надежным инструментом

предсказания и объяснения поведения другого человека. Это находит свое отражение в предпочтении диспозиционного объяснения поведения его ситуационной трактовке (фундаментальной ошибке атрибуции). Частота повторяющихся поведенческих паттернов, отраженных в понятии диспозиции, дает основание прогнозировать аналогичное поведение человека в будущем. С другой стороны, обстоятельства обеспечивают предсказуемость лишь в том случае, если уже встречались в опыте именно в такой конфигурации действующих лиц и аспектов контекста. Таким образом, диспозиции Другого субъективно воспринимаются как приоритетная основа для обеспечения стабильности и предсказуемости.

С другой стороны, стабильная репрезентация самого себя и своих собственных диспозиций также работает на обеспечение стабильности перцептивного процесса. Стабильная саморепрезентация позволяет мозгу поддерживать высокую эффективность обработки в различных контекстах восприятия, фильтруя информацию по ее непосредственной актуальности для Я. Это явление получило название «эффект самоприоритетности» [Scheller, Sui, 2022]. Предполагается, что он проявляется независимо от степени знакомства или частоты взаимодействия со стимулом, а также стабилен во времени и в разных социальных контекстах.

Таким образом, базовая потребность в предсказуемости приводит к выделению стабильных характеристик перцептивного пространства, которые могут повысить субъективную уверенность в вероятности верной интерпретации и точного прогноза поведения. В качестве способов обеспечения такой стабильности для предсказания поведения Другого используются ментальные конструкты «личность», «характер» и др., 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 благодаря саморепрезентации, которая позволяет мозгу поддерживать высокую эффективность обработки в различных

контекстах восприятия, связывая ее с Я («эффект самоприоритетности»). В совокупности и диспозиции, и саморепрезентация выступают своеобразными «якорями», или стандартами для сравнения, которые делают возможными гибкое познание и адаптацию в социальной реальности.

### **3.2. Функциональная динамика как атрибут дихотомического перцептивного пространства**

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 ту или иную динамику. Так, например, дихотомическая модель вероятности сознательной обработки информации позволяет предсказать и объяснить адаптивный смысл эвристического или контролируемого вывода в условиях эмоциональной / рациональной аргументации, большого / малого числа аргументов, низкой / высокой мотивации и др. [Petty, Cacioppo, 1986].

Как правило, в когнитивных дихотомических моделях один из двух полюсов обработки информации связан с более низкими требованиями, чем другой. Таким образом, адаптивной реакцией в ситуации ограниченных ресурсов будет автоматическая, а не рациональная реакция. На прикладном уровне это дает возможность объяснить, например, противоречивые решения, мотивационные конфликты, а также сосуществование противоположных установок как результат реакции разных систем мышления на одну и ту же ситуацию. Благодаря дихотомическому подходу становится понятным и сдерживающий эффект мотивации и способностей в условиях низкоуровневой обработки информации.

Существование структурной и динамической парадигмы раскрывает два аспекта использования дихотомического подхода при анализе когнитивных процессов. При этом дихотомическая структура и содержательное значение образующих ее полюсов позволяет предсказывать возможный диапазон динамических состояний системы. В свою очередь, анализ фактической динамики

внутри дихотомии способствует уточнению состава и сущностных характеристик полюсов, а также определению ее адаптационного потенциала.

Идея функциональной динамики 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 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. 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.

Ярким примером функциональной динамики дихотомического когнитивного вывода является эффект фрейминга. Это психологический феномен, который был описан А. Тверски и Д. Канеманом в рамках теории перспектив [Tversky, Kahneman, 1981]. Его суть заключается в том, что различные способы представления одной и той же информации (иначе говоря, разные «рамки», или контекст) могут привести к противоположным решениям или оценкам. В оригинальном эксперименте авторы предложили участникам выбор между двумя возможными вариантами действий (планом А и планом Б) в ситуации гипотетической эпидемии, которая угрожает жизни 600 человек. Однако формулировки этих вариантов были поданы с разными смысловыми акцентами (собственно фреймингом). В одном случае акцент делался на позитивном, в другом – на негативном исходе.

При акценте на *позитивном* исходе участники выбирали между планом А, при котором наверняка будет *спасено* 200 человек, и планом Б, при котором с вероятностью 33% будут *спасены* все 600 человек.

При акценте на *негативном* исходе участники выбирали между планом А, при котором *умрут* 400 человек, и планом Б, при котором с вероятностью 67% *умрут* все 600 человек.

На самом деле, с точки зрения теории вероятностей, исходы обоих планов как при позитивном, так и при негативном акцентах равноценны: в любом случае 200 человек спасаются, а 400 – гибнут. Однако, как оказывается, способ подачи информации имеет значение: при позитивном фрейминге более 70% испытуемых выбирают план А (гарантированное спасение 200 жизней), а при негативном фрейминге тот же вариант (но в другой, негативной формулировке, предполагающей гибель 400 людей) выбирают обычно только около 20% человек. В чем адаптивный смысл данного когнитивного сдвига? С точки зрения теории перспектив, он связан с инстинктивным избеганием угрозы. Когда формулировка задачи фокусирует внимание на негативном исходе, угроза становится более заметной и отторгается на уровне автоматического мышления. Такой выбор представляется вполне адаптивным с эволюционной точки зрения, поскольку организмы, избегающие опасности, имеют больше шансов на выживание. Эффект фрейминга невозможно предсказать с рациональной точки зрения, однако анализ эмпирических данных позволяет его обнаружить и проинтерпретировать в логике максимизации шансов на выживание.

Функциональная динамика играет важную роль в дихотомических системах, описывающих принятие решений и социальное восприятие. Как отмечалось в главе I, дихотомические полюса сложных систем не являются абсолютными. Они характеризуются нечеткими границами и взаимными переходами, представленными процессами схождения и инверсии. Так, например, при определенных обстоятельствах объективно плохой с моральной точки зрения человек начинает оцениваться более высоко, чем объективно хороший. Функциональная динамика помогает обнаружить взвешенные факторы, которые определяют, какая из дихотомических альтернатив будет более предпочтительной в конкретной ситуации.

Адаптивное поведение требует способности сосредоточиться на одном параметре оценки и удерживать его в фокусе, не допуская отвлечения внимания (когнитивная устойчивость), а также способности 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 соответствует текущему контексту. Обычно когнитивная стабильность и гибкость рассматриваются как антагонисты в задаче оптимизации [Braem, Egner, 2018; Dreisbach, Fröber, 2019]: большая стабильность обязательно достигается за счет меньшей гибкости, и наоборот. Однако вопрос об их реципрокности остается дискуссионным. Так, например, в исследовании Р. Геддerta и Т. Эгнера [Gedder, Egner, 2022] показано, что когнитивные процессы, опосредующие эти функции, функционируют независимо, обеспечивая проявления высокой гибкости и стабильности одновременно. Эти данные позволяют предположить, что разные характеристики объекта социальной перцепции могут оказывать одновременное влияние на качество социального вывода.

Опираясь на классическую линзовую модель социальной перцепции [Brunswick, 1956], можно выделить три группы факторов, запускающих процесс функциональной динамики в дихотомическом пространстве восприятия Другого.

Первая группа факторов может быть связана с самим объектом восприятия. Как было описано в главе II, его образ и оценка формируются в логике эгоцентрических и аллоцентрических перцептивных дихотомий. Согласно модели содержания стереотипа [Fiske et al., 2002], все многообразие оценочных описаний Другого структурируется в пространстве теплоты и компетентности. Модель показывает также, что разные сочетания высоких и низких оценок по этим показателям формируют разное качество аттитюда. В условиях многофакторной оценки человека также можно ожидать закономерную динамику социальной оценки, приводящую к смещению полюсов перцептивных дихотомий. Их одинаково заряженные полюса будут, предположительно, усиливать друг друга, а

отрицательные полюса – ослаблять или инвертировать эффекты положительных. Попытка выявить закономерности смещения оценочного отношения к объекту при конкурентном взаимодействии дихотомий предполагает определение их базового веса. Можно предположить, что вес эгоцентрических дихотомий является более значимым, чем вес аллоцентрических.

Вторая группа факторов относится к особенностям субъекта социальной перцепции. В этой группе можно выделить диспозиционные и эмоциональные характеристики наблюдателя, а также особенности его интеллекта и мотивации. В конечном счете эти факторы определяют специфические способы обработки информации о Другом. Так, например, мотивация или добросовестность могут определять запуск рациональной или автоматической обработки, а эмоциональное состояние может способствовать или препятствовать концентрации внимания. В самом общем виде факторы, связанные с субъектом, задают его ориентацию по отношению к объекту наблюдения. Можно предположить, что в наиболее простом виде она определяется фокусными характеристиками внимания субъекта.

Третья, наиболее многочисленная и разнообразная группа факторов связана с информационными сигналами восприятия. Они определяют общий перцептивный контекст и в свою очередь определяются им. Ключевое значение в формировании социального отношения к объекту имеют целевые перцептивные сигналы, т.е. количество и качество информации, которую мы имеем о другом человеке. Контекстная информация восприятия обновляется всякий раз, когда меняется качество взаимодействия с Другим. Так, например, в случае повторяющихся эпизодов положительного взаимодействия мы склонны давать более высокую общую оценку личности партнера, чем при отрицательном или конфликтном взаимодействии. Значимую контекстную информацию можно рассмотреть с точки зрения разного масштаба. Так, например, в масштабе конкретного взаимодействия цель субъекта детерминирует восприятие Другого как партнера («своего») или противника («чужого»). В широком социокультурном масштабе культурные ценности, нормы и ожидания могут определять и

видоизменять критерии оценки Другого, формируя базовые представления о «правильном» и «неправильном» в конкретный период времени.

В качестве наиболее информативных можно рассматривать такие информационные сигналы, которые помогают определить базовый уровень опасности или безопасности Другого. Можно предположить, что контекстный фактор угрозы обладает наиболее высоким потенциалом воздействия на социальное отношение, сдвигая базовые полюсы оценки «хорошего» и «плохого».

### **3.3. Функциональная динамика дихотомических полюсов: источники деполяризации и инверсии**

В данном параграфе приводятся теоретические и эмпирические основания для построения гипотетической модели функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции. Выдвигаются общие гипотезы об эффектах конкуренции дихотомий, фокуса восприятия и контекстуальной угрозы на динамику отношения к Другому. Данные эффекты будут рассматриваться в привязке к характеристикам объекта, субъекта и информационного контекста восприятия. Являясь значимыми для смещения полюсных оценок Другого, эти эффекты, однако, не исчерпывают всего многообразия возможных факторов, определяющих функциональную динамику перцептивных дихотомий.

#### *3.3.1. Конкуренция дихотомий (уровень объекта)*

В ситуации реального взаимодействия – в отличие от большинства лабораторных условий социальной перцепции – восприятие Другого осуществляется одновременно по множеству параметров. Безусловно, когнитивные мощности человеческого мозга не позволяют проводить равноценную параллельную обработку всей информации о человеке. Какие-то характеристики оказываются более значимыми в силу того, что связаны с актуальным контекстом взаимодействия, ведущими мотивами наблюдателя или



просто получили приоритетный доступ к фокусу внимания в силу интенсивности проявления.

Оставляя в стороне большое число возможных эффектов ситуации и субъекта восприятия, а также их сочетаний, сосредоточимся на анализе базового веса дихотомических характеристик Другого, которые используются для формирования отношения к нему. Применительно к модели содержания стереотипа аналогичный вопрос звучал бы так: «Что важнее – теплота или компетентность?»

Итак, как было сказано ранее, восприятие Другого представлено набором дихотомических оценочных характеристик, значимых для формирования социальной оценки или аттитюда. Их можно условно разделить на аллоцентрические, предполагающие оценку Другого независимо от себя, но в сравнении с другими людьми, и эгоцентрические, предполагающие оценку Другого относительно самого себя.

Основными аллоцентрическими дихотомиями являются «хороший – плохой», «умный – глупый», «красивый – некрасивый». Дадим их обобщенную характеристику, подытоживая итоги обзора, представленного в главе II.

Дихотомия «хороший – плохой» формируется на основании культурных норм и является, с одной стороны, интуитивно понятным, а с другой – рационально конструируемым ориентиром для выработки социальных оценок или аттитюдов. Конкретное содержательное наполнение понятий «хороший» и «плохой» определяется рядом универсальных характеристик (забота, справедливость, лояльность, уважение к авторитету, безгрешность), которые на уровне реального поведения уточняются в зависимости от ситуационного контекста. По большому счету, критерием различения «хорошей» и «плохой» личности является ее направленность на подавление эгоизма и оказание поддержки другим [Turiel, 1983]. Этот критерий позволяет людям придерживаться сходных представлений о «хорошем» и «плохом». На уровне диспозиционных черт личности моральным оценкам подлежат те, проявление которых требует взаимодействия с другими людьми. Из числа черт Большой пятерки к таким чертам относится, прежде всего,

доброжелательность. В свою очередь, черты темной триады – макиавеллизм, нарциссизм и психопатия – задают предельно четкие ориентиры «хорошего» и «плохого» [Furnham et al., 2013]. Вместе с тем индивидуальные моральные оценки не всегда совпадают с общепринятыми.

Дихотомия «умный – глупый» важна для социальной оценки Другого, поскольку уровень интеллекта людей, участвующих в социальном взаимодействии, определяет качество и результат этого взаимодействия. Убеждения или ожидания относительно интеллекта Другого и их правильность имеют важные последствия для определения стратегии социального взаимодействия. Большинство людей намеренно стремятся произвести впечатление умных, компетентных и понимающих собеседников, т.е. продемонстрировать разные аспекты своего интеллекта – эрудицию, логичность мышления, вербальные способности, социальные навыки. В исследованиях обнаружены многочисленные поведенческие маркеры, значимые для вынесения суждений об интеллекте. К ним относятся, в частности, зрительный контакт, ясность высказываний и высокая скорость речи [Reynolds, Gifford, 2001].

Дихотомия «красивый – некрасивый» является наиболее доступным и быстро оцениваемым параметром личности Другого. Несмотря на отсутствие надежных связей данного признака с показателями физического здоровья, он, тем не менее, выступает ключевым при выборе партнера в контексте репродуктивной цели, даже если такая цель является имплицитной [Shackelford, Larsen, 1999]. Оценка физической привлекательности Другого основывается на ряде объективных параметров, к которым относятся, в частности, индекс массы тела, лицевая симметрия и усредненность черт лица [Holzleitner et al., 2019]. Оценка красоты распространяет свой «ореол» на восприятие других аллоцентрических характеристик. Так, более привлекательные люди наделяются также более высокими показателями морали и интеллекта. В случае моральных оценок (но не в случае интеллекта) данная закономерность работает и в обратном направлении [Alaei et al., 2022].

Основными эгоцентрическими дихотомиями являются «знакомый – незнакомый», «свой – чужой», «друг – враг», «похожий на меня – не похожий на меня». Вспомним их ключевые особенности (подробнее см. главу II).

Дихотомия «знакомый–незнакомый» определяет перцептивные предпочтения в том смысле, что знакомые люди воспринимаются более позитивно, чем незнакомые [De Houwer, 2009]. Несмотря на инстинктивную притягательность для человека новых стимулов, знакомые объекты оцениваются более позитивно, поскольку не несут в себе признаков неопределенности и угрозы.

Дихотомия «свой–чужой» является наиболее простой категоризационной схемой для повышения личной безопасности путем объединения с группой других людей [Brewer, 2007]. При этом развитие цивилизации и усложнение социальной структуры общества снижает значимость «своих» для выживания отдельной особи и открывает возможность мультигрупповой идентичности, ослабляя однозначную зависимость между положительным отношением к своей группе и негативным отношением к чужой [Pietraszewski, 2019]. В целом, предпочтение «своих» «чужим» зависит от множества факторов, к которым относятся как диспозиционные и социальные характеристики индивидов, так и ситуация взаимодействия, а также общий культурно-исторический контекст.

Дихотомия «друг – враг» представляет собой экстремальный вариант суждений в категориях «свой – чужой». Вероятность перехода образа Другого в статус врага на уровне межгруппового, внутригруппового и межличностного взаимодействия связана с восприятием реальной или мнимой угрозы, которую он несет [Fischer, 2009]. В ситуации острого конфликта за ограниченные ресурсы образ врага формируется мгновенно. В отсутствие реального конфликта его формирование также возможно, хотя и менее вероятно. Содержательно образ врага наделяется негативными характеристиками, не вызывающими сочувствия и подчеркивающими его девиантность [Лабунская, 2013].

Дихотомия «похожий – не похожий на меня» выступает еще одним важным фактором формирования отношения к Другому. В исследованиях показано, что ориентиром для его обнаружения является идеальное, а не реальное Я [LaPrelle et

al., 1990]. При этом субъективное и объективное сходство оказывают разные по силе эффекты на притяжение к Другому. Субъективное сходство обнаруживает сильные, стабильные эффекты, в то время как объективное сходство имеет вес лишь постольку, поскольку осознается субъектом [Selfhout et al., 2009].

Каждая из перечисленных выше дихотомий содержит предпочитаемый и отвергаемый полюс, хотя, как показывает обзор исследований, они не являются стабильными и абсолютными. Их динамика определяется множеством элементов конкретной ситуации социального взаимодействия, а также конкурентными отношениями внутри единого перцептивного поля. Так, по критерию интеллекта умный человек получит значимо более высокие оценки, чем глупый. Однако осознание того, что первый является врагом, а второй – другом, может обеспечить сближение их оценок вплоть до инверсии первоначально сформированного отношения. «Свой» оценивается, как правило, более позитивно, чем «чужой», однако низкая оценка его физической привлекательности или моральных качеств также вызовет динамические изменения его восприятия, обусловленные, например, адаптивным механизмом защиты самооценки.

Вопрос о базовом доминировании перцептивных дихотомий, то есть определении того, что имеет больший вес – красота, ум, сходство, нравственные качества и т.д. – представляется слишком сложным и даже неразрешимым при попытке рассмотрения всего многообразия их сочетаний. Вместе с тем, сформулированный в терминах аллоцентрических и эгоцентрических ориентаций, он приобретает опору на данные о базовых механизмах работы когнитивных процессов и позволяет предположить доминирующее влияние эгоцентрических дихотомий.

Как отмечалось ранее, образ Я является наиболее стабильным ориентиром, обеспечивающим обработку и систематизацию социальной информации. При этом контент, релевантный Я, получает приоритет с точки зрения скорости и качества восприятия, запоминания информации и др. [Sui, Humphreys, 2022; Scheller, Sui, 2022]. В настоящее время существует обширный массив данных, демонстрирующих, что отнесенность к себе опосредует когнитивную обработку

стимулов в самых разных социальных контекстах. Так, например, люди быстрее реагируют на собственное имя [напр., Alexopoulos et al., 2012], принадлежащие себе объекты [напр., Golubickis et al., 2019] и узнают собственное лицо быстрее, чем лица других людей [напр., Galigani et al., 2021].

До недавнего времени считалось, что этот эффект связан лишь с теми объектами, которые имеют устоявшуюся в течение длительного времени и часто актуализируемую привязку к субъекту. Однако более свежие данные свидетельствуют о том, что он имеет место и в ситуации формирования новых произвольных ассоциаций [Wozniak, Knoblich, 2019]. Исследования показали, что связи между нейтральными стимулами и собой могут быть установлены в течение нескольких минут. Причем по сравнению со стимулами, ассоциированными с близкими (например, другом, матерью) или незнакомыми людьми, они обрабатываются в приоритетном режиме [Hu et al., 2020; Macrae, 2018; Schäfer et al., 2020]. Недавно сформированные ассоциации обеспечивают эффект самоприоритетности и в задачах на простое владение. Другими словами, длительность владения предметом не имеет значения для его приоритетного восприятия [LeBarr, Shedden, 2017].

Эффект самоприоритетности имплицитно распространяется на личностные характеристики, физические атрибуты и части тела, которые человек связывает с собой [напр., Golubickis et al., 2020; Turk et al., 2008]. Он наблюдается также в отношении близких и знакомых людей [напр., Golubickis et al., 2019; Schäfer et al., 2017] и групп [напр., Enoch et al., 2018], с которыми человек себя идентифицирует. Интересный факт, обнаруженный в исследовании Дж. Суй [Sui et al., 2012], свидетельствует о том, что самоприоритетность может компенсировать даже эффекты шума в распознавании визуального изображения. Манипулируя контрастом стимулов абстрактной формы, которые перед этим были соотнесены с Я, другом или партнером, исследователи обнаружили, что снижение контраста ухудшает восприятие стимулов, связанных со значимыми другими, но не влияет на распознавание стимулов, связанных с собой.

Эффект самоприоритетности согласуется с теорией интегративного Я, согласно которой Я действует как центральный узел в связывании информации на всех уровнях обработки и в разных доменах стимулов [Sui, Humphreys, 2015]. Другими словами, среди социально значимых объектов и характеристик приоритетными для человека оказываются те, которые связаны с его Я. Это косвенно свидетельствует в пользу доминирования эгоцентрических ориентаций социального восприятия над аллоцентрическими.

Можно предположить, что базовое аллоцентрическое восприятие «хорошего» и «плохого» будет обнаруживать функциональную динамику под влиянием эгоцентрических дихотомий. Так, например, восприятие «плохого» человека как похожего, а «хорошего» – как непохожего на себя приведет к сближению их оценок на уровне глобального отношения. Мы предполагаем также, что конкуренция дихотомических оценок в терминах «хороший–плохой» с эгоцентрическими дихотомиями будет вызывать более сильные динамические эффекты, чем конкуренция с аллоцентрическими дихотомиями.

### *3.3.2. Фокус восприятия (уровень субъекта)*

Фокус восприятия, или позиция, которую занимает субъект наблюдения по отношению к объекту, является универсальным фактором, определяющим социальный вывод. Так, например, из двух и более возможных альтернатив предпочтение автоматически будет отдано той, которая находится в фокусе внимания – независимо от ее валидности. Связывая фокус внимания с каузальными атрибуциями, Э. Джонс и К. Дэвис [Jones, Davis, 1965] также использовали перцептивное объяснение, в основе которого лежит фокус внимания. Э. Джонс и Р. Нисбетт [Jones, Nisbett, 1987] предположили, что объект наблюдения и наблюдатель интерпретируют поведение объекта по-разному: объект, как правило, приписывает его причины ситуационным факторам, а наблюдатель – диспозициям объекта. При этом различия в интерпретации проистекают из различий в ориентации восприятия. Внимание объекта сосредоточено на ситуации, в которой он действует, а внимание наблюдателя – на самом объекте, который

более отчетливо представлен в перцептивном пространстве, чем элементы ситуации.

Позднее в многочисленных экспериментах было показано, что точка зрения наблюдателя, т.е. буквально его пространственное размещение относительно объектов наблюдения, влияет на социальные выводы о них. Тот объект, который попадает в перцептивный фокус, воспринимается как более влиятельный (каузальный), чем тот, который находится на периферии восприятия [напр., Lassiter et al., 2002; Ratcliff et al., 2010; Storms, 1973; Taylor, Fiske, 1978].

Р. Викланд [Wicklund, 1975] описал различия в выводах, которые человек формулирует в отношении себя, в зависимости от того, куда направлено его внимание. Сознательное внимание он рассматривает как дихотомический процесс, обращенный либо во внутреннюю среду, на себя, либо вовне, на окружающую среду. Направленность внимания зависит от предмета размышления (о себе или о внешнем объекте) и модерируется отвлекающими стимулами из обеих сред. При этом в зависимости от фокусировки на положительном или отрицательном содержании человек будет испытывать либо позитивный, либо негативный аффект. В своем исследовании автор показывает, что направленность на себя является дефолтным состоянием внимания. Оно порождает попытки избежать внешней информации, не соответствующей изначальному аффективному модусу. Невозможность такого избегания приводит к снижению субъективной оценки несоответствия.

В. Хуренс [Hoorens, 1995] предположила, что базовый эффект перцептивной асимметрии, который выражается в том, что человек оценивает себя по сравнению с другими, в целом, более позитивно, также можно объяснить особенностями фокусировки внимания. В случае, когда внимание сфокусировано на Я, этот эффект выражен в большей степени, чем когда внимание сфокусировано на Другом. Полученные эмпирические данные подтвердили данную гипотезу в отношении положительных (но не отрицательных) качеств. Автор объясняет это тем, что разные фокусы восприятия в этом случае задают разные точки отсчета, которые имплицитно воспринимаются как эталон для сравнения. В случае, когда

других нужно сравнивать с собой, этим другим может быть неосознанно приписано изначальное превосходство. Наоборот, когда нужно сравнивать себя с другими, таким превосходством бессознательно наделяется собственное Я [см. также: Pahl, Eiser, 2005].

К характеристикам фокуса внимания относится не только его направленность, но и четкость, которая обеспечивает хорошую распознаваемость объекта и, соответственно, его категоризацию. Изменение перцептивной четкости сопровождается переключением между низкоуровневыми и высокоуровневыми процессами [напр., Дормашев, Романов, 1995] (подробнее см. главу I). Чем более четко и определенно виден объект, тем выше вероятность его когнитивной обработки посредством активации низкоуровневых процессов. В случае нечеткости и неопределенности объекта высокоуровневые процессы становятся более важными для анализа и оценки объекта.

С учетом описанных выше эмпирических данных, можно предположить, что, во-первых, сравнение Я с «хорошим» и «плохим» Другим будет обнаруживать функциональную динамику под влиянием смещения фокуса с субъекта на объект восприятия. Во-вторых, функциональные изменения восприятия будут наблюдаться в условиях повышения перцептивной четкости образа Другого – от обезличенного представителя аут-группы, выделенной по вымышленным группообразующим признакам (низкая перцептивная четкость), до визуального предъявления конкретного человека – представителя этой группы (высокая перцептивная четкость).

### *3.3.3. Угроза (уровень информационных сигналов)*

Среди описанных выше разнообразных сигналов социального восприятия (см. § 3.2) угроза представляет собой наиболее значимый, терминальный фактор. Она является причиной избегания неопределенности, она же определяет выбор альтернативы в условиях фрейминга. Умение избежать угрозы играет ключевую роль в выживании и адаптации организмов к окружающей среде. Реакция на нее является более значимой, чем реакция на сигнал дящегося благополучия.



Р. Баумайстер и его коллеги иллюстрируют функциональный характер доминирования информации об угрозе на уровне сложных систем следующей метафорой: «выход из строя одного компонента может привести к нарушению работы всей системы, однако успешная работа отдельного компонента не может сама по себе привести систему к успеху» [Baumeister et al., 2001, p. 358].

Угроза может исходить от целевых объектов восприятия, а может характеризовать общий фон ситуации. И в том, и в другом случае она становится приоритетом когнитивной обработки и активирует цепочку реакций, которые обеспечивают достижение максимально возможного уровня безопасности. Эти реакции направлены на изменение всех компонентов отношения и могут приводить к когнитивным искажениям. Так, в теории перспектив Д. Канемана и А. Тверски описан асимметричный выбор риска в условиях «эффекта возможности» и «эффекта определенности». Для понимания разницы между ними можно представить, что (1) имеется 1% вероятности выиграть миллион долларов и (2) выигрыш миллиона долларов уже состоялся, но существует 1% вероятности его не получить. Акцент на угрозе во второй ситуации приводит к тому, что тревога потерять миллион кажется более ощутимой, чем надежда его получить. Первая ситуация описывает эффект возможности, благодаря которому маловероятные исходы событий кажутся значимее. Вторая ситуация описывает эффект определенности, благодаря которому высоковероятные исходы недооцениваются. В результате эффект возможности провоцирует выбор риска, а эффект определенности – отказ от него в пользу гарантированного исхода [Kahneman, Tversky, 1979].

Доминирующее значение негативной информации как сигнала угрозы было зафиксировано в многочисленных исследованиях на разных уровнях функционирования психики. Так, например, обнаружено, что реакция на неприятные запахи является более яркой и отчетливой, чем на приятные [Gilbert et al., 1987], а один неудачный опыт в сексуальной сфере может ухудшить сексуальную функцию и иметь пагубные последствия для здоровья и благополучия в течение многих лет, в то время как аналогичный позитивный опыт

не имеет таких выраженных эффектов [см. Laumann et al., 1999]. На основании исследований парных отношений J. Gottman пришел к выводу о том, что для поддержания их благополучия количество положительных и хороших взаимодействий должно превосходить количество отрицательных и плохих по крайней мере в пять раз [Gottman, 1994]. Б. Ходжес [Hodges, 1974] обнаружил, что в описании личности с помощью набора положительных и отрицательных черт отрицательные черты доминируют. В исследовании Т. Амабайл и Э. Глейзбрук [Amabile, Glazebrook, 1982] показано, что негативная предвзятость в межличностной оценке возникает автоматически и включает как прямые суждения о личности, так и косвенные, связанные, например, с ее работой. Эта предвзятость в большей степени распространяется на характеристики интеллекта, чем социальных черт. Данный эффект имеет значительную степень общности, поскольку обнаруживается на разных выборках, не зависит от гендера, а также от параметров экспериментальной процедуры. В целом, негативная информация подвергается более тщательной обработке и сильнее влияет на окончательное впечатление, чем позитивная. Узнать что-то плохое о человеке в ситуации нулевого знакомства важнее, чем узнать что-то хорошее.

В большом обзоре, посвященном сопоставлению значимости позитивной и негативной информации, Р. Баумайстер и др. [Baumeister et al., 2001] обосновывают тезис о том, что «зло сильнее добра», и события с отрицательной валентностью имеют большее влияние на человека, чем события с положительной валентностью того же типа. Авторы рассматривают причины данного феномена с функциональной точки зрения, полагая, что преимущественная реакция на негативную информацию является адаптивной. Люди, ориентированные на отслеживание и предотвращение плохих вещей, имеют больше шансов на выживание и благополучную жизнь, чем люди, ориентированные на максимизацию позитивной информации. Это связано с тем, что негативные стимулы меняют мотивационное состояние организма, побуждая его к активности и к изменениям. Таким образом, угрозу можно рассматривать как движущую силу изменений, поскольку жесткое следование моделям поведения, которые были

полезны в прошлом, неэффективно при столкновении с новыми вызовами и угрозами. Связанный с этим аргумент состоит в том, что плохие события в большей степени способствуют прогрессу, чем хорошие.

На когнитивном уровне феномен приоритета негативной информации может быть объяснен тем, что большинство событий воспринимаются в целом как положительные, поэтому негативные исходы, являясь более редкими, выделяются на их фоне, захватывая фокус внимания [см. Fiske, 1980].

Согласно теории управления ошибками [Haselton, Buss, 2000], минимизация негативных последствий или угроз является фактором, определяющим направленность когнитивных искажений в сторону ложноположительных или ложноотрицательных ошибок. Принимая решение, человек не может одновременно минимизировать оба типа ошибок, поскольку уменьшение вероятности одного из них увеличивает вероятность другого. Цена этих двух типов ошибок редко бывает симметричной. Так, например, при проверке научных гипотез ложноположительные ошибки обычно считаются более «дорогостоящими», чем ложноотрицательные. Поэтому принципы статистического вывода «настроены» в большей степени на пропуск истины, чем на обнаружение лжеистины. В свою очередь, в сигнальных устройствах ошибки смещены в противоположном направлении. Пропущенная угроза здесь обходится дороже, чем ложная тревога, поэтому ложноположительное срабатывание встречается чаще, чем ложноотрицательное. В целом такие смещения могут увеличить общую вероятность ошибок, однако сводят к минимуму уровень угрозы, связанной с их последствиями. В процессе эволюции естественный отбор закрепляет такие типичные ошибки в принятии социальных решений, которые минимизируют связанный с ними возможный ущерб. Этим можно объяснить, например, переоценку мужчинами сексуальных сигналов женщин и недооценку женщинами степени надежности потенциального полового партнера.

Учитывая когнитивную важность негативной информации, ее можно рассматривать как фактор функциональной динамики перцептивных полюсов. Можно предположить, что под воздействием сигналов угрозы полюсные оценки

«хорошего» и «плохого» Другого обнаружат смещение, которое будет происходить либо по принципу ассимиляции, либо по принципу контраста с угрожающим стимулом [Schwarz, Bless, 2007] (подробнее см. §§ 6.1, 6.2).

### **3.4. Гипотетическая модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции (заключение по главе)**

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. 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 атрибутов.

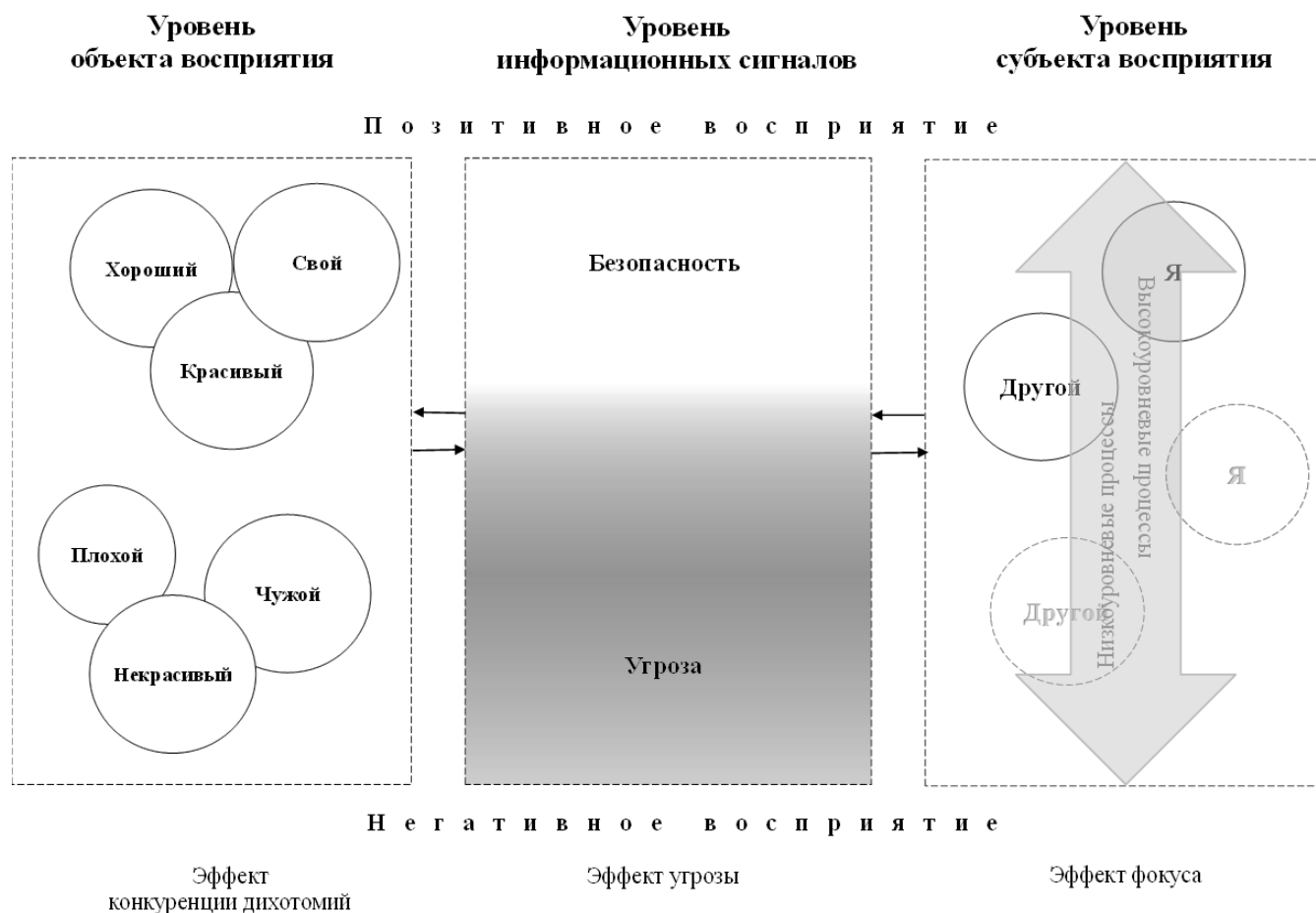
Присущая человеку базовая потребность в предсказуемости позволяет выделить стабилизирующие характеристики перцептивного пространства, необходимые для обеспечения субъективной уверенности в верной интерпретации и точном прогнозе социальных событий. В качестве способов обеспечения такой стабильности можно выделить ментальные конструкторы, объединенные понятием «диспозиции». Представления об устойчивых диспозициях, присущих Я и Другому, выполняют функцию стабилизации перцептивного пространства,

задавая «точки отсчета» для гибкого познания и адаптации в социальной реальности.

Адаптивное поведение предполагает трансформацию отношения в ответ на изменения самого объекта, позиции субъекта по отношению к нему, а также общего контекста восприятия. Оно может выражаться в выборе альтернативного полюса социальной оценки или тенденции к такому выбору. Функциональная динамика выражается в сосредоточении на одном параметре оценки и удержании его в фокусе (когнитивная устойчивость), а также быстром переключении 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 соответствует текущему контексту. Дихотомическая структура и содержательное значение образующих ее полюсов позволяет предсказывать возможный диапазон динамических состояний перцептивной системы.

В целом, 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. Дихотомический подход к социальной перцепции открывает перспективу исследования ее функциональной динамики с позиций когнитивной методологии. В то же время, благодаря опоре на атрибутивный подход, данная динамика может рассматриваться в системно организованном перцептивном пространстве, включающем уровни объекта, субъекта и информационного контекста восприятия.

Изложенные в § 3.3 теоретико-эмпирические предпосылки можно обобщить в виде гипотетической модели функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции (рис. 3.4.1).



**Рис. 3.4.1.** Гипотетическая модель функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции

В главах IV–VI приводятся результаты исследований, направленных на эмпирическую проверку представленной гипотетической модели. Тестированию подвергается 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 тестируются следующие 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 искажать 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 эффектом на позитивную динамику отношения, чем объективное сходство с ним.

1б) Физическая привлекательность объекта восприятия может искажать 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.



## ГЛАВА IV. ДИНАМИКА ПЕРЦЕПТИВНЫХ ДИХОТОМИЙ В УСЛОВИЯХ ИХ КОНКУРЕНЦИИ

### 4.1. Перцептивная динамика образов «хорошего» и «плохого» Другого в условиях объективного и воспринимаемого сходства с Я<sup>12</sup>

#### 4.1.1. Постановка проблемы

На сегодняшний день известно, что отношение к Другому сопряжено с предвзятым отношением к нему, которое выражается в заниженных оценках присущих ему характеристик на фоне позитивного самоотношения [см. Балева, 2019а]. Известно также, что некоторые формальные характеристики и особенности личности субъекта восприятия, объекта восприятия и ситуации, в которых это восприятие осуществляется, позволяют снизить общую предвзятость в отношении Другого. Так, например, более позитивное отношение к Другому обеспечивается позитивным самоотношением субъекта [напр., Шишкина, 2012], низким уровнем его агрессивности [Панчехина, 2010], особенностями его когнитивных стилей [Балева и др., 2018; Förster et al., 2008], уровнем доверия к Другому [Леонова, 2015], амбивалентностью суждений о нем [Priester, Petty, 2001], внешней привлекательностью Другого [Бодалев, 1982; Погонцева, 2011], его харизматичностью [Tskhay et al., 2018], скромностью [Lockhart, 2018], ситуацией сближения с ним [Nussinson et al., 2010] и другими факторами.

Проблема заключается в том, что описанные выше факторы достаточно слабо влияют на общее предвзятое отношение к Другому, то есть в какой-то мере ослабляют, в исключительных случаях (как правило, ненадолго) меняют его на позитивное, но по большому счету не справляются с феноменом предвзятости. Безусловно, задачу глобальной коррекции психологических механизмов, лежащих в основе этого явления вряд ли уместно даже формулировать, поскольку эти механизмы имеют адаптивный характер и регулируются эволюционным отбором

---

<sup>12</sup> Излагается по результатам собственного опубликованного исследования [Балева, 2019а].

[Miller et al., 2010]. В то же время, ряд ситуаций социального взаимодействия требуют надежной коррекции в части взаимного восприятия субъектов, поскольку представляют собой утрированные случаи предвзятого отношения, имеющего тенденцию усиливаться, но не ослабевать. Так, например, в межэтнической или подростковой среде отношение к Другому зачастую является не просто отрицательным, но откровенно агрессивным и потенциально криминальным [Чепракова, 2011].

Как правило, участники деструктивной коммуникации субъективно обосновывают свое негативное отношение к Другому тем, что он является объективно «плохим» [см. Карнышев, 2008], то есть обладает рядом личностных свойств, которые традиционно осуждаются социумом, например, наглостью, лживостью, эгоизмом и т.п. Разумеется, набор таких социально неприемлемых свойств имеет свою специфику в разных социальных группах. В то же время, можно выделить и относительно универсальные образы «плохого» и «хорошего» человека [Goodwin et al., 2014]. В конце 90-х гг. в психологии появилось понятие негативных личностных черт [Paulhus, Williams, 2002], которые можно считать валидным описательным тезаурусом нового типичного для нашего времени образа «плохой» личности, который, к тому же может быть измерен с помощью опросника черт темной триады.

Еще одним субъективным основанием для дискриминации Другого является его радикальная непохожесть на субъекта. Обнаружено, что чем сильнее (принципиальнее) расхождение, например, по цвету кожи [Phills et al., 2011], политическим взглядам [Stevens et al., 2017], возрасту [North, Fiske, 2013] и т.д., тем сильнее отвергающее отношение к объекту. Поскольку понятие «Другой» является достаточно абстрактным и широким по объему, достаточно сложно сравнивать между собой результаты исследований, в которых образ Другого выделен по разным основаниям (национальность, пол, профессия и т.д.). В связи с этим не представляется возможным судить о том, что является более существенным основанием для дискриминации – качественное своеобразие критерия или степень расхождения по нему. Так, например, будет ли

восприниматься как «свой» человек с другим цветом кожи, но того же пола или тех же политических взглядов? Насколько велико должно быть различие между субъектом и объектом по определенному критерию, чтобы по этому критерию субъект стал считать объекта Другим и обнаруживать предвзятость в отношении к нему?

На наш взгляд, исследование сходства и различия между Я и Другим по критерию личностных свойств является наиболее перспективным для выявления ключевых факторов, определяющих отношение к нему. Во-первых, отношение к личности определяется достаточно общими представлениями о «хорошем» и «плохом» и в меньшей степени обременены идеологическими, политическими и другими стереотипами. А во-вторых, наиболее распространенное в житейской психологии и социально одобряемое суждение о Другом на основании понимания того, «какой он человек» содержит в своей основе именно личностные характеристики.

Идея исследования заключалась в том, чтобы экспериментально «столкнуть» между собой два ключевых фактора, определяющих отношение к Другому – личностную валентность объекта восприятия («хороший» / «плохой» человек) и его личностное сходство / отличие от субъекта восприятия.

*Целью* исследования [см. Балева, 2019а] было определить, как факторы личностной валентности объекта и сходства с объектом опосредуют друг друга при формировании отношения к Другому, и какой из этих факторов является более сильным.

Была выдвинута *гипотеза* о том, что факторы объективного и субъективного сходства с объектом восприятия могут искажать 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 эффектом на позитивную динамику отношения, чем объективное сходство с ним.

#### *4.1.2. Метод*

*Описание выборки.* 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%). Участие в исследовании было добровольным, участники давали письменное согласие на обработку персональных данных.

*Процедура.* Исследование проводилось в группах по 20-25 человек. На первом этапе участникам предлагалось письменно ответить на вопросы Короткого опросника темной триады [Егорова и др., 2015], затем посмотреть видеозапись интервью, в ходе которого другой студент отвечал на вопросы того же теста. После этого респонденты отвечали на вопросы о студенте из видеозаписи, оценивая его внешность, сходство его характера со своим, а также выражая отношение к нему по Шкале общего отношения к объекту восприятия [Щебетенко и др., 2007]. Для исключения зашумляющего влияния феноменов, связанных с восприятием объекта противоположного пола, девушкам предъявлялась видеозапись интервью с девушкой, а юношам – с юношей.

*Стимульный материал.* Видеозаписи интервью были подготовлены с помощью двух студентов разного пола, обучающихся по специальности «Актерское искусство». В интервью они отвечали на вопросы теста 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. Испытуемым сообщалось, что интервьюируемые являются студентами, добровольно участвовавшими в эксперименте, посвященном исследованию стратегий самопрезентации; в ходе этого эксперимента они отвечали на вопросы

психолога. Голос «психолога» звучал за кадром. Перед записью интервью студентам, сыгравшим роли интервьюируемых (моделей), давалась установка на создание нейтрального невербального фона для основного (вербального) содержания интервью: одежда, прическа, макияж, поза, жесты и мимика должны были органично соответствовать образу и не отвлекать потенциальных испытуемых от восприятия смысла ответов. В ходе исследования видеозаписи интервью с «хорошим» и «плохим» персонажем предъявлялись респондентам примерно в равных пропорциях. По предварительным оценкам в фокус-группе, состоявшей из 23 студентов, не принимавших участие в основном исследовании, персонажи, сыгранные студентами, соответствовали описаниям личности с контрастной выраженностью «темных» черт. Дополнительная оценка валидности стимульного материала осуществлялась с помощью экспертов – трех педагогов по актерскому мастерству – и составила в среднем 86%.

*Методики и измеряемые показатели.* Для определения личностных характеристик участников исследования был использован Короткий опросник темной триады. Опросник состоит из 27 пунктов, в отношении каждого из которых испытуемому предлагается выразить степень своего согласия по 7-балльной шкале. Опросник включает 22 прямых и 5 обратных пунктов, составляющих показатели макиавеллизма, нарциссизма и психопатии (по 9 пунктов в каждой шкале). Анализ гомогенности пунктов опросника показал удовлетворительные результаты. Показатель Cronbach's alpha для шкалы макиавеллизма составил 0,70, для шкалы нарциссизма – 0,74, для шкалы психопатии – 0,67.

Для оценки отношения к объекту восприятия использовалась авторская методика – Шкала общего отношения к объекту восприятия, состоящая из 15 утверждений, описывающих возможное мнение о предъявляемом персонаже с диапазоном согласия от 1 до 7 баллов (см. Приложение 1). Шкала включает 7 прямых и 8 обратных пунктов, составляющих показатели когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов отношения к объекту (по 5 пунктов в каждом компоненте). Например, утверждение «На мой взгляд, он / она является умным человеком» относится к когнитивному компоненту, утверждение

«Он / она вызвал(а) у меня отвращение» – к эмоциональному, «Если бы ему / ей понадобилась моя помощь, я помог(ла) бы ему / ей» – к поведенческому. Анализ гомогенности пунктов опросника показал удовлетворительные результаты. Показатель Cronbach's alpha для когнитивного компонента составил 0,80, для эмоционального – 0,90, для поведенческого – 0,82.

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.

Контрольным показателем в исследовании выступила оценка внешности объекта восприятия, которая измерялась с помощью прямого вопроса «Насколько привлекательной вы считаете внешность этого юноши /этой девушки?» по шкале от 1 («минимально привлекательной») до 10 («максимально привлекательной»). Внешность юноши была оценена на  $4,38 \pm 1,85$  балла, а внешность девушки – на  $6,11 \pm 2,00$  балла. Таким образом, внешность стимульных объектов воспринималась испытуемыми как средне привлекательная.

*Анализ данных.* Обработка результатов осуществлялась в программе STATISTICA 8.0 с использованием корреляционного, дисперсионного и кластерного анализов. Характер распределения показателей определялся по значениям асимметрии и эксцесса. Основные статистические процедуры выполнялись с помощью дисперсионного анализа и были направлены на исследование зависимости отношения к объекту своего пола от фактора личностного сходства с ним, измеряемого субъективно, с помощью 10-балльной шкалы сходства характеров с объектом восприятия, и объективно – с помощью Короткого опросника темной триады. Низкий и высокий уровень субъективного сходства определялся по прямым оценкам самих респондентов. Низкий уровень объективного сходства с объектом задавался сочетанием противоположных

валентностей личностных черт («хороший» субъект – «плохой» объект, «плохой» субъект – «хороший» объект), а высокий уровень – сочетанием их одинаковых полюсных валентностей («хороший» субъект – «хороший» объект, «плохой» субъект – «плохой» объект). Для объекта восприятия фактор личностной валентности задавался двумя уровнями («хороший», «плохой»), а для субъекта восприятия – тремя (низкий, средний и высокий уровни субъективного сходства с объектом / выраженности «темных» черт). Во всех случаях уровни сходства с объектом определялись с помощью процедуры кластеризации по методу К-средних.

Главные эффекты факторов «Личностная валентность объекта восприятия», «Субъективное сходство с объектом восприятия» и «Объективное сходство с объектом восприятия» исследовались с помощью однофакторного дисперсионного анализа. Взаимодействие факторов сходства с объектом и личностной валентности объекта исследовалось с помощью двухфакторного дисперсионного анализа. Рассматривались совместные эффекты данных факторов по переменным «Общее отношение к объекту», «Когнитивный компонент отношения», «Эмоциональный компонент отношения» и «Поведенческий компонент отношения».

С помощью корреляционного анализа исследовалось соответствие друг другу показателей субъективного и объективного сходства с объектом восприятия.

#### *4.1.3. Результаты*

##### *Часть 1. Контрольные статистические процедуры и главные эффекты*

В табл. 4.1.1 приводятся данные описательной статистики показателей после удаления статистических выбросов.

На основании близких значений среднего и медианы, а также величин асимметрии и эксцесса был сделан вывод о соответствии полученных данных закону нормального распределения.

**Таблица 4.1.1.** Описательная статистика показателей негативных черт и отношения к объекту восприятия

Показатели методик:	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
Короткий опросник темной триады						
Макиавеллизм	40,35	7,28	-0,01	0,12	-0,45	0,24
Нарциссизм	36,43	6,95	0,03	0,12	-0,31	0,24
Психопатия	25,99	6,90	0,21	0,12	-0,53	0,24
Шкала общего отношения к объекту восприятия						
Когнитивный компонент отношения к объекту	18,95	5,97	0,05	0,12	-0,57	0,24
Эмоциональный компонент отношения к объекту	18,70	6,77	0,08	0,12	-0,59	0,24
Поведенческий компонент отношения к объекту	19,90	6,52	-0,10	0,12	-0,71	0,24

*Примечание.* При N = 414  $A_{с\text{крит}} = 0,36$ ,  $E_{с\text{крит}} = 1,18$ .

В табл. 4.1.2 приводятся результаты корреляционного анализа показателей объективного (по результатам диагностики Коротким опросником темной триады) и субъективного (по самоотчетам респондентов) сходства с объектом восприятия.

**Таблица 4.1.2.** Коэффициенты корреляций показателей субъективного и объективного сходства с объектом восприятия

Объективное сходство с объектом по показателям:	Субъективное сходство с «хорошим» объектом		Субъективное сходство с «плохим» объектом	
	выборка юношей	выборка девушек	выборка юношей	выборка девушек
макиавеллизма	-0,43*	-0,44***	0,31*	0,34***
нарциссизма	-0,33	-0,47***	0,24*	0,30**
психопатии	-0,28	-0,34***	0,09	0,32***
негативных черт (интегративный показатель)	-0,56**	-0,52***	0,27*	0,43***

*Примечание.* \* $p < 0,05$ ; \*\* $p < 0,01$ ; \*\*\* $p < 0,001$ .

Было обнаружено, что объективно диагностируемое и субъективно осознаваемое (декларируемое) респондентами сходство с объектами восприятия не противоречат друг другу и в целом согласуются. Объективный интегративный показатель негативных черт обнаружил значимые отрицательные корреляции с показателем субъективного сходства с «хорошим» объектом ( $r = -0,56$ ,  $p < 0,01$  у юношей и  $r = -0,52$ ,  $p < 0,001$  у девушек) и положительные корреляции с показателем субъективного сходства с «плохим» объектом ( $r = 0,27$ ,  $p < 0,05$  у



юношей и  $r = 0,43$ ,  $p < 0,001$  у девушек). Величины корреляционных коэффициентов свидетельствовали о более высокой готовности респондентов признавать сходство с «хорошей» ( $r_{ср.} = |0,42|$ ), чем с «плохой» ( $r_{ср.} = |0,24|$ ) личностью. Субъективное признание имеющегося сходства с «плохой» личностью было более выражено у девушек ( $r = 0,43$ ,  $p < 0,001$ ), чем у юношей ( $r = 0,27$ ,  $p < 0,05$ ). При этом юноши с высокой психопатией слабее всего идентифицировали себя с «плохим» объектом ( $p > 0,40$ ). Юноши с высоким макиавеллизмом адекватно оценивали свое отличие от «хорошего» юноши ( $p < 0,05$ ), однако плохо распознавали свое отличие от него при выраженном нарциссизме ( $p > 0,10$ ) и психопатии ( $p > 0,10$ ). У девушек при выраженной психопатии распознавание собственного отличия от «хорошей» девушки было несколько ниже ( $r = |0,34|$ ), чем при высоком макиавеллизме ( $r = |0,44|$ ) и нарциссизме ( $r = |0,47|$ ).

Поскольку корреляции между показателями объективного и субъективного сходства с объектами восприятия в целом по выборке оказались умеренными, а не сильными, это свидетельствовало в пользу того, что факторы субъективного и объективного сходства могут по-разному опосредовать эффекты личностной валентности объекта восприятия на формирование отношения к нему. Эти предварительные данные поддержали выдвинутое нами предположение о более сильном эффекте воспринимаемого (субъективного) сходства с Другим на динамику отношения к нему.

С помощью однофакторного дисперсионного анализа были проанализированы главные эффекты фактора «личностная валентность объекта восприятия». Результаты анализа приводятся в табл. 4.1.3.

**Таблица 4.1.3.** 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
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

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
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

Результаты анализа свидетельствовали о наличии достаточно стабильного главного эффекта фактора личностной валентности объекта на формирование отношения к нему как в женской, так и в мужской выборке ( $p < 0,001$ ). Исключение составил показатель когнитивного отношения к объекту в выборке юношей ( $p = 0,056$ ), хотя данный результат можно рассматривать как близкий к значимому. Эти данные свидетельствовали об ожидаемой адекватной реакции респондентов на предъявляемые перцептивные стимулы: по данным *post-hoc* сравнений, отношение к объекту с низкой выраженностью «темных» черт было резко позитивным, а к объекту с их высокой выраженностью – резко негативным. Обнаруженная статистическая разница в отношении к «хорошему» и «плохому» объекту проявлялась по всем компонентам отношения – когнитивному, эмоциональному и поведенческому, т.е. респонденты оценивали «хорошего» объекта по сравнению с «плохим» как более «правильного», эмоционально привлекательного («приятного») и выражали более высокую готовность к взаимодействию с ним. Отметим, однако, что разница в когнитивном отношении к «хорошему» и «плохому» юноше в мужской выборке была менее контрастной ( $p < 0,06$ ), чем разница в эмоциональном ( $p < 0,001$ ) и поведенческом ( $p < 0,001$ ) отношении. Это свидетельствует о том, что, эмоционально отвергая «плохого» человека, не желая общаться с ним, рационально юноши все же готовы признать наличие в нем некоторых положительных качеств.

В табл. 4.1.4 представлены главные эффекты фактора «субъективное сходство с объектом восприятия» на показатели отношения к нему.

Результаты анализа свидетельствовали о наличии стабильного главного эффекта фактора субъективного сходства с объектом на формирование отношения к нему как в женской, так и в мужской выборке ( $p < 0,017$  с учетом поправки

Бонферрони). По данным post-hoc сравнений, отношение к более похожему на себя объекту обнаруживало поступательное улучшение ( $p < 0,01 \div 0,001$ ) по мере осознания сходства с ним.

**Таблица 4.1.4.** Главные эффекты субъективного сходства с объектом 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
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

В табл. 4.1.5 представлены главные эффекты фактора «объективное сходство с объектом восприятия» на показатели отношения к нему.

**Таблица 4.1.5.** Главные эффекты объективного сходства с объектом 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
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.* 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.

Результаты анализа свидетельствовали об отсутствии статистически значимого эффекта фактора объективного сходства с объектом на формирование отношения к нему как в женской, так и в мужской выборке ( $p > 0,017$  с учетом поправки Бонферрони). Это означает, что объективное сходство с объектом

восприятия, не выведенное на уровень сознания, не играет самостоятельной роли в формировании отношения к нему.

*Часть 2. Опосредующие эффекты субъективного сходства с объектом восприятия*

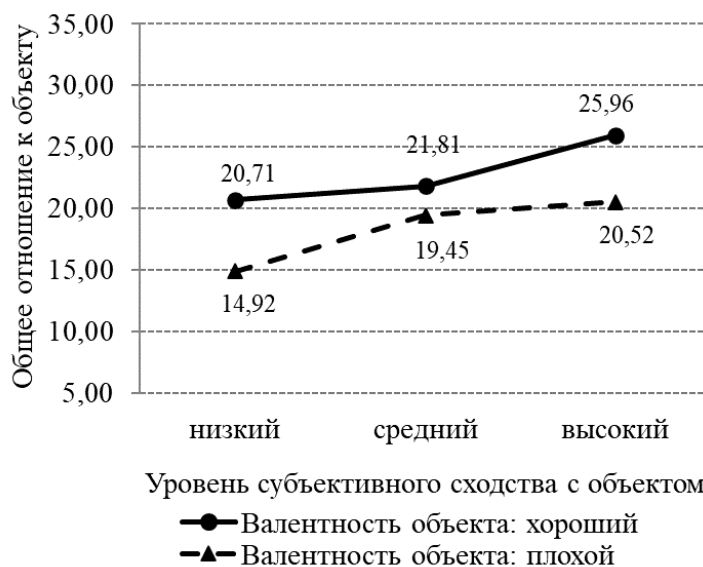
В табл. 4.1.6 представлены результаты анализа взаимодействий фактора субъективного сходства с объектом восприятия и фактора личностной валентности объекта восприятия по переменным отношения к нему.

**Таблица 4.1.6.** Взаимодействия факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта по переменным отношения

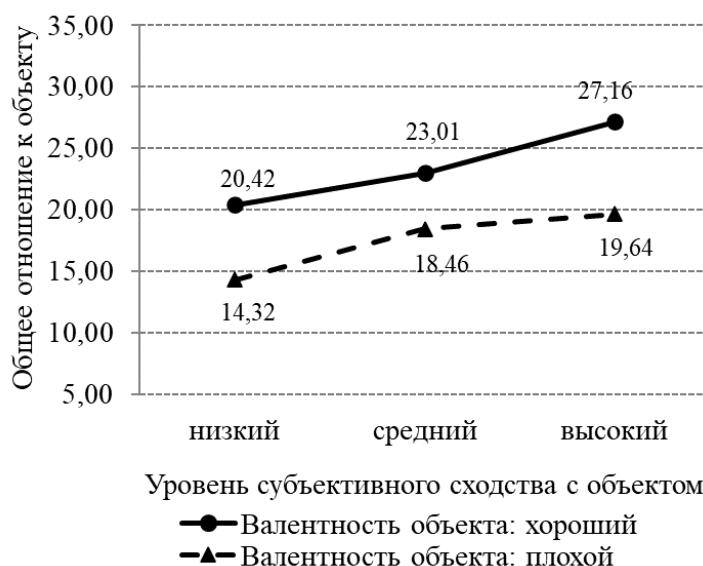
Зависимые переменные (показатели отношения к объекту своего пола)	Выборка юношей				Выборка девушек			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
Общее отношение	1,13	0,33	0,17	0,97	1,94	0,15	1,52	0,18
Когнитивный компонент отношения	1,36	0,26	0,55	0,74	1,08	0,34	0,54	0,75
Эмоциональный компонент отношения	0,97	0,38	0,95	0,45	1,44	0,24	1,40	0,23
Поведенческий компонент отношения	0,65	0,53	0,38	0,86	4,05	0,02	1,69	0,14

Результаты анализа свидетельствовали о том, что в целом взаимодействия факторов личностной валентности объекта и субъективного сходства с объектом восприятия по переменным отношения являются незначимыми ( $p > 0,006$  с учетом поправки Бонферрони). Эти результаты в целом можно было бы трактовать как опровергающие гипотезу, поскольку они свидетельствуют о том, что фактор субъективного сходства с объектом восприятия «не вмешивается» в действие фактора «личностная валентность объекта», то есть негативное отношение к «плохой» и позитивное отношение к «хорошей» личности остается таковым при разных уровнях субъективно осознаваемого респондентами сходства с объектом восприятия. Однако дальнейшие post-hoc сравнения показали весьма интересные результаты. Во-первых, оказалось, что 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 личностной валентности и низкого уровня субъективного сходства с ним. 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. 4.1.1, 4.1.2).

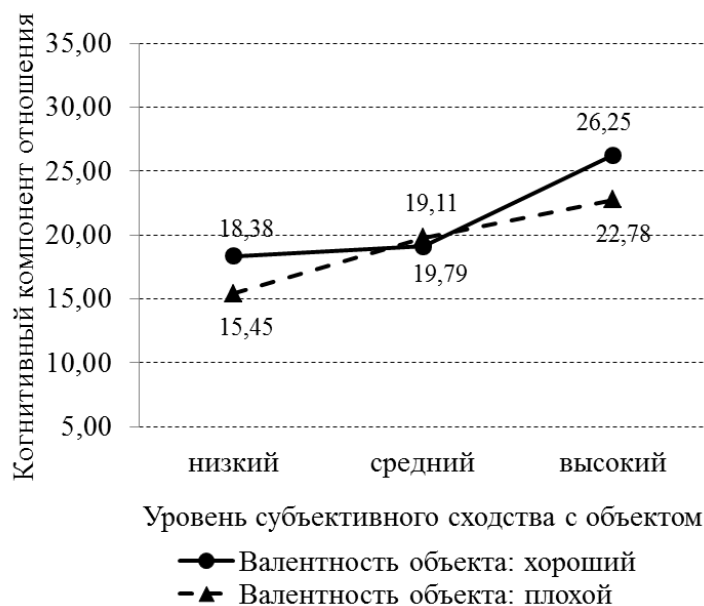


**Рис. 4.1.1.** Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель общего отношения в выборке мужчин



**Рис. 4.1.2.** Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель общего отношения в выборке женщин

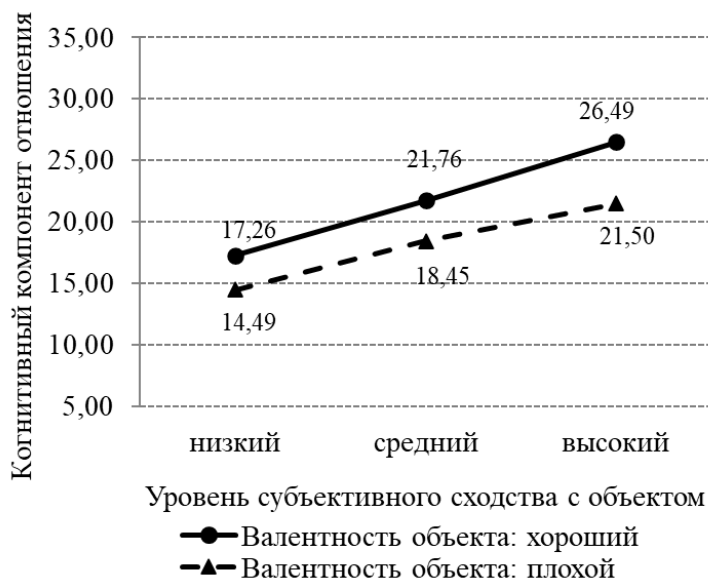
Данная закономерность имеет место и у юношей, и у девушек. При этом у юношей она справедлива для всех компонентов отношения ( $p > 0,20$ ), а по когнитивному компоненту похожий «плохой» оценивается даже выше, чем не похожий «хороший» ( $p < 0,05$ ) (рис. 4.1.3).



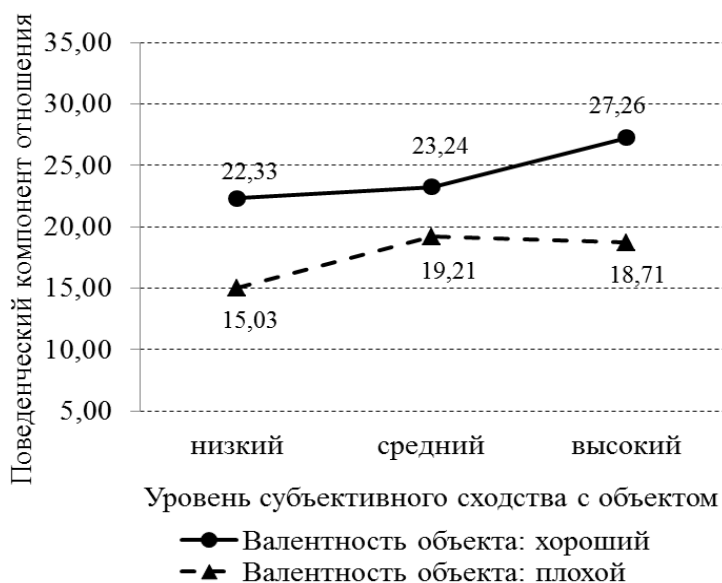
**Рис. 4.1.3.** Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель когнитивного отношения в выборке мужчин

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 (рис. 1.4.4), но исчезает в случае эмоциональной и поведенческой (рис. 4.1.5) оценки ( $p < 0,05$ ).

Другими словами, на уровне когнитивного компонента юноши и девушки считают, что похожий на них «плохой» человек лучше, чем не похожий на них «хороший». При этом юноши эмоционально принимают похожего «плохого» и готовы взаимодействовать с ним так же, как и с непохожим на себя «хорошим» юношей. Девушки же демонстрируют негативное эмоциональное отношение к похожей на себя «плохой» девушке и не готовы взаимодействовать с ней так же, как с «хорошей», несмотря на осознаваемое сходство характеров.



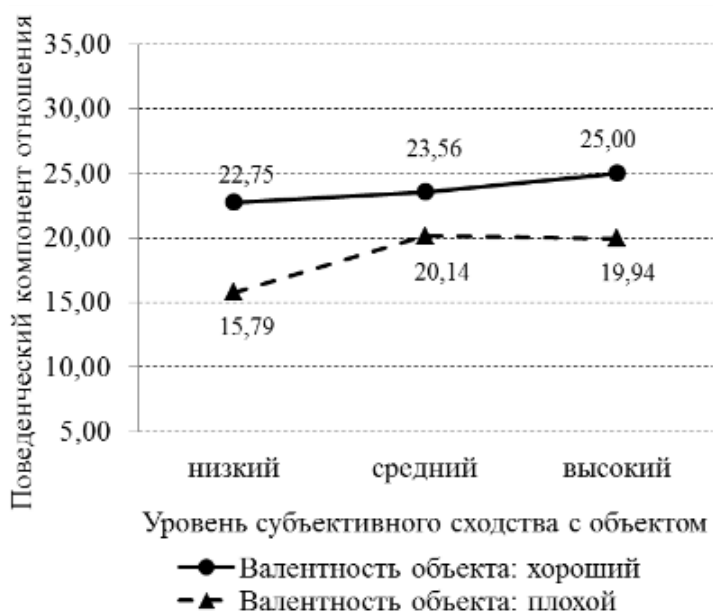
**Рис. 4.1.4.** Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель когнитивного отношения в выборке женщин



**Рис. 4.1.5.** Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель поведенческого отношения в выборке женщин

Post-hoc сравнения показали также, что при разных уровнях субъективного сходства с объектом у девушек сохраняется значимое (либо близкое к значимому) различие между положительной оценкой «хорошей» и отрицательной оценкой

«плохой» личности. У юношей прослеживается та же закономерность, которая нарушается лишь в случае когнитивного компонента отношения при средней оценке сходства с объектом (рис. 4.1.3). По мере роста субъективного сходства с объектом его оценка по всем компонентам отношения становится выше, причем это прослеживается в равной мере и в отношении к «хорошему», и в отношении к «плохому» объекту. Небольшое исключение составляет оценка юношами «хорошего» юноши по поведенческому компоненту: по мере роста субъективного сходства оценки по данному компоненту не меняются ( $p > 0,05$ ), оставаясь стабильно высокими (рис. 4.1.6). Это свидетельствует о том, что юноши выражают высокую готовность общаться с «хорошим» юношей независимо того, насколько похожим на себя они его считают.



**Рис. 4.1.6.** Совместные эффекты факторов субъективного сходства с объектом и личностной валентности объекта на показатель поведенческого отношения в выборке мужчин



*Часть 3. Опосредующие эффекты объективного сходства с объектом восприятия*

В табл. 4.1.7 представлены результаты анализа взаимодействий фактора объективного сходства с объектом восприятия и фактора личностной валентности объекта по переменной общего отношения.

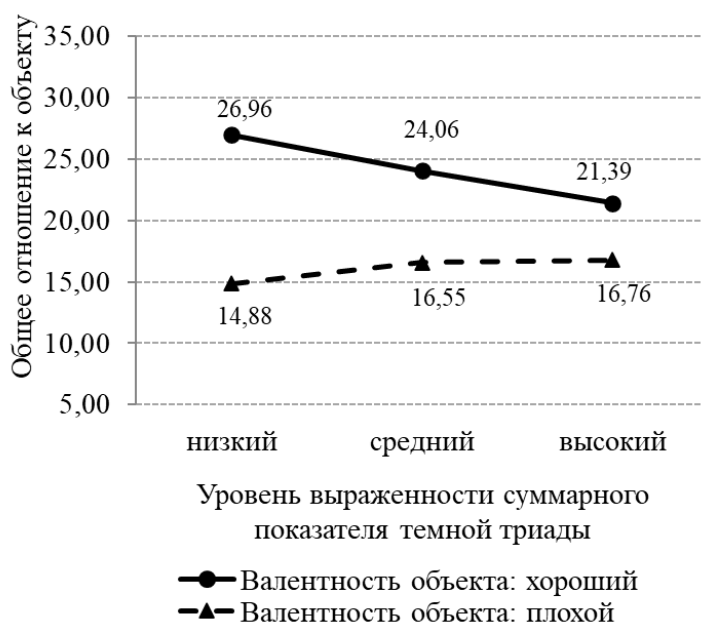
**Таблица 4.1.7.** Взаимодействия факторов объективного сходства с объектом и личностной валентности объекта по переменной общего отношения

Сочетания независимых переменных (межгрупповых факторов)	Выборка юношей				Выборка девушек			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
Негативные черты субъекта x валентность объекта	2,32	0,10	0,70	0,63	11,07	>0,001	1,54	0,18
Макиавеллизм субъекта x валентность объекта	0,37	0,69	0,30	0,91	7,60	<0,001	1,50	0,19
Нарциссизм субъекта x валентность объекта	0,64	0,53	0,62	0,68	6,72	<0,01	0,87	0,50
Психопатия субъекта x валентность объекта	3,64	0,03	1,42	0,22	2,99	0,05	1,00	0,42

Взаимодействия факторов личностной валентности объекта и субъекта восприятия по переменной общего отношения у девушек оказались значимыми для всех негативных черт ( $p < 0,006$  с учетом поправки Бонферрони), кроме психопатии, а у юношей – незначимыми.

Результаты post-hoc тестов показали, что объективно диагностируемое личностное сходство объекта и субъекта восприятия в целом не меняет соотношения между негативной оценкой общего отношения к «плохой» и позитивной оценкой общего отношения к «хорошей» личности. Разница между ними остается статистически значимой ( $p < 0,05$ ) при любом уровне объективного сходства с объектом и в мужской, и в женской выборках.

У девушек более позитивное отношение к «хорошей», чем к «плохой» девушке сохраняется при росте всех трех негативных черт, однако значимость различий в оценках обнаруживает тенденцию к снижению, что визуально прослеживается на рис. 4.1.7.

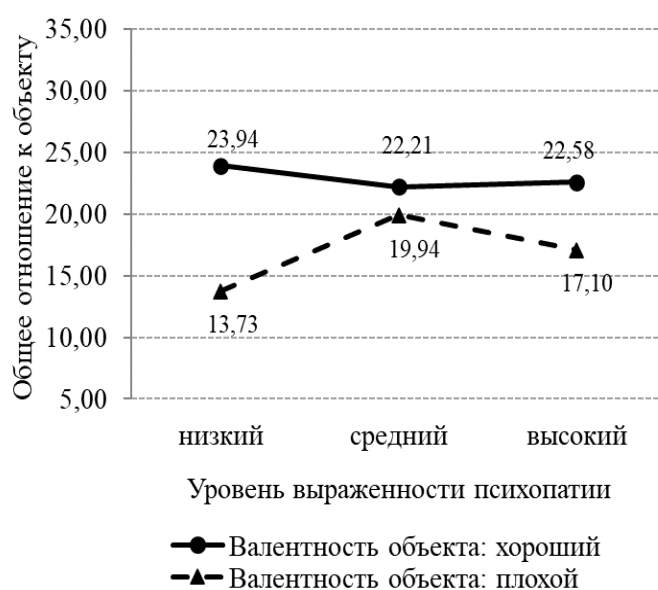


**Рис. 4.1.7.** Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по негативным чертам и личностной валентности объекта на показатель общего отношения в выборке женщин

У юношей при росте макиавеллизма и нарциссизма наблюдается относительная стабильность разницы в отношении к «хорошему» и «плохому» юноше и значимое (радикальное) расхождение в их оценках при контрастных уровнях психопатии ( $p < 0,01 \div 0,001$ ). На рис. 4.1.8 видно, что при среднем уровне психопатии у юношей отмечается исчезновение различий в оценочном отношении к объектам с разной личностной валентностью ( $p > 0,20$ ).

Post-hoc анализ отношения к «хорошей» личности выявил, что у юношей при разном уровне выраженности негативных личностных черт отношение к «хорошему» юноше не меняется, оставаясь стабильно высоким, как, например, на рис. 4.1.8 (сплошная линия на графике), а у девушек – значимо снижается и

достигает минимума при высоком уровне любой негативной черты, как, например, на рис. 4.1.7 (сплошная линия на графике). Отношение к «плохой» личности у девушек является стабильно негативным и не обнаруживает изменений при росте сходства с ней по любой негативной черте, как, например, на рис. 4.1.7 (пунктирная линия на графике). У юношей при общей стабильно низкой оценке «плохого» объекта все же проявляется более положительное отношение к нему при росте психопатии от низкого к среднему уровню (рис. 4.1.8, пунктирная линия на графике).



**Рис. 4.1.8.** Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по психопатии и личностной валентности объекта на показатель общего отношения в выборке мужчин

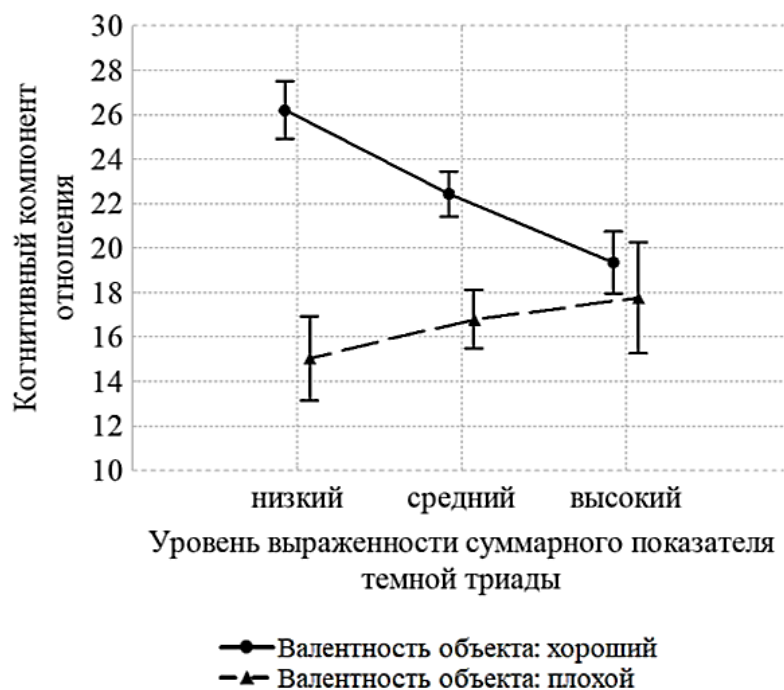
В табл. 4.1.8 представлены результаты анализа взаимодействий фактора объективного сходства с объектом восприятия и фактора личностной валентности объекта восприятия по переменной когнитивного отношения.

**Таблица 4.1.8.** Взаимодействия факторов объективного сходства с объектом и личностной валентности объекта по переменной когнитивного отношения

Сочетания независимых переменных (межгрупповых факторов)	Выборка юношей				Выборка девушек			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
Негативные черты субъекта x валентность объекта	1,36	0,26	0,92	0,47	14,43	<0,001	3,44	<0,01
Макиавеллизм субъекта x валентность объекта	3,01	0,06	0,70	0,63	9,53	<0,001	3,96	<0,01
Нарциссизм субъекта x валентность объекта	0,34	0,71	1,58	0,18	6,35	0,002	6,35	<0,01
Психопатия субъекта x валентность объекта	1,60	0,21	0,56	0,73	7,07	<0,001	2,61	0,02

Взаимодействия факторов личности объекта и субъекта восприятия по когнитивному компоненту отношения у девушек также оказались значимыми для всех негативных черт ( $p < 0,006$  с учетом поправки Бонферрони), а у юношей – незначимыми. В то же время необходимо отметить, что дисперсии показателей когнитивного отношения в сравниваемых подгруппах девушек оказались несопоставимыми за счет большого разброса оценок «плохого» объекта в подгруппах девушек с высоким уровнем темной триады (см. рис. 4.1.9). Таким образом, в выборке девушек обнаруженные взаимодействия факторов можно оценивать как значимые лишь для ограниченного числа сравнений.

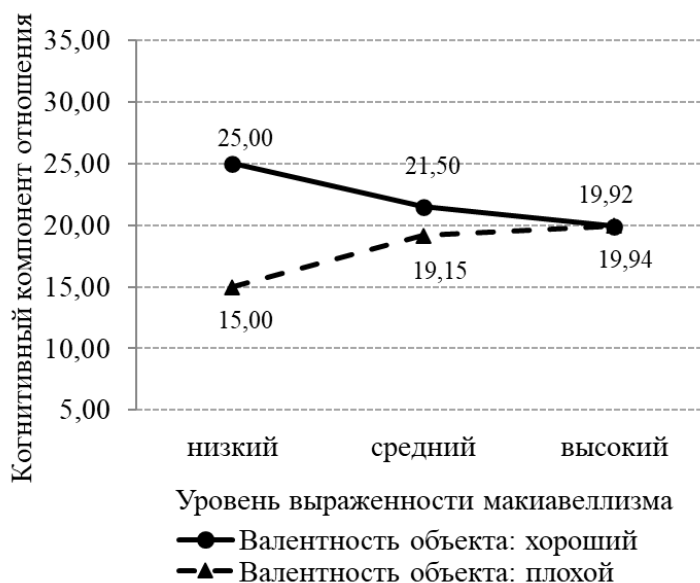
Результаты post-hoc тестов показали, что объективно диагностируемое личностное сходство объекта и субъекта восприятия элиминирует статистически значимое различие между отрицательной когнитивной оценкой «плохой» и положительной когнитивной оценкой «хорошей» личности ( $p > 0,05$ ) как в выборке мужчин, так и в выборке женщин.



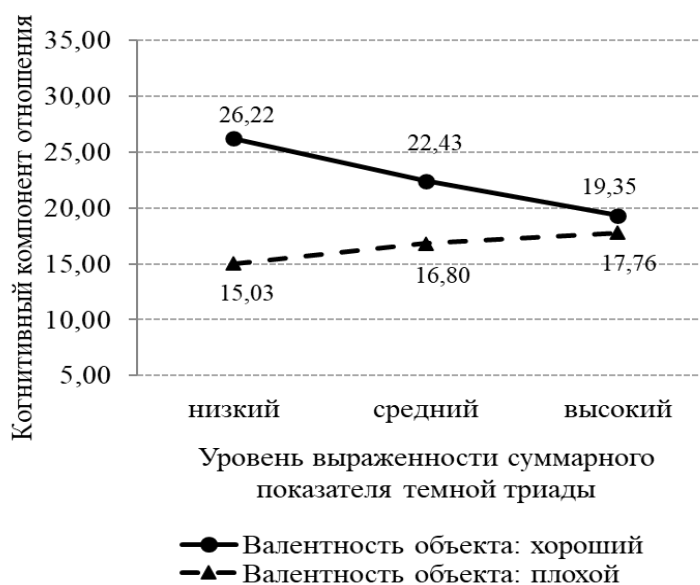
**Рис. 4.1.9.** Сравнительное отображение дисперсий показателей когнитивного компонента отношения к «хорошему» и «плохому» объекту при разном уровне выраженности темной триады в выборке женщин

Юноши обнаруживают одинаковое когнитивное отношение к «хорошему» и «плохому» объекту уже при среднем уровне «темных» черт. Наиболее ярко это проявляется при росте макиавеллизма (рис. 4.1.10). В свою очередь, у девушек когнитивная дифференциация «хорошей» и «плохой» личности демонстрирует как бы большую инерционность, сохраняясь при низком и среднем уровне «темных» черт и исчезая лишь при их высоком уровне (рис. 4.1.11).

Исключение из этой общей тенденции в выборке девушек наблюдается по показателю нарциссизма: при его высокой выраженности разница в когнитивной оценке «хорошей» и «плохой» девушки снижается, однако остается статистически значимой ( $p < 0,05$ ). Можно предположить, что это объясняется специфическим проявлением женского нарциссизма, который в большей степени связан со стремлением к социальному одобрению, то есть более нормативен, чем мужской.



**Рис. 4.1.10.** Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по макиавеллизму и личностной валентности объекта на показатель когнитивного отношения в выборке мужчин



**Рис. 4.1.11.** Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по негативным чертам и личностной валентности объекта на показатель когнитивного отношения в выборке женщин

По нашим данным, собранным на той же выборке, но не вошедшим в настоящее исследование, у женщин показатель социальной желательности по методике диагностики социально-психологической адаптации Роджерса-Даймонд в тенденции оказался выше, чем у мужчин ( $t = 1,82, p < 0,07$ ). Более того, у женщин

показатель нарциссизма обнаружил положительную корреляцию со шкалой социальной желательности ( $r = 0,11$ ,  $p < 0,05$ ), а у мужчин корреляция между данными показателями оказалась незначимой ( $r = 0,02$ ,  $p > 0,80$ ).

В табл. 4.1.9 представлены результаты анализа взаимодействий фактора объективного сходства с объектом восприятия и фактора личностной валентности объекта по переменной эмоционального отношения.

**Таблица 4.1.9.** Взаимодействия факторов объективного сходства с объектом и личностной валентности объекта по переменной эмоционального отношения

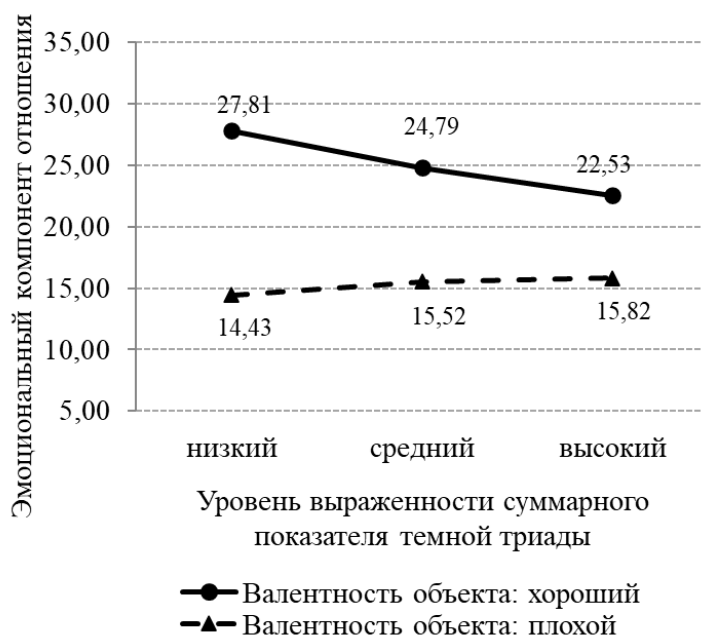
Сочетания независимых переменных (межгрупповых факторов)	Выборка юношей				Выборка девушек			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
Негативные черты субъекта x валентность объекта	4,14	0,02	2,56	0,03	7,17	<0,001	1,58	0,17
Макиавеллизм субъекта x валентность объекта	0,17	0,85	0,47	0,79	5,45	<0,01	2,13	0,06
Нарциссизм субъекта x валентность объекта	1,91	0,16	1,28	0,28	5,23	<0,01	0,75	0,58
Психопатия субъекта x валентность объекта	4,68	0,01	1,37	0,25	1,20	0,30	1,62	0,15

Взаимодействия факторов личности объекта и субъекта восприятия по эмоциональному компоненту отношения у девушек оказались значимыми для всех негативных черт ( $p < 0,006$  с учетом поправки Бонферрони), кроме психопатии, а у юношей – только для психопатии ( $p < 0,05$ ) и интегративного ( $p < 0,05$ ) показателя темной триады, однако последнее сомнительно из-за несопоставимости дисперсий (за счет большого разброса оценок «хорошего» объекта в подгруппах юношей с низким уровнем темной триады).

Результаты post-hoc тестов показали, что объективно диагностируемое личностное сходство объекта и субъекта восприятия в целом не меняет соотношения между негативной эмоциональной оценкой «плохой» и позитивной

эмоциональной оценкой «хорошей» личности. И юноши, и девушки обнаруживают стабильные статистически значимые различия ( $p < 0,05$ ) в эмоциональных оценках «хорошего» и «плохого» объекта своего пола при любом уровне выраженности негативных личностных черт. Тенденции к снижению значимости различий в эмоциональных оценках объекта при росте негативных черт субъекта не наблюдается.

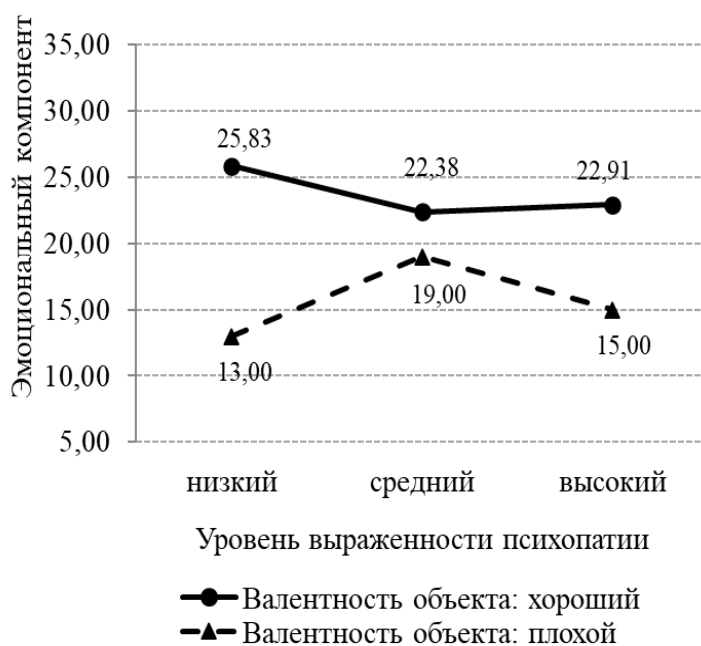
При усилении негативных черт эмоциональная оценка «хорошей» личности у юношей не меняется, а у девушек снижается до минимума при высоком уровне каждой негативной черты, как, например, на рис. 4.1.12 (сплошная линия на графике). Эмоциональное отношение к «плохой» личности у девушек остается неизменно низким, не меняясь при росте негативных личностных черт (рис. 4.1.12, пунктирная линия на графике).



**Рис. 4.1.12.** Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по негативным чертам и личностной валентности объекта на показатель эмоционального отношения в выборке женщин

У юношей прослеживается та же тенденция, которая, однако, нарушается при росте психопатии: наиболее позитивное эмоциональное отношение к «плохому» объекту наблюдается у респондентов мужского пола при среднем уровне собственной психопатии (рис. 4.1.13).





**Рис. 4.1.13.** Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по психопатии и личностной валентности объекта на показатель эмоционального отношения в выборке мужчин

В табл. 4.1.10 представлены результаты анализа взаимодействий фактора объективного сходства с объектом восприятия и фактора личностной валентности объекта по переменной поведенческого отношения.

**Таблица 4.1.10.** Взаимодействия факторов объективного сходства с объектом и личностной валентности объекта по переменной поведенческого отношения

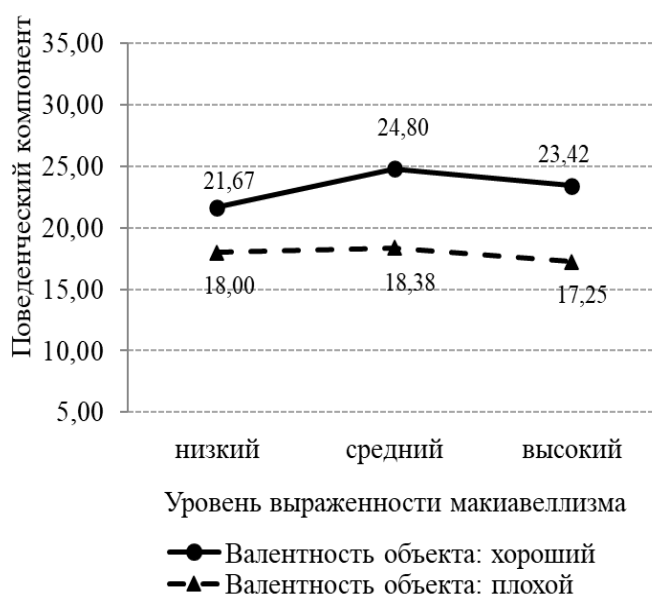
Сочетания независимых переменных (межгрупповых факторов)	Выборка юношей				Выборка девушек			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
Негативные черты субъекта x валентность объекта	2,21	0,12	0,65	0,66	6,57	0,002	1,52	0,18
Макиавеллизм субъекта x валентность объекта	0,23	0,80	1,35	0,25	4,51	0,01	1,03	0,40
Нарциссизм субъекта x валентность объекта	0,43	0,65	1,10	0,37	5,14	0,007	1,06	0,38

Сочетания независимых переменных (межгрупповых факторов)	Выборка юношей				Выборка девушек			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
Психопатия субъекта х валентность объекта	3,04	0,06	2,83	0,02	1,10	0,34	1,10	0,36

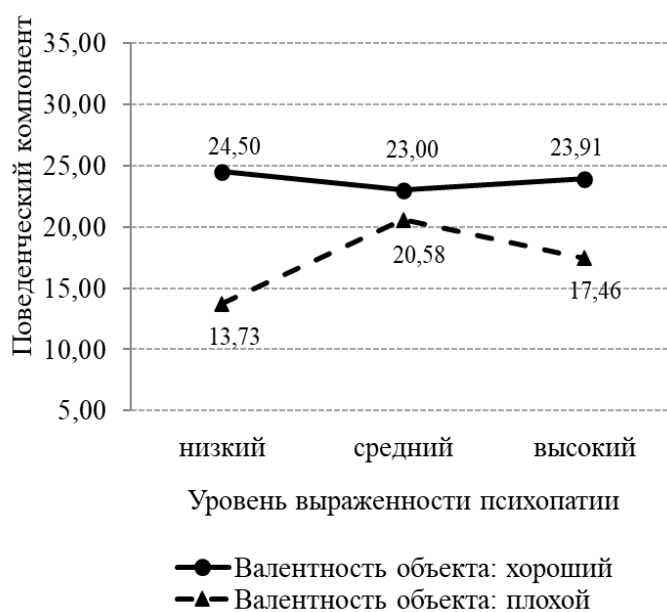
Взаимодействия факторов личности объекта и субъекта восприятия по поведенческому компоненту отношения у девушек оказались значимыми только для интегративного показателя темной триады ( $p < 0,006$  с учетом поправки Бонферрони), а у юношей – незначимыми. Обнаруженная несопоставимость дисперсий поведенческого отношения у юношей с разным уровнем психопатии образовалась за счет большего разброса в оценках «хорошего», чем «плохого» объекта.

Результаты post-hoc тестов показали, что у девушек наблюдаются стабильные статистически значимые различия в поведенческих оценках «хорошей» и «плохой» девушки, которые обнаруживают уже описанную выше визуальную тенденцию к схождению (уменьшению контрастности) с увеличением выраженности всех негативных черт. У юношей аналогичные результаты наблюдаются только при росте нарциссизма. В свою очередь, рост личностного макиавеллизма юношей способствует усилению контраста между демонстрируемой ими высокой готовностью взаимодействовать с «хорошим» и низкой готовностью взаимодействовать с «плохим» объектом (рис. 4.1.14). Вероятно, это связано с тем, что для макиавеллиста взаимодействие с «темной» личностью представляется менее перспективным с точки зрения манипулятивного воздействия на нее.

При усилении личностной психопатии у юношей наблюдались аналогичные обнаруженным ранее (см. рис. 4.1.8 и 4.1.13) расхождения в оценках поведенческого параметра отношения к «хорошей» и «плохой» личности: при среднем уровне личностной психопатии юноши выражают одинаковую готовность к взаимодействию как с «хорошим», так и с «плохим» объектом (рис. 4.1.15).



**Рис. 4.1.14.** Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по макиавеллизму и личностной валентности объекта на показатель поведенческого отношения в выборке мужчин



**Рис. 4.1.15.** Совместные эффекты факторов объективного сходства с объектом по психопатии и личностной валентности объекта на показатель поведенческого отношения в выборке мужчин

Как и в случае с другими показателями отношения, поведенческая оценка «хорошей» личности у юношей не обнаруживала значимых изменений, а у девушек снижалась до минимума при высоком уровне каждой негативной черты. Поведенческое отношение к «плохой» личности у девушек оставалось неизменно низким при всех уровнях выраженности макиавеллизма и психопатии и лишь немного улучшалось при росте нарциссизма ( $p < 0,07$ ). У юношей поведенческое отношение к «плохой» личности не менялось при разных уровнях макиавеллизма и нарциссизма, оставаясь стабильно низким, но обнаруживало рост при усилении личностной психопатии (рис. 4.1.15).

#### *4.1.4. Обсуждение*

Результаты, полученные в исследовании, свидетельствуют о том, что личностное сходство с воспринимаемым Другим является существенным фактором формирования отношения к нему. В случае, когда это сходство осознается и констатируется самим субъектом восприятия, его влияние на отношение к Другому становится решающим – вплоть до того, что объективно отрицательный, но воспринимаемый как «похожий на меня» человек, на рациональном уровне начинает оцениваться более высоко, чем объективно положительный, но «не похожий на меня». На наш взгляд, обнаруженное схождение оценок «хорошего» и «плохого» можно трактовать двояким образом.

Во-первых, оно проявляет себя, по всей видимости, как частный случай ингруппового фаворитизма, который выражается в более позитивном отношении к ин-группе по сравнению с аут-группой [см. Балева, 2018; Bettencourt et al., 2001]. В исследованиях данного феномена было обнаружено, что ингрупповая предвзятость наблюдается при осознании общности с другими людьми (возникновению «мы-чувства») на основании сходства с ними по любому, даже формальному, критерию [Tajfel, 1969]. По всей видимости, сходство характеров также может являться основанием для осознания себя в качестве «одного из» условной группы «робких», «настойчивых», «беспринципных» и т.д. Во-вторых, можно предположить, что такое перцептивное искажение носит защитный

характер и направлено на поддержание самоуважения. В этом случае обнаруженный феномен становится в один ряд с другими стратегиями защиты самооценки [см. John, Robins, 1994; Stanovich et al., 2013]. С другой стороны, защитный характер переоценки похожего Другого может являться не столько следствием, сколько побочным логическим эффектом предрасположения в пользу своего Я, возникающим по принципу когнитивного консонанса: «Я – хороший. Он – такой же, как я. Значит, он тоже хороший» или «Я – хороший. Он совсем не такой, как я. Значит, он плохой».

Объективное личностное сходство с объектом, не выведенное на уровень сознания, не дает столь отчетливого смещения оценок «хорошего» и «плохого», как субъективно воспринимаемое сходство. На наш взгляд, это можно объяснить существующей разницей между когнитивным и эмоциональным компонентами самооценки. Так, рационально признавая определенные черты своего характера, эмоционально человек может по-разному относиться к ним: принимать одни и отвергать другие. Наблюдая в Другом собственные эмоционально отвергаемые черты, человек бессознательно «предпочтет не заметить» свое сходство с этим Другим, на уровне сознания выразив это отторжение в низкой оценке похожего «плохого» Другого. Такая интерпретация косвенно подтверждается двумя фактами, полученными в нашем исследовании. Во-первых, как показал корреляционный анализ, человек в большей степени готов признавать сходство с «хорошей», чем с «плохой» личностью. Во-вторых, когнитивный компонент отношения к Другому оказался наиболее чувствительным к вмешательству фактора объективного сходства, а эмоциональный компонент, наоборот, оказался наиболее устойчивым. Это согласуется с данными о сходстве с Другим на уровне Я-идеального [LaPrelle et al., 1990].

Еще один примечательный факт, полученный в нашем исследовании, свидетельствует о том, что усиление выраженности «темных» черт субъекта может приводить к схождению оценок «хорошей» и «плохой» личности, причем такое схождение и у юношей, и у девушек отчетливо проявляется на уровне когнитивного компонента отношения, а у девушек (в тенденции) затрагивает

также эмоциональный и поведенческий компоненты. Концептуальная основа нашего исследования, предполагающая трактовку оценки объекта восприятия в пространстве Я–Другой, позволяет предположить, что феномен такого схождения можно объяснить, скорее, в терминах общих законов социальной перцепции, нежели нравственной деформации «темной» личности. На наш взгляд, схождение оценок «хорошего» и «плохого» человека в восприятии «темного» субъекта является ослабленным вариантом их инверсии в случае субъективно декларируемого таким субъектом сходства с «плохим» и объясняется описанными выше феноменами ингруппового фаворитизма и защиты самооценки. Важно отметить, что обнаруженный эффект схождения у юношей и девушек обеспечивался разной логикой формирования перцептивных установок: у юношей – за счет улучшения отношения к «плохому» юноше, а у девушек – за счет ухудшения отношения к «хорошей» девушке. На основании имеющихся статистических результатов сложно судить, насколько закономерны или, наоборот, случайны эти гендерные особенности, однако можно выдвинуть гипотезу о гендерной обусловленности восходящих и нисходящих Я-сравнений [Mussweiler et al., 2004]. Можно предположить также, что «женская» и «мужская» логика в данном случае имеет адаптивный характер, связанный с более рискованной стратегией сближения с «таким же плохим, как я» у мужчин и менее рискованной стратегией избегания «такой же плохой, как я» у женщин.

В мужской выборке формирование отношения к объекту характеризовалось еще одной специфической особенностью, не наблюдавшейся в выборке женщин: при контрастных уровнях оценки субъективного сходства с объектом, а также при контрастной (низкой и высокой) выраженности психопатии у мужчин наблюдались наиболее радикальные (т.е. расходящиеся) оценки «хорошей» и «плохой» личности. При среднем уровне субъективного и объективного (по психопатии) сходства с объектом эти оценки были менее контрастными (т.е. сходились). На наш взгляд, средний уровень субъективного сходства с объектом можно представить как неопределенность его восприятия. Субъект в данном случае не может однозначно описать ни «хорошего», ни «плохого» объекта, как бы

говоря: «Я не знаю, какой он – ни в сравнении со мной, ни как другая личность». Средний уровень объективного сходства с объектом по показателю психопатии отражает средний уровень выраженности данной черты и свидетельствует о нечеткой сформированности у субъекта этических норм. По всей видимости, ситуация идентификационной и этической неопределенности вызывает у юношей затруднения при оценке образа Другого. У девушек же восприятие «хорошей» и «плохой» личности является более устойчивым к перцептивной размытости образа Другого и собственных этических установок. На этом основании можно предположить, что механизм самоидентификации (интроспективного типа обработки информации) в процессе социальной перцепции играет у женщин менее значимую роль, то есть они в меньшей степени, чем мужчины, судят о Другом «по себе» и в большей степени ориентируются на некие стереотипные представления о «хорошем» и «плохом».

Таким образом, проведенное нами исследование выявило, что при формировании субъективного отношения к представителю своего пола человек в равной мере ориентируется на его личностную валентность и степень осознаваемого характерологического сходства с ним. В ситуации конкуренции перцептивных дихотомий эгоцентрические характеристики объекта «похожий на меня – не похожий на меня» обладают способностью смешивать и изменять базовые оценки «хорошего» и «плохого» человека. Объективное сходство с объектом восприятия обнаруживает ослабленный вариант такого эффекта, который проявляется в схождении оценок «хорошего» и «плохого» Другого.

Обнаружено также, что усиление выраженности темнотриадических проявлений субъекта восприятия может приводить к схождению оценок «хорошей» и «плохой» личности [ср.: Корниенко и др., 2018], причем такое схождение и у юношей, и у девушек отчетливо проявляется на уровне когнитивного компонента отношения, а у девушек (в тенденции) затрагивает также эмоциональный и поведенческий компоненты. Обнаруженный эффект оценочного схождения у юношей и девушек обеспечивается разной логикой формирования перцептивных установок: у юношей – за счет улучшения

отношения к «плохому» юноше, а у девушек – за счет ухудшения отношения к «хорошей» девушке. Ситуация идентификационной и этической неопределенности вызывает у юношей затруднения при оценке образа Другого. У девушек же восприятие «хорошей» и «плохой» личности является более устойчивым к перцептивной размытости образа Другого и собственных этических установок.

Распространение результатов нашего исследования на процессы социальной перцепции Другого имеет определенные ограничения. Во-первых, идентификация качественной специфики личности субъекта и объекта восприятия осуществлялась нами по чертам темной триады и, соответственно, не может оцениваться как исчерпывающее описание личности. Во-вторых, при определении понятий личностного сходства / различия субъекта и объекта восприятия темнотриадические черты субъекта дифференцировались, а объекта – нет. Таким образом, сложно сказать, свидетельствует ли высокая выраженность нарциссизма у субъекта восприятия показателем его совпадения с «плохим» объектом именно по нарциссизму, т.е. какими именно чертами – одними и теми же или разными – определяется личностное сходство / различие субъекта и объекта. Третье ограничение определяется возрастными характеристиками выборки.

## **4.2. Физическая привлекательность как опосредующий фактор восприятия «хорошего» и «плохого» Другого<sup>13</sup>**

### *4.2.1. Постановка проблемы*

Внешность является наиболее броским наблюдаемым признаком человека, позволяющим определенным образом дифференцировать, выделить его из общей массы других людей [см. Балева, 2019б]. В случае, когда внешность является единственным источником информации о человеке, когда нет никаких сведений о

---

<sup>13</sup> Излагается по результатам собственного опубликованного исследования [Балева, 2019б].



его поведении, статусе, личностных качествах и убеждениях [см. Лабунская, 2010], формирование отношения к нему осуществляется по упрощенной схеме, включающей параметры «свой» – «чужой» [Лабунская, 2016; Погонцева, 2013; Погонцева, Прокопьева, 2017; Cheng et al., 2001] и «красивый» – «некрасивый» [Бодалев, 1982; Погонцева, 2011; Погонцева, Лабунская, 2016]. Дальнейшая калибровка первоначально сформированного впечатления происходит с учетом нового опыта, однако испытывает на себе влияние первого впечатления [Zebrowitz, Montepare, 2008].

Как правило, исследования особенностей первого впечатления, связанного с формированием суждений о другом человеке и отношения к нему, реализуются по классической схеме социальной перцепции и носят в основном феноменологический характер: изучаются корреляты между внешне наблюдаемыми признаками и ненаблюдаемыми свойствами, приписываемыми объекту восприятия. В последнее время все чаще появляются исследования первого впечатления, основанные на демонстрации фиксированных поведенческих стратегий объекта восприятия [Bergsieker et al., 2010; Sezer et al., 2018]. Как правило, восприятие внешней привлекательности и личностной самопрезентации не сталкиваются в исследовательских процедурах в качестве стимульных объектов, что не позволяет отследить их сравнительный вклад в формирование целостного перцептивного образа. В нашем исследовании мы используем смешанную схему стимульного предъявления и пытаемся изучить конкурирующее влияние двух переменных: внешней привлекательности и контрастной самопрезентационной валентности объекта восприятия («хороший» – «плохой») на формирование представлений о чертах его личности и общего отношения к нему. Результаты восприятия фиксируются в разных сочетаниях факторов пола воспринимающего субъекта и оцениваемого объекта.

*Цель* настоящего исследования [см. Балева, 2019б] заключалась в выявлении опосредующей роли субъективной оценки внешней привлекательности «хорошего» и «плохого» человека в формировании суждений о его личности и отношения к нему.

В исследовании тестировалась следующая *гипотеза*. Физическая привлекательность объекта восприятия 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 их базовыми оценками. Наибольшая выраженность опосредующего эффекта красоты будет наблюдаться в отношении объекта противоположного пола.

#### 4.2.2. Метод

*Описание выборки.* В исследовании приняли участие 462 студента в возрасте от 20 до 24 лет ( $M = 20,38$ ,  $SD = 0,87$ ), из них 101 юноша (22%) и 361 девушка (78%). Участие в исследовании было добровольным, участники давали письменное согласие на обработку персональных данных.

*Процедура.* На первом этапе участникам предлагалось посмотреть видеозапись интервью студента / студентки, в ходе которого он / она устно отвечали на вопросы Короткого опросника темной триады [Егорова, 2015]. После просмотра интервью респондентам предлагалось оценить представленного в нем персонажа по ряду параметров: внешняя привлекательность и степень выраженности у него / нее определенных личностных черт, а также выразить свое отношение к нему / к ней по Шкале общего отношения к объекту восприятия [Щебетенко и др., 2007]. Показатели оценки объектов восприятия были получены с помощью вопросов о привлекательности их внешности по шкале Лайкерта, а также двух авторских методик. Первая из них – «Шкала общего отношения к объекту восприятия» [Щебетенко и др., 2007] – была направлена на оценку когнитивного, аффективного и конативного компонентов установок по отношению к объекту. Вторая методика – «Оценка черт» – представляла собой набор прилагательных, описывающих объекта восприятия через группы черт, объединенные в три блока: (1) черты темной триады (нарциссизм, психопатия, макиавеллизм); (2) черты Большой пятерки, связанные (по данным исследований) с «темными» чертами – экстраверсия, честность, сознательность, открытость

новому опыту, эмоциональность, доброжелательность; (3) фоновые свойства, иррелевантные темной триаде черт – импульсивность, воспитанность, трудолюбие, интеллект, аккуратность, оригинальность. Каждая черта была представлена двумя синонимичными прилагательными и двумя прилагательными, антонимичными каждому из них (например, нарциссизм: эгоистичный, самодовольный – бескорыстный, самокритичный). Из общего набора прилагательных были составлены равноценные списки (А) и (Б), которые предъявлялись в выборке случайным образом в соотношении 50/50. Предъявление двух вариантов обеспечивало снижение эффекта конкретных формулировок на общую оценку выраженности измеряемых свойств – по аналогии с процедурой, описанной в исследовании С. Паль и Р. Эйзера [Pahl, Eiser 2005].

*Анализ данных.* Полученные данные обрабатывались в программе STATISTICA 8.0 с использованием методов описательной статистики, t-критерия Стьюдента (для независимых групп), однофакторного и двухфакторного дисперсионного анализа и корреляционного анализа (по Пирсону). Методы описательной статистики применялись для оценки нормальности распределения показателей по критериям асимметрии и эксцесса. Т-критерий Стьюдента использовался для выявления базовых различий в оценке «хорошего» и «плохого» объекта (с учетом пола субъекта и объекта восприятия). С помощью дисперсионного анализа исследовались главные эффекты показателя внешней привлекательности и его взаимодействия с фактором личностной валентности объекта по переменным отношения к нему. С помощью корреляционного анализа исследовались взаимосвязи показателя внешней привлекательности объекта восприятия с параметрами его оценки при разных сочетаниях пола субъекта и объекта восприятия.

#### *4.2.3. Результаты*

Анализ распределения показателей после замены статистических выбросов ( $-2 \leq z \leq 2$ ) пограничными (минимальными либо максимальными) значениями нормального диапазона показал удовлетворительную картину: значения

асимметрии находились в пределах от  $|0,01|$  до  $|0,62|$ , эксцесса – от  $|0,01|$  до  $|1,18|$  (табл. 4.2.1).

**Таблица 4.2.1.** Описательная статистика показателей усредненных оценок «хорошего» и «плохого» объекта

Показатели оценки объекта:	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
Внешняя привлекательность объекта	5,25	2,11	-0,16	0,08	-0,66	0,17
Когнитивный компонент отношения	20,00	5,91	-0,06	0,08	-0,47	0,17
Аффективный компонент отношения	20,48	6,74	-0,20	0,08	-0,68	0,17
Поведенческий компонент отношения	21,05	6,42	-0,20	0,08	-0,55	0,17
Общее отношение к объекту	20,51	5,92	-0,15	0,08	-0,50	0,17
Макиавеллизм	10,34	5,05	0,10	0,08	-1,12	0,17
Нарциссизм	11,44	5,92	-0,01	0,08	<b>-1,13</b>	0,17
Психопатия	9,31	4,54	0,31	0,08	-0,98	0,17
Экстраверсия	10,97	4,06	0,05	0,08	-0,60	0,17
Честность	12,84	4,18	<b>-0,43</b>	0,08	-0,56	0,17
Сознательность	12,87	3,91	-0,29	0,08	-0,80	0,17
Открытость новому опыту	10,49	5,10	0,12	0,08	<b>-1,18</b>	0,17
Эмоциональность	9,26	3,25	0,29	0,08	0,01	0,17
Доброжелательность	12,20	4,66	-0,11	0,08	-1,02	0,17
Импульсивность	8,37	4,80	0,50	0,08	-0,92	0,17
Воспитанность	13,60	4,88	-0,47	0,08	-1,01	0,17
Трудолюбие	12,18	3,73	-0,18	0,08	-0,50	0,17
Интеллект	12,85	3,35	-0,34	0,08	0,09	0,17
Аккуратность	14,15	3,56	<b>-0,62</b>	0,08	0,29	0,17
Оригинальность	10,30	3,65	-0,11	0,08	-0,28	0,17

*Примечание.* При  $N = 462$   $As_{крит} = 0,34$ ,  $Ex_{крит} = 1,12$ . Значения асимметрии и эксцесса, превышающие критические, выделены жирным шрифтом.

В табл. 4.2.2 представлены значения t-критерия Стьюдента (с указанием уровня значимости), полученные в результате сравнения показателей оценки объекта восприятия разной валентности (в том числе с учетом пола субъекта и объекта).

Согласно данным, представленным в таблице (см. столбец «хороший» vs. «плохой»), по всем исследуемым показателям обнаруживаются статистически значимые различия в оценке «хорошего» и «плохого» объекта ( $p < 0,001$ ). «Хороший» объект выше оценивается по показателям внешней привлекательности, сходства с субъектом восприятия, всем компонентам

установки, а также честности, сознательности, доброжелательности, воспитанности, трудолюбию, интеллекту и аккуратности. «Плохой» объект оценивается выше по показателям Темной триады, экстраверсии, открытости новому опыту, эмоциональности, импульсивности и оригинальности (см. отрицательные значения t-критерия). При этом по ряду показателей различия между «плохим» и «хорошим» объектом исчезают при разных сочетаниях пола субъекта и объекта восприятия.

**Таблица 4.2.2.** Статистическая значимость различий по показателям оценки «хорошего» и «плохого» объекта с учетом пола субъекта и объекта восприятия

Показатели оценки объекта восприятия	«хороший» vs. «плохой»	Субъект отношения:			
		девушка		юноша	
		Объект оценки:			
		девушка	юноша	девушка	юноша
Внешняя привлекательность объекта	7,27 <sup>a</sup>	1,02 <sup>ns</sup>	2,18 <sup>c</sup>	1,15 <sup>ns</sup>	2,86 <sup>b</sup>
Когнитивный компонент отношения	10,69 <sup>a</sup>	9,56 <sup>a</sup>	3,64 <sup>a</sup>	1,76 <sup>d</sup>	2,19 <sup>c</sup>
Аффективный компонент отношения	19,87 <sup>a</sup>	15,71 <sup>a</sup>	8,60 <sup>a</sup>	3,64 <sup>a</sup>	5,92 <sup>a</sup>
Поведенческий компонент отношения	15,65 <sup>a</sup>	13,58 <sup>a</sup>	5,53 <sup>a</sup>	3,22 <sup>a</sup>	4,36 <sup>a</sup>
Общее отношение к объекту	16,85 <sup>a</sup>	13,83 <sup>a</sup>	6,21 <sup>a</sup>	4,43 <sup>a</sup>	4,52 <sup>a</sup>
Макиавеллизм	-40,08 <sup>a</sup>	-28,51 <sup>a</sup>	-22,38 <sup>a</sup>	-9,08 <sup>a</sup>	-10,16 <sup>a</sup>
Нарциссизм	-57,34 <sup>a</sup>	-37,96 <sup>a</sup>	-34,00 <sup>a</sup>	-13,82 <sup>a</sup>	-14,78 <sup>a</sup>
Психопатия	-35,43 <sup>a</sup>	-26,18 <sup>a</sup>	-18,10 <sup>a</sup>	-8,08 <sup>a</sup>	-7,90 <sup>a</sup>
Экстраверсия	-12,49 <sup>a</sup>	-9,40 <sup>a</sup>	-5,10 <sup>a</sup>	-3,91 <sup>a</sup>	-3,17 <sup>a</sup>
Честность	14,74 <sup>a</sup>	10,43 <sup>a</sup>	9,30 <sup>a</sup>	0,65 <sup>ns</sup>	5,74 <sup>a</sup>
Сознательность	28,33 <sup>a</sup>	22,12 <sup>a</sup>	12,16 <sup>a</sup>	6,65 <sup>a</sup>	8,36 <sup>a</sup>
Открытость новому опыту	-39,89 <sup>a</sup>	-28,55 <sup>a</sup>	-22,34 <sup>a</sup>	-10,62 <sup>a</sup>	-9,69 <sup>a</sup>
Эмоциональность	-5,78 <sup>a</sup>	-4,24 <sup>a</sup>	-4,08 <sup>a</sup>	-2,21 <sup>a</sup>	-1,78 <sup>d</sup>
Доброжелательность	23,52 <sup>a</sup>	15,92 <sup>a</sup>	14,12 <sup>a</sup>	4,49 <sup>a</sup>	6,55 <sup>a</sup>
Импульсивность	-32,37 <sup>a</sup>	-25,95 <sup>a</sup>	-15,98 <sup>a</sup>	-7,52 <sup>a</sup>	-10,26 <sup>a</sup>
Воспитанность	38,04 <sup>a</sup>	30,92 <sup>a</sup>	19,19 <sup>a</sup>	9,60 <sup>a</sup>	9,27 <sup>a</sup>
Трудолюбие	24,68 <sup>a</sup>	14,44 <sup>a</sup>	12,30 <sup>a</sup>	5,14 <sup>a</sup>	6,89 <sup>a</sup>
Интеллект	5,53 <sup>a</sup>	4,39 <sup>a</sup>	0,74 <sup>ns</sup>	1,99 <sup>c</sup>	2,00 <sup>c</sup>
Аккуратность	10,28 <sup>a</sup>	5,16 <sup>a</sup>	3,11 <sup>b</sup>	0,00 <sup>ns</sup>	3,06 <sup>b</sup>
Оригинальность	-4,35 <sup>a</sup>	-1,78 <sup>d</sup>	-2,45 <sup>d</sup>	-0,06 <sup>ns</sup>	-1,60 <sup>ns</sup>

*Примечание:* <sup>a</sup>p<0,001, <sup>b</sup>p<0,01, <sup>c</sup>p<0,05, <sup>d</sup>p<0,10, <sup>ns</sup>p>0,10; положительный знак t-критерия свидетельствует о более высокой выраженности качества у «хорошего», отрицательный знак – у «плохого» объекта восприятия.

Прежде всего, отметим, что оценка внешности «хорошей» и «плохой» девушки не обнаруживает статистически значимых различий независимо от пола субъекта восприятия, в то время как внешность «хорошего» юноши оценивается выше, чем внешность «плохого» юноши, как девушками ( $p < 0,05$ ), так и юношами ( $p < 0,01$ ). Кроме этого, пол субъекта восприятия оказывает эффект на оценку оригинальности объекта: девушки воспринимают «плохих» объектов как более оригинальных – на близком к значимому уровне ( $p < 0,10$ ), а юноши оценивают оригинальность объекта восприятия независимо от того, «хорошим» или «плохим» он является. Различия в оценке «хорошего» и «плохого» объекта исчезают также при оценке юношами честности девушек, а также при оценке девушками интеллекта юношей.

В табл. 4.2.3 приводятся результаты анализа главных эффектов внешней привлекательности объекта на показатели разных компонентов отношения к нему в подгруппе девушек.

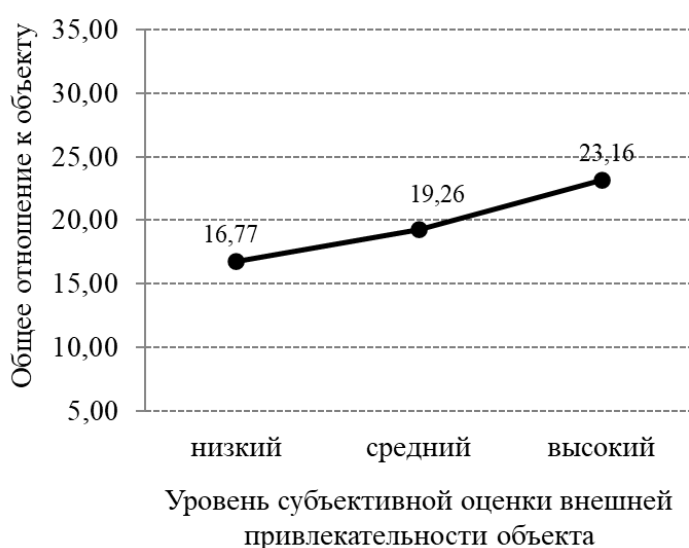
**Таблица 4.2.3.** Главные эффекты субъективной оценки внешней привлекательности объекта восприятия на показатели отношения к нему

Зависимые переменные (показатели отношения к объекту своего пола)	Объект оценки – девушка				Объект оценки – юноша			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
<i>Субъект восприятия – девушка</i>								
Когнитивный компонент отношения	25,60	<0,001	8,32	<0,001	20,58	<0,001	3,46	0,03
Эмоциональный компонент отношения	23,84	<0,001	5,57	<0,01	35,31	<0,001	0,38	0,68
Поведенческий компонент отношения	19,68	<0,001	5,38	<0,01	32,81	<0,001	1,61	0,20
Общее отношение к объекту	26,13	<0,001	7,52	<0,001	35,32	<0,001	1,43	0,24
<i>Субъект восприятия – юноша</i>								
Когнитивный компонент отношения	8,66	<0,001	2,66	0,08	12,63	<0,001	0,11	0,89
Эмоциональный компонент отношения	7,64	<0,001	2,70	0,07	8,03	<0,001	0,33	0,72
Поведенческий компонент отношения	7,45	<0,01	0,73	0,49	3,48	0,04	1,24	0,29
Общее отношение к объекту	9,61	<0,001	1,09	0,34	9,12	<0,001	0,04	0,96

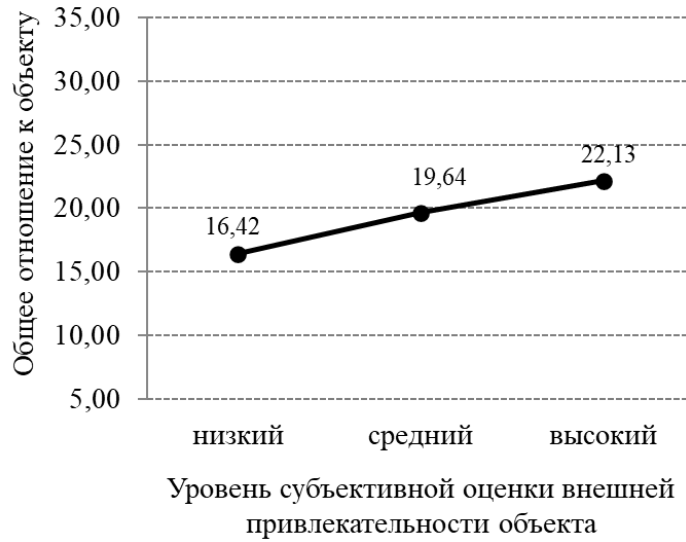
Результаты анализа свидетельствовали о наличии стабильного главного эффекта фактора внешней привлекательности объекта на формирование

отношения к нему как в женской, так и в мужской выборке ( $p < 0,017$  с учетом поправки Бонферрони). По данным *post-hoc* сравнений, отношение к более привлекательному объекту обнаруживало поступательное улучшение ( $p < 0,01 \div 0,001$ ) от низкого к высокому уровню. Небольшое исключение составил эффект внешней привлекательности юноши на его поведенческую оценку субъектами того же пола. Его выраженность можно оценить как близкую к значимой ( $p < 0,05$ ). Вместе с тем, результаты теста Левена свидетельствовали о несопоставимости дисперсий показателей оценки девушки в женской выборке – за счет более широкого размаха оценок менее привлекательного, чем более привлекательного объекта.

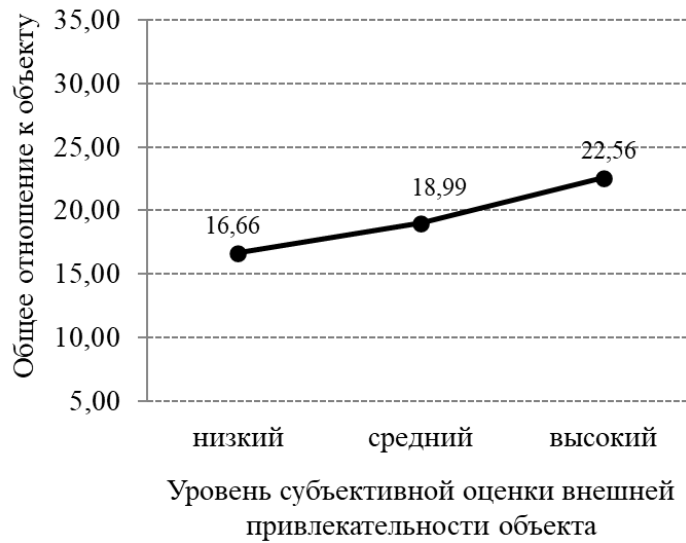
На рис. 4.2.1–4.2.4 представлено наглядное отображение эффектов внешней привлекательности объекта на показатели общего отношения к нему.



**Рис. 4.2.1.** Главный эффект внешней привлекательности объекта своего пола на показатели общего отношения к нему в выборке женщин



**Рис. 4.2.2.** Главный эффект внешней привлекательности объекта противоположного пола на показатели общего отношения к нему в выборке женщин



**Рис. 4.2.3.** Главный эффект внешней привлекательности объекта своего пола на показатели общего отношения к нему в выборке мужчин





**Рис. 4.2.4.** Главный эффект внешней привлекательности объекта противоположного пола на показатели общего отношения к нему в выборке мужчин

На приведенных рисунках визуально прослеживается единообразие закономерности общего улучшения общего отношения к объекту независимо от разных сочетаний пола субъекта и объекта восприятия.

В табл. 4.2.4 представлены результаты анализа взаимодействий факторов личностной валентности и субъективной оценки внешней привлекательности объекта восприятия по переменным отношения к нему.

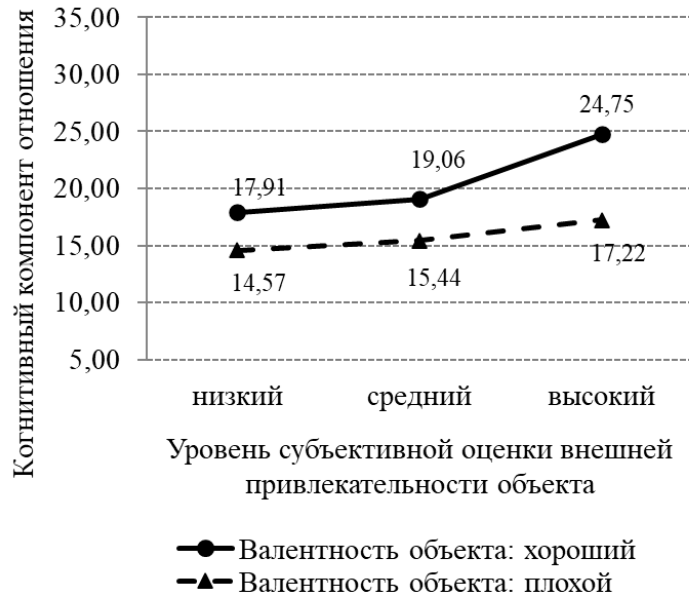
**Таблица 4.2.4.** Взаимодействия факторов личностной валентности и субъективной оценки внешней привлекательности объекта восприятия по переменным отношения к нему

Зависимые переменные (показатели отношения к объекту своего пола)	Объект оценки – девушка				Объект оценки – юноша			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
<i>Субъект восприятия – девушка</i>								
Когнитивный компонент отношения	5,07	<0,01	1,53	0,18	1,21	0,27	4,29	<0,001
Эмоциональный компонент отношения	4,93	<0,01	3,75	<0,01	0,33	0,72	1,48	0,19
Поведенческий компонент отношения	3,24	0,04	3,78	<0,01	0,12	0,89	3,24	<0,01
Общее отношение к объекту	5,26	<0,01	2,83	0,02	0,49	0,61	2,52	0,03

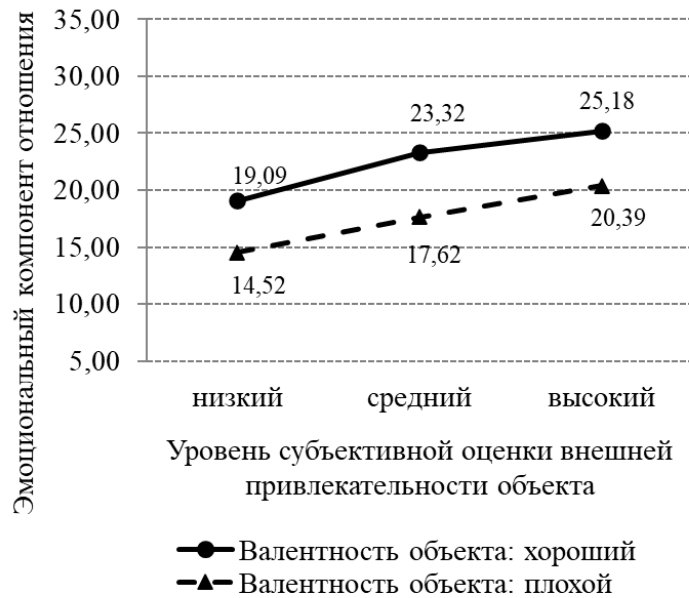
Зависимые переменные (показатели отношения к объекту своего пола)	Объект оценки – девушка				Объект оценки – юноша			
	F	p	Levene's test		F	p	Levene's test	
			F	p			F	p
<i>Субъект восприятия – юноша</i>								
Когнитивный компонент отношения	0,51	0,60	3,41	<0,01	0,02	0,98	0,80	0,55
Эмоциональный компонент отношения	1,04	0,36	2,20	0,06	2,87	0,06	1,31	0,27
Поведенческий компонент отношения	0,67	0,52	1,33	0,26	1,92	0,15	2,95	0,02
Общее отношение к объекту	0,85	0,43	2,30	0,05	1,34	0,27	3,00	0,02

Результаты анализа свидетельствовали о том, что в целом взаимодействия факторов личностной валентности и внешней привлекательности объекта по переменным отношения являются, скорее, незначимыми ( $p > 0,006$  с учетом поправки Бонферрони). Исключение составляют показатели отношения к объекту своего пола в выборке женщин ( $p < 0,01$ ). Вместе с тем тест Левена выявил невозможность сопоставления дисперсий по большинству показателей в данной подгруппе – за счет большего размаха в оценках менее привлекательной, чем более привлекательной девушки (по субъективным оценкам субъектов). Эти результаты в целом можно было бы трактовать как опровергающие гипотезу, поскольку они свидетельствуют о том, что фактор внешней привлекательности объекта «не вмешивается» в действие фактора «личностная валентность объекта», то есть негативное отношение к «плохой» и позитивное отношение к «хорошей» личности остается таковым при разных уровнях субъективной оценки ее внешней привлекательности. Однако дальнейшие post-hoc сравнения для взаимодействий с сопоставимыми дисперсиями показали результаты, поддерживающие выдвинутую гипотезу (рис. 4.2.5–4.2.9).

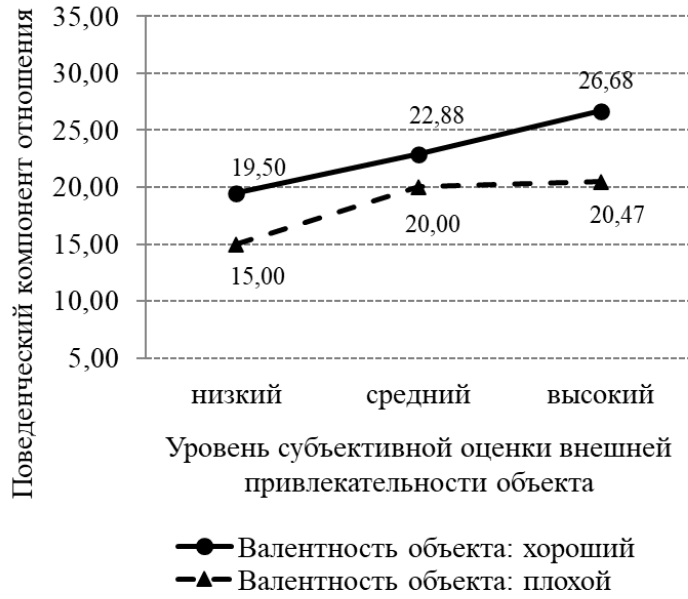
Post-hoc сравнения выраженности проанализированных компонентов отношения при оценке менее привлекательного «хорошего» и более привлекательного «плохого» объекта показали отсутствие между ними статистически значимых различий ( $p > 0,05$ ), что визуально прослеживается на всех рисунках, кроме рис. 4.2.8. Когнитивная оценка юношами внешне привлекательного «плохого» объекта своего пола оказалась даже выше оценки внешне непривлекательного «хорошего» объекта своего пола ( $p < 0,05$ ).



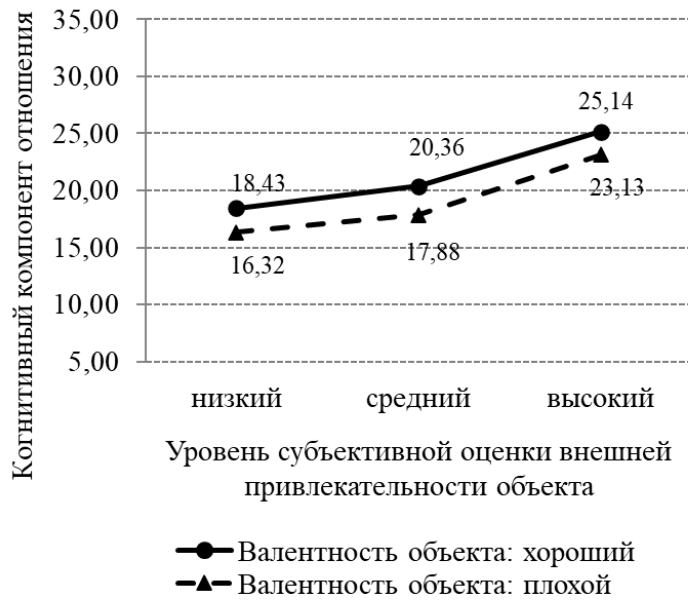
**Рис. 4.2.5.** Взаимодействия факторов личностной валентности и внешней привлекательности объекта своего пола на показатели когнитивного компонента отношения в выборке женщин



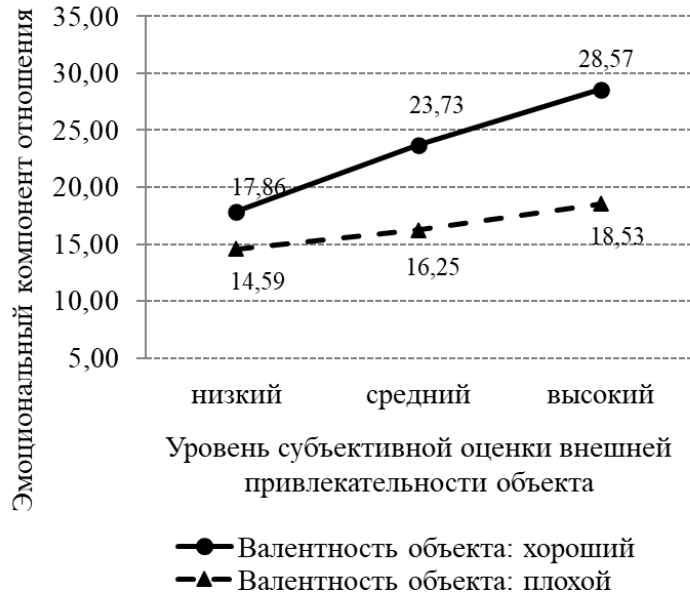
**Рис. 4.2.6.** Взаимодействия факторов личностной валентности и внешней привлекательности объекта противоположного пола на показатели эмоционального компонента отношения в выборке женщин



**Рис. 4.2.7.** Взаимодействия факторов личностной валентности и внешней привлекательности объекта противоположного пола на показатели поведенческого компонента отношения в выборке мужчин



**Рис. 4.2.8.** Взаимодействия факторов личностной валентности и внешней привлекательности объекта своего пола на показатели когнитивного компонента отношения в выборке мужчин



**Рис. 4.2.9.** Взаимодействия факторов личностной валентности и внешней привлекательности объекта своего пола на показатели эмоционального компонента отношения в выборке мужчин

С учетом несопоставимости дисперсий зависимых переменных для целого ряда сравнений и для уточнения полученных данных был дополнительно проведен корреляционный анализ взаимосвязей показателя внешней привлекательности с показателями оценки объекта во всех исследуемых группах. Его результаты представлены в табл. 4.2.5.

**Таблица 4.2.5.** Коэффициенты корреляций показателей внешней привлекательности объекта и оценок его личности в восприятии девушек

Показатели оценки личности объекта восприятия	Внешняя привлекательность объекта восприятия			
	Объект оценки:			
	девушка		юноша	
	«хорошая»	«плохая»	«хороший»	«плохой»
Когнитивный компонент отношения	0,56 <sup>a</sup>	0,18 <sup>c</sup>	0,53 <sup>a</sup>	0,37 <sup>a</sup>
Аффективный компонент отношения	0,60 <sup>a</sup>	0,25 <sup>b</sup>	0,55 <sup>a</sup>	0,49 <sup>a</sup>
Поведенческий компонент отношения	0,61 <sup>a</sup>		0,54 <sup>a</sup>	0,43 <sup>a</sup>
Общее отношение к объекту	0,64 <sup>a</sup>	0,21 <sup>c</sup>	0,59 <sup>a</sup>	0,45 <sup>a</sup>
Макиавеллизм	-0,19 <sup>b</sup>			-0,30 <sup>a</sup>
Нарциссизм	-0,15 <sup>c</sup>			

Показатели оценки личности объекта восприятия	Внешняя привлекательность объекта восприятия			
	Объект оценки:			
	девушка		юноша	
	«хорошая»	«плохая»	«хороший»	«плохой»
Психопатия	-0,30 <sup>a</sup>			-0,29 <sup>a</sup>
Экстраверсия	0,23 <sup>a</sup>		0,27 <sup>b</sup>	0,15 <sup>c</sup>
Честность	0,17 <sup>b</sup>			0,22 <sup>a</sup>
Сознательность	0,26 <sup>a</sup>			0,26 <sup>a</sup>
Открытость новому опыту	0,13 <sup>c</sup>		0,24 <sup>b</sup>	
Эмоциональность		0,29 <sup>b</sup>	0,18 <sup>c</sup>	
Доброжелательность	0,17 <sup>b</sup>	0,21 <sup>c</sup>		0,29 <sup>a</sup>
Импульсивность				-0,14 <sup>c</sup>
Воспитанность	0,20 <sup>b</sup>	0,21 <sup>c</sup>		0,35 <sup>a</sup>
Трудолюбие	0,27 <sup>a</sup>		0,20 <sup>c</sup>	0,37 <sup>a</sup>
Интеллект	0,42 <sup>a</sup>	0,20 <sup>c</sup>	0,26 <sup>b</sup>	0,29 <sup>a</sup>
Аккуратность	0,30 <sup>a</sup>	0,26 <sup>b</sup>	0,37 <sup>a</sup>	0,50 <sup>a</sup>
Оригинальность	0,43 <sup>a</sup>		0,38 <sup>a</sup>	0,26 <sup>a</sup>

Примечание: <sup>a</sup>p<0,001, <sup>b</sup>p<0,01, <sup>c</sup>p<0,05; незначимые коэффициенты корреляций опущены.

Данные, представленные в таблице, позволяют заключить, что внешность вносит положительный вклад в восприятие девушками «хорошего» и «плохого» объекта своего и чужого пола. Судя по числу корреляций, этот вклад является более выраженным для восприятия «хорошей» девушки и «плохого» юноши. Так, более привлекательная «хорошая» девушка воспринимается как более (а менее привлекательная, наоборот, – как менее) экстравертированная, честная, сознательная, открытая новому опыту, доброжелательная, воспитанная, трудолюбивая, умная, аккуратная, оригинальная, а также менее нарциссичная, макиавеллистичная и психопатичная; установки по отношению к ней являются более позитивными. Те же закономерности наблюдаются при восприятии девушками «плохого» юноши: более привлекательный носитель «темных» черт воспринимается девушками как более (а менее привлекательный, наоборот, – как менее) экстравертированный, честный, сознательный, доброжелательный, воспитанный, трудолюбивый, умный, аккуратный, оригинальный, а также менее макиавеллистичный, психопатичный и импульсивный; установки по отношению к нему также являются более позитивными. При этом, как было показано ранее (см.

табл. 4.2.2), изначально «плохой» юноша оценивается девушками как *менее* честный, сознательный, доброжелательный, воспитанный, трудолюбивый, аккуратный и *более* макиавеллистичный, психопатичный и импульсивный. Однако воспринимаемая внешняя привлекательность обеспечивает значимый сдвиг этих оценок к противоположному полюсу отношения.

В табл. 4.2.6 приводятся данные корреляционного анализа показателя внешней привлекательности объекта восприятия с показателями оценки его личностных свойств в подгруппе юношей.

**Таблица 4.2.6.** Коэффициенты корреляций показателей внешней привлекательности объекта и оценок его личности в восприятии юношей

Показатели оценки личности объекта восприятия	Внешняя привлекательность объекта восприятия			
	Объект оценки:			
	девушка		юноша	
	«хорошая»	«плохая»	«хороший»	«плохой»
Когнитивный компонент отношения	0,61 <sup>a</sup>	0,51 <sup>b</sup>	0,38 <sup>c</sup>	0,40 <sup>a</sup>
Аффективный компонент отношения	0,68 <sup>a</sup>	0,51 <sup>b</sup>	0,64 <sup>a</sup>	0,32 <sup>b</sup>
Поведенческий компонент отношения	0,59 <sup>a</sup>	0,41 <sup>c</sup>	0,50 <sup>b</sup>	0,26 <sup>c</sup>
Общее отношение к объекту	0,66 <sup>a</sup>	0,45 <sup>c</sup>	0,72 <sup>a</sup>	0,43 <sup>b</sup>
Макиавеллизм			-0,54 <sup>b</sup>	
Нарциссизм				
Психопатия	-0,26 <sup>c</sup>		-0,54 <sup>b</sup>	
Экстраверсия	0,47 <sup>a</sup>		0,40 <sup>c</sup>	
Честность				0,32 <sup>b</sup>
Сознательность			0,47 <sup>b</sup>	
Открытость новому опыту				0,26 <sup>c</sup>
Эмоциональность			0,37 <sup>c</sup>	
Доброжелательность				
Импульсивность				
Воспитанность			0,40 <sup>c</sup>	
Трудолюбие				
Интеллект				
Аккуратность	0,32 <sup>b</sup>	0,53 <sup>b</sup>	0,54 <sup>b</sup>	0,31 <sup>b</sup>
Оригинальность	0,30 <sup>c</sup>	0,62 <sup>a</sup>	0,61 <sup>a</sup>	

Примечание: <sup>a</sup>p<0,001, <sup>b</sup>p<0,01, <sup>c</sup>p<0,05; незначимые коэффициенты корреляций опущены.

Данные, представленные в таблице, позволяют заключить, что внешность вносит положительный вклад и в восприятие юношами «хорошего» и «плохого» объекта своего и чужого пола. Судя по числу корреляций, этот вклад является более выраженным для восприятия «хорошего» юноши. В случае, если он оценивается юношей-субъектом как более привлекательный внешне, он воспринимается как более экстравертированный, сознательный, эмоциональный, воспитанный, аккуратный, оригинальный и менее макиавеллистичный и психопатичный, чем менее привлекательный юноша; установки по отношению к нему также являются более позитивными. Сходные, хотя и менее выраженные закономерности наблюдаются при восприятии юношами «плохого» юноши, а также при восприятии им девушки с любой личностной валентностью.

#### *4.2.4. Обсуждение*

Обнаружено, что внешность «хорошего» юноши оценивается выше, чем внешность «плохого» юноши, а оценка внешности девушки не связана с ее личностной валентностью, то есть не зависит от того, каким человеком она является – «хорошим» или «плохим». «Хороший» человек своего пола с более привлекательной внешностью воспринимается и юношами, и девушками как более экстравертированный, сознательный, воспитанный, оригинальный, а также менее макиавеллистичный и психопатичный; установки по отношению к нему являются более позитивными. Девушки приписывают более привлекательным «хорошим» девушкам (по сравнению с менее привлекательными) также большую выраженность честности, открытости новому опыту, доброжелательности, трудолюбия, ума, аккуратности и меньшую выраженность нарциссизма. Юноши дополнительно приписывают «хорошему» привлекательному юноше большую эмоциональность. Оценивая «плохого», но внешне привлекательного юношу, девушки приписывают ему более высокую (по сравнению с менее привлекательным «плохим» юношей) экстравертированность, честность, сознательность, доброжелательность, воспитанность, аккуратность, оригинальность, а также трудолюбие и ум. Темнотриадические юноши с



привлекательной внешностью воспринимаются девушками как менее макиавеллистичные, психопатичные и импульсивные; установки по отношению к ним являются более позитивными.

В целом, полученные результаты подтверждают выдвинутую в исследовании гипотезу, свидетельствуя о том, что оценка внешности Другого как привлекательной может искажать исходную разницу в оценках личностных черт, а также нивелировать разницу в отношении к «хорошей» и «плохой» личности. Более того, на уровне когнитивного компонента более привлекательный «плохой» юноша оценивается субъектами обоего пола даже более высоко, чем менее привлекательный «хороший».

Вопреки ожиданиям, мы не обнаружили более яркого проявления эффекта внешней привлекательности при восприятии юношами и девушками объектов противоположного пола. Анализ взаимодействий факторов красоты и валентности объекта не выявил их гендерно-специфичных совместных эффектов на переменные отношения. Более того, корреляционный анализ показал большую выраженность вклада физической привлекательности в восприятие женщинами мужчины с негативной (но не позитивной) личностной валентностью и в восприятие мужчинами мужчины (но не женщины) с позитивной личностной валентностью. Эти данные ставят под сомнение эволюционное значение физической красоты, связанное с выбором здорового полового партнера.

Можно предположить, однако, что более выраженная роль красоты при восприятии женщинами «плохого», а мужчинами – «хорошего» мужчины имеет определенный адаптивный смысл. В первом случае он может быть обусловлен бессознательной «компенсацией» возможных негативных последствий выбора ненадежного партнера за счет его качественных генотипических характеристик. Во втором случае речь может идти о предпочтении более надежного друга или менее сильного и опасного конкурента, обладающего, в качестве дополнительных гарантий, признаками физического и ментального [напр., Feingold, 1992] здоровья.

Можно предположить также, что доминирование критериев красоты или моральных качеств при оценке представителя противоположного пола

характеризуется индивидуальными различиями. Они могут свидетельствовать о предпочтении долгосрочной или краткосрочной стратегии полового поведения [см. Del Giudice, 2015]. Кроме этого, можно предположить, что обнаруженные динамические эффекты физической привлекательности будут по-разному проявляться в разных возрастных группах.

### **4.3. Эффекты показателей групповой идентичности на проявления ингрупповой прототипизации и межгрупповой стереотипизации<sup>14</sup>**

#### *4.3.1. Постановка проблемы*

Процесс социальной перцепции разворачивается в пространстве двух определяющих его содержательных полюсов Я (субъекта) и Другого (объекта). С одной стороны, восприятие Другого обусловлено присущими ему характеристиками, такими как тип культуры [Ji, 2000], социально-экономический статус [Kraus, Keltner, 2013], специфика автостереотипа [McCrea et al., 2012] и др. С другой стороны, важную роль в социальной перцепции играют факторы, относящиеся к субъекту, например, доминантность [Pratto et al., 1994], авторитаризм [Crandall, 1994], интернальность [Henry et al., 1979], агрессивность [Панчехина, 2010].

Групповая самоидентификация является важной составляющей Я-концепции человека и определяет его специфическое место и роль в социальном пространстве [см. Балева, 2018]. В целом ее можно рассматривать как угол зрения на это пространство. В процессе социальной перцепции в зависимости от ответа на вопрос «Кто я?» становится понятно, кого я воспринимаю как «Другого» – как «своего» или как «чужого». И это не единственное следствие групповой самоидентификации. От ее содержания зависит и интенсивность, и валентность оценки объекта восприятия.

---

<sup>14</sup> Излагается по результатам собственного опубликованного исследования [Балева, 2018].

В реальной жизни процесс групповой самоидентификации в большой степени предопределен гендерными, культурными, религиозными, социальными и другими предпосылками. То есть группа членства часто заранее задана для индивида как его врожденными особенностями, так и обстоятельствами его жизни. В то же время за человеком остается некоторая свобода выбора, которая может проявляться в отказе от собственной национальности, смене политических убеждений или профессиональных интересов.

По существующей в социальной психологии традиции, исследования межгруппового восприятия проводятся применительно к конкретным, реально существующим социальным группам. При этом перцептивный образ каждой группы является достаточно специфичным. Как правило, исследуемый феноменологически, он не может быть предсказан заранее, однако всегда может быть проинтерпретирован постфактум, что сопряжено с риском хиндсайта [Roese, Vohs, 2012]. С одной стороны, такое положение дел представляется вполне логичным. Учитывая, что образы социальных групп определяются их родом деятельности, социальной активностью, экономическим статусом, культурными традициями и др., они разнообразны настолько, насколько своеобразны жизненные уклады социальных общностей. С другой стороны, содержательное разнообразие образов социальных групп затрудняет их научную систематизацию и обобщение и переводит проблему социальной перцепции, скорее, в область социальной антропологии.

В то же время, в социальной психологии выявлено два устойчивых феномена, достаточно стабильно проявляющиеся во взаимодействиях «Я – Другой». Речь идет о феноменах ингруппового фаворитизма (предвзятости) и аутгрупповой стереотипизации. Предвзятость, или ингрупповой фаворитизм, рассматривается как переоценка собственной группы по ряду параметров [напр., Weber, 1994]. Под стереотипизацией понимается склонность идентифицировать отдельных членов аут-группы в терминах их групповых характеристик [Hamilton et al., 1990], то есть осуществлять перенос стереотипного образа группы на ее конкретных представителей. Однако и в отношении этих феноменов вряд ли

можно выдвигать прямые гипотезы относительно их выраженности при восприятии конкретного социального объекта. В каком случае ингрупповая предвзятость будет выше, а в каком – ниже? От чего зависит ослабление стереотипизации? Предварительные предположения об интенсивности данных феноменов являются затруднительными в силу многофакторной обусловленности процессов социальной перцепции.

Прямое измерение выраженности феноменов социальной стереотипизации и предвзятости наталкивается на ряд проблем. Так, при ответе на вопрос о том, насколько стереотипным («типичным») является конкретный представитель социальной группы, испытуемые склонны переоценивать его исключительность и индивидуальное своеобразие, что вообще ставит под сомнение стереотипизацию как таковую [Bianchi et al., 2010]. Исследования предвзятости оказываются чувствительными к идеологическому контексту и социальной желательности [Crandall, 1994]. В этой связи представляются наиболее адекватными не прямые измерения данных феноменов. Одной из форм проявления ингрупповой предвзятости является ингрупповая прототипизация [Bianchi et al., 2010]. Она представляет собой проецирование характеристик ин-группы на группу более высокого уровня – протогруппу, которая является родовой (общей) для ин-группы и аут-группы. Например, немцы считают немцев более похожими на европейцев, чем, скажем, итальянцев. Предельным вариантом протогруппы является образ «людей вообще». Стереотипизация связывается с вербальными индикаторами, которые отражают фокусировку восприятия либо на чертах объекта как его обобщенных характеристиках, либо на его конкретных (единичных) поведенческих проявлениях. Преимущественное описание индивида в терминах черт трактуется, таким образом, как его стереотипизированное восприятие, а суждения о нем в терминах наблюдаемого (фактологического) поведения – как нестереотипизированное восприятие [см. Machunsky, Meiser, 2014].

*Целью* настоящего исследования [см. Балева, 2018] являлась попытка обнаружить общие, не зависящие от уникальной содержательной специфики социальных групп, закономерности влияния групповой самоидентификации на

проявления ингрупповой предвзятости и аутгрупповой стереотипизации. В качестве объектов восприятия выступали вымышленные социальные группы, отношение к которым у испытуемых не воспроизводится в готовом, уже устоявшемся виде, а формируется в ходе эксперимента, в процессе предъявления соответствующей информации. Это позволяло избежать влияния предварительных установок и (с большой вероятностью) эмоциональной окрашенности восприятия. Вместе с тем вымышленные группы имели реальные прообразы, поскольку выделялись по аналогии с этническими, идеологическими и социально-стратификационными характеристиками, которые лежат в основе выделения реальных социальных групп (подробнее см. в описании метода исследования). При отсутствии специфического содержательного наполнения они, тем не менее, представляли определенные социальные категории (протогруппы). В каждой из них выделялись две противоположных группы, отличающиеся друг от друга по врожденным (физиологическим) особенностям, идейным убеждениям и статусным предпочтениям. В конструируемой таким образом экспериментальной ситуации групповая идентификация субъекта являлась произвольной и формировалась непосредственно в процессе восприятия.

В исследовании тестировалась следующая *гипотеза*:

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

#### 4.3.2. Метод

*Описание выборки.* Общее количество участников исследования составило 365 человек, 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 сокращенного объема – 207 человек (155 (75%) девушек и 52 (25%) юношей,  $M = 19,05$ ,  $SD = 1,01$ ). Это

было связано с отсевом испытуемых, не сумевших осуществить взаимоисключающий выбор обобщенных черт и конкретного поведения в методике измерения стереотипизации и указавших при описании конкретного представителя группы набор характеристик, включавший синонимичные черты и поведенческие описания. Испытуемые, у которых при описании стимульных объектов обнаружилось содержательное совпадение черт и поведения более чем в 50% от общего количества выбранных характеристик, исключались из выборки.

*Стимульный материал.* 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. Описываемые группы относились к одной из следующих категорий: «этнические», «идеологические» и «социально-стратификационные». Аналогом этнических групп в исследовании выступали люди, отличающиеся физиологически обусловленными способностями определенным образом реагировать на звуки низкой и высокой частоты (Приложение 2а, 2б). В первом случае текст-описание этих групп людей не содержал упоминания об их внешних признаках, позволявших «на глаз» отнести их к той или иной группе, а во втором случае в тексте сообщалось, что их групповую принадлежность можно определить по внешности: цвету волос и чертам лица (без уточнения деталей). Предполагалось, что первый текст описывает аналог фенотипически неявных, а второй – фенотипически явных представителей некоего условного «этноса». Группы, относящиеся к категории «идеологических», были представлены в тексте-описании людьми, имеющими противоположные убеждения в отношении своего ближайшего социального окружения: первые якобы воспринимают других людей как своих соратников, а вторые – как соперников (Приложение 2в). Данная искусственно сконструированная идеология наиболее близко отражает два распространенных контрастных варианта политической идеологии, которые в реальности воплощаются, например, в консервативных и либеральных политических взглядах. Группы, относящиеся к

категории «социально-стратификационных», были представлены описанием людей, имеющих противоположные статусные предпочтения (Приложение 2г): первые предпочитают «высокостатусные» (дорогие) вещи, а вторые – «низкостатусные» (дешевые). Данные предпочтения отражают социальные группы людей разного социального статуса, первые из которых относятся к группе состоятельных, а вторые – малоимущих.

*Процедура.* 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 контекст последующего субъективного описания этих групп 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 (см. пример диагностического бланка в Приложении 2д).

Для измерения ингрупповой предвзятости 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 ингруппового фаворитизма и преобладало при описании ин-группы по сравнению с аут-группой ( $t = 6,82, p < 0,001$ ).

Для измерения 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 и преобладало при описании представителей аут-группы по сравнению с представителями ин-группы ( $t = 16,73, p < 0,001$ ).

*Анализ данных.* Обработка результатов осуществлялась в программе STATISTICA 8.0 с использованием двухфакторного дисперсионного анализа (смешанный план: межгрупповой дизайн и метод повторных измерений). В качестве независимых (межгрупповых) факторов в анализ включались показатели категории социальной группы (с четырьмя номинальными уровнями: 1 – «этническая, фенотипически неявная», 2 – «этническая, фенотипически явная», 3 – «идеологическая», 4 – «стратификационная») и оценки социальной распространенности ин-группы (с двумя уровнями: 1 – ин-группа относится к большинству, 2 – ин-группа относится к меньшинству). В качестве зависимых переменных (внутригрупповых факторов, представленных повторными измерениями) в анализ включались показатели предвзятости (прототипизации) и стереотипизации (с двумя уровнями каждый: 1 – предвзятость / стереотипизация «своей» группы, 2 – предвзятость / стереотипизация «чужой» группы). Таким образом, основной показатель групповой самоидентификации был задан разными уровнями внутригрупповых факторов. В качестве дополнительного анализа использовались методы описательной статистики. Нормальность распределения определялась по значениям асимметрии и эксцесса.

#### 4.3.3. Результаты

Анализ распределения количественных показателей, включенных в анализы, показал удовлетворительные результаты. Значения асимметрии и эксцесса не превышали критических значений для соответствующих размеров выборки (табл. 4.3.1).

**Таблица 4.3.1.** Описательная статистика показателей предвзятости и стереотипизации

Показатели социальной перцепции	N	M	SD	As*	Ex**
Прототипизация «своей» группы	365	2,83	1,85	0,24	-0,76
Прототипизация «чужой» группы	365	2,10	1,49	0,26	-0,90



Показатели социальной перцепции	N	M	SD	As*	Ex**
Стереотипизация «своей» группы	207	-0,62	2,48	0,01	0,25
Стереотипизация «чужой» группы	207	2,64	1,72	0,25	0,46

\*  $A_{\text{крит.}} = 0,38$  при  $N=365$ ;  $A_{\text{крит.}} = 0,50$  при  $N=207$

\*\*  $E_{\text{крит.}} = 1,26$  при  $N=365$ ;  $E_{\text{крит.}} = 1,64$  при  $N=207$

Итоги дисперсионного анализа для зависимой переменной «прототипизация» представлены в табл. 4.3.2–4.3.4. В табл. 4.3.2 приводятся значения главных эффектов и взаимодействий факторов групповой самоидентификации и категории группы на переменную прототипизации.

**Таблица 4.3.2.** Значения главных эффектов и взаимодействий независимых факторов по переменной «прототипизация»

Межгрупповые и внутригрупповые переменные (факторы)	F	p	Levene's test			
			своя группа		чужая группа	
			F	p	F	p
Главные эффекты межгрупповых факторов:						
Категория группы	1,82	0,14	1,75	0,09	0,64	0,72
Отнесение ин-группы к большинству / меньшинству	0,60	0,44	0,50	0,48	0,53	0,47
Главный эффект внутригруппового фактора:						
Своя–чужая группа	31,13	0,001	–	–	–	–
Взаимодействия факторов:						
Категория группы x Отнесение ин-группы к большинству / меньшинству	0,44	0,72	–	–	–	–
Своя–чужая группа x Категория группы	5,55	0,001	1,75	0,09	0,64	0,72
Своя–чужая группа x Отнесение ин-группы к большинству / меньшинству	9,29	0,01	0,50	0,48	0,53	0,47
Своя–чужая группа x Категория группы x Отнесение ин-группы к большинству / меньшинству	1,47	0,22	–	–	–	–

*Примечание.* Значение теста Левена рассчитано для анализов с одним межгрупповым фактором. Для тестов повторных измерений гомогенность дисперсий не тестируется.

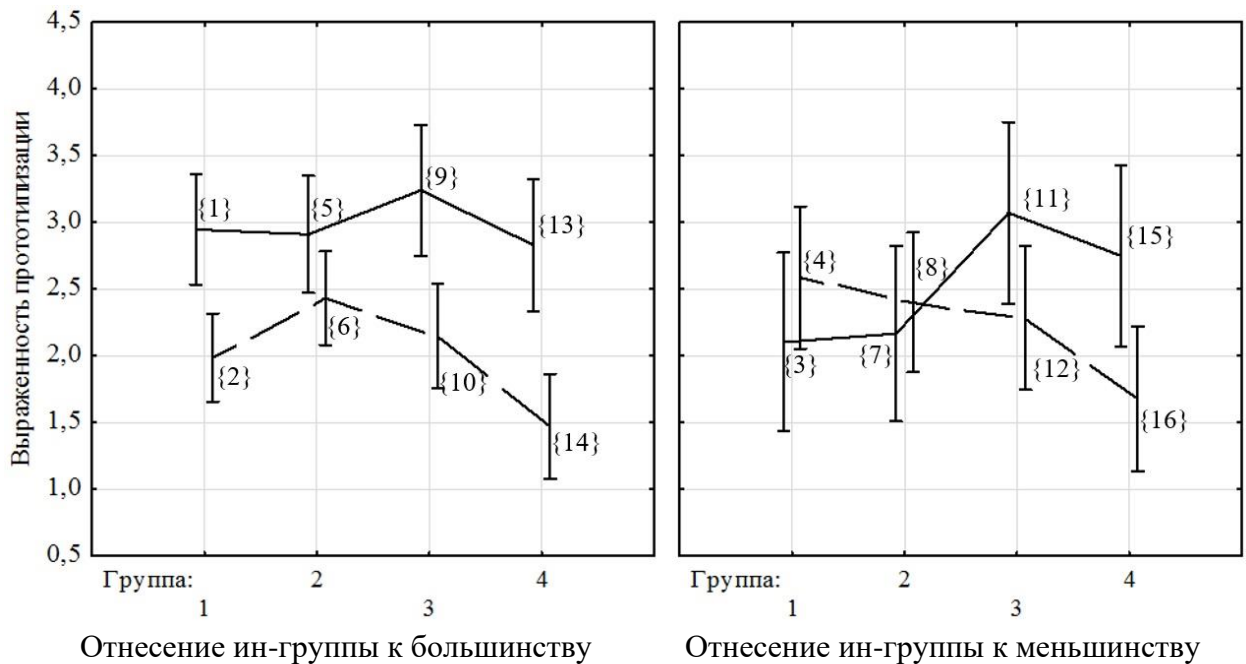
Согласно результатам анализа, основной показатель групповой самоидентификации – произвольный выбор «своей» социальной группы – оказал статистически значимый эффект на прототипизацию «своей» и «чужой» групп ( $F = 31,13$ ,  $p < 0,001$ ). Главные эффекты групповой категории и отнесения «своей» группы к большинству / меньшинству оказались статистически незначимыми ( $p > 0,10$ ). Однако совместные эффекты групповой самоидентификации с данными факторами были статистически значимыми:  $F = 5,55$ ,  $p < 0,004$  (с учетом поправки Бонферрони) для фактора групповой категории и  $F = 9,29$ ,  $p < 0,02$  (с учетом поправки Бонферрони) для фактора группового большинства / меньшинства.

Эти результаты позволяют утверждать, что фактор осознания групповой идентификации (определение собственного группового членства) является решающим в процессе формирования феномена ингрупповой предвзятости, однако его влияние частично опосредуется представлениями о принадлежности ин-группы к большинству / меньшинству, а также категорией, определяющей специфику воспринимаемых групп.

В табл. 4.3.3 (Приложение 3) представлены средние значения (и стандартные ошибки) показателей прототипизации при разных уровнях независимых факторов групповой самоидентификации и категории группы.

В табл. 4.3.4 (Приложение 3) приводятся данные о статистической значимости различий в выраженности прототипизации при разных уровнях независимых факторов групповой самоидентификации и категории группы.

Множественный анализ различий в выраженности показателей прототипизации при разных уровнях независимых факторов (*post-hoc test*) показал ее относительную обусловленность как групповой самоидентификацией, так и групповой категорией. Обнаруженные различия наглядно представлены на рис. 4.3.1.



Прототипизация:

- «своей» группы  
 - - - - - «чужой» группы

Категории групп:

- 1 – этническая, фенотипически неявная  
 2 – этническая, фенотипически явная  
 3 – идеологическая  
 4 – стратификационная

**Рис. 4.3.1.** Эффекты групповой самоидентификации и категории воспринимаемой группы на прототипизацию

Как видно из табл. 4.3.4 и рис. 4.3.1, основным показателем групповой идентификации, 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.

Мы видим, что при условии отнесения ин-группы к большинству ингрупповой фаворитизм проявляется стабильно и не зависит от категории группы. Однако при отнесении ин-группы к меньшинству ингрупповой

фаворитизм исчезает в категории «этнические группы»: становятся незначимыми различия в прототипизации «свой» и «чужой» «этнических» групп – как фенотипически неявных ( $p = 0,19$ ), так и фенотипически явных ( $p = 0,52$ ). К остальным категориям социальных групп прототипизация ин-группы (в случае ее отнесения к меньшинству) оказывается «нечувствительной», что проявляется в ее одинаковой выраженности для «идеологических» и «стратификационных» групп ( $p = 0,47$ ). Совершенно иначе проявляет себя прототипизация аут-группы. Независимо от ее отнесения к меньшинству или к большинству она является разной для разных групповых категорий. По рисунку можно визуальнo проследить, что для «этнических» групп она выше, чем для «стратификационной» группы ( $p_{ср.} = 0,06$ ). По сравнению со «стратификационной» прототипизация «идеологической» группы также оказывается несколько выше ( $p_{ср.} < 0,11$ ). Сопоставление «этнических» и «идеологических групп» показывает, что различия между ними незначимы ( $p > 0,10$ ).

По рисунку мы видим также, что в случае отнесения «этнической» ин-группы к меньшинству степень ее прототипизации снижается ( $p_{ср.} = 0,03$ ), что свидетельствует о снижении ингруппового фаворитизма при осознании своей принадлежности к некоей малочисленной группе по факту рождения. Прототипизация аут-группы обнаруживает относительно стабильные значения ( $p \leq 0,10$ ) независимо от отнесения ее к большинству или к меньшинству.

Итоги дисперсионного анализа для зависимой переменной «стереотипизация» представлены в табл. 4.3.5. Приводятся значения главных эффектов и взаимодействий факторов групповой самоидентификации и категории группы на переменную стереотипизации.

**Таблица 4.3.5.** Значения главных эффектов и взаимодействий независимых факторов по переменной «стереотипизация»

Межгрупповые и внутригрупповые переменные (факторы)	F	p	Levene's test			
			своя группа		чужая группа	
			F	p	F	p
Главные эффекты межгрупповых факторов:						
Категория группы	2,96	0,03	1,55	0,15	0,89	0,52
Отнесение ин-группы к большинству / меньшинству	1,19	0,28	1,71	0,17	0,65	0,58
Главный эффект внутригруппового фактора:						
Своя–чужая группа	262,89	0,001	–	–	–	–
Взаимодействия факторов:						
Категория группы x Отнесение ин-группы к большинству / меньшинству	1,59	0,19	–	–	–	–
Своя–чужая группа x Категория группы	2,52	0,06	1,55	0,15	0,89	0,52
Своя–чужая группа x Отнесение ин-группы к большинству / меньшинству	6,17	0,01	1,71	0,17	0,65	0,58
Своя–чужая группа x Категория группы x Отнесение ин-группы к большинству / меньшинству	1,19	0,32	–	–	–	–

*Примечание.* Значение теста Левена рассчитано для анализов с одним межгрупповым фактором. Для тестов повторных измерений гомогенность дисперсий не тестируется.

Согласно результатам анализа, основной показатель групповой самоидентификации – произвольный выбор «своей» социальной группы – оказал статистически значимый эффект на стереотипизацию отдельных представителей «своей» и «чужой» группы ( $F = 262,89$ ,  $p < 0,001$ ). Главные эффекты групповой категории и отнесения «своей» группы к большинству / меньшинству оказались статистически незначимыми ( $p > 0,02$  с учетом поправки Бонферрони и  $p > 0,10$  соответственно). Незначимым оказался также совместный эффект самоидентификации и групповой категории ( $F = 2,52$ ,  $p > 0,004$  с учетом поправки Бонферрони). Как и в случае с прототипизацией, опосредующий эффект на стереотипизацию дополнительного фактора групповой идентификации (отнесение

ин-группы к большинству / меньшинству) проявился в паре с фактором групповой самоидентификации ( $F = 6,17$ ,  $p < 0,02$  с учетом поправки Бонферрони).

Эти результаты позволяют утверждать, что определяющим фактором социальной стереотипизации является произвольная групповая самоидентификация, действие которой опосредуется принадлежностью ин-группы к большинству / меньшинству.

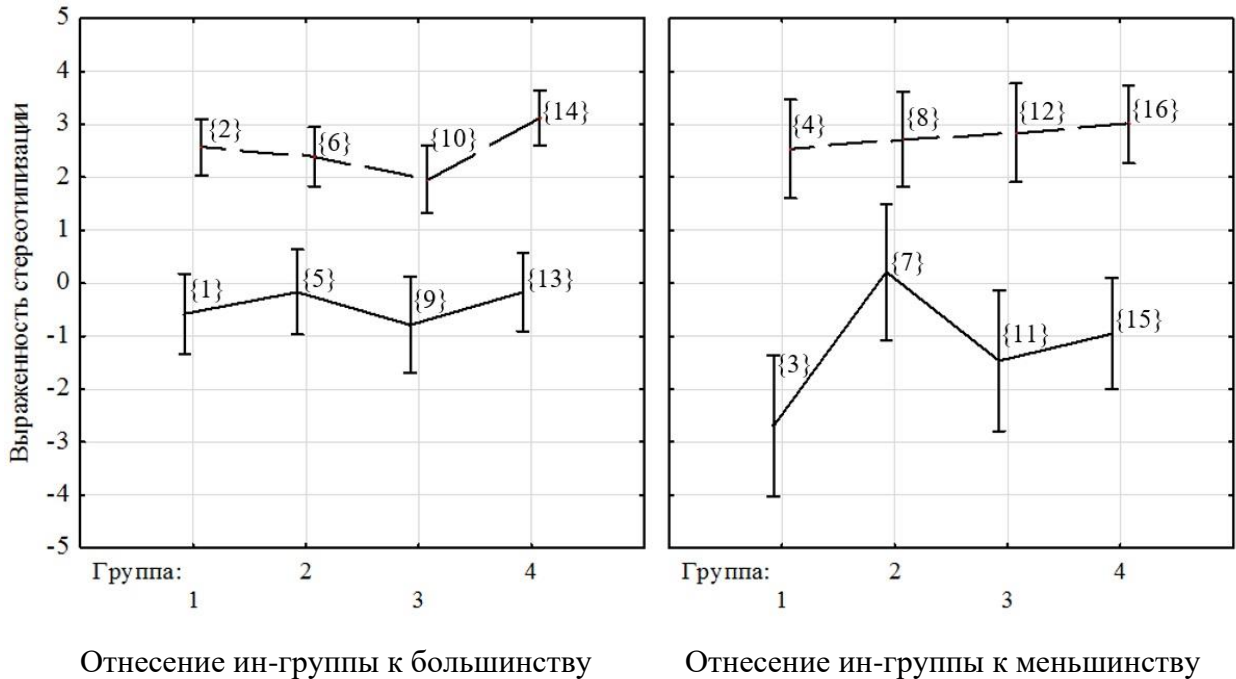
В табл. 4.3.6 (Приложение 3) представлены средние значения (и стандартные ошибки) показателей стереотипизации при разных уровнях независимых факторов групповой самоидентификации и категории группы.

В табл. 4.3.7 (Приложение 3) приводятся данные о статистической значимости различий в выраженности прототипизации при разных уровнях независимых факторов групповой самоидентификации и категории группы.

Post-hoc анализ показателей стереотипизации при разных уровнях независимых факторов показал ее преимущественную обусловленность групповой самоидентификацией, чем групповой категорией. Обнаруженные различия наглядно представлены на рис. 4.3.2.

Как видно из табл. 4.3.7 и рис. 4.3.2, основной показатель групповой идентификации, то есть сам факт осознания группового членства, принципиальным образом определяет стереотипное восприятие, которое существенно выше для аут-группы, чем для ин-группы ( $p < 0,001$ ). При этом стереотипизация обнаруживает одинаковый уровень выраженности практически для всех категорий аут-групп ( $p > 0,10$ ) и для большинства категорий ин-групп ( $p > 0,10$ ), кроме «этнических» – при условии отнесения их обоих к групповому меньшинству. Наиболее низкой она является для «этнической, фенотипически неявной» группы ( $p_{\text{ср.}} = 0,05$ ), а наиболее высокой – для «этнической, фенотипически явной» ( $p_{\text{ср.}} = 0,05$ ) группы. Эти данные позволяют внести ограничения в представленную выше картину главных эффектов групповой самоидентификации и групповой категории на стереотипизацию: основной показатель самоидентификации имеет в данном случае решающее значение, а действие фактора групповой категории обнаруживается в единичном случае,

распространяясь только на восприятие «этнической» ин-группы при условии ее отнесения к меньшинству.



Прототипизация:

- «своей» группы
- «чужой» группы

Категории групп:

- 1 – этническая, фенотипически неявная
- 2 – этническая, фенотипически явная
- 3 – идеологическая
- 4 – стратификационная

**Рис. 4.3.2.** Эффекты групповой самоидентификации и категории воспринимаемой группы на стереотипизацию

#### 4.3.4. Обсуждение

Результаты, полученные в нашем исследовании, свидетельствуют о том, что факт осознания собственного группового членства является основным фактором, определяющим ингрупповой фаворитизм и аут-групповую стереотипизацию. Вместе с тем, существуют дополнительные факторы, опосредующие влияние группового членства на данные феномены: осознание принадлежности ин-группы к большинству или меньшинству, а также категория социальной группы, в отношении которой осуществляется социальная перцепция. Обнаружено, что эти

опосредующие факторы играют большую роль в формировании ингрупповой предвзятости, чем аут-групповой стереотипизации.

С помощью двухфакторного дисперсионного анализа было обнаружено, что осознание группового членства в целом определяет более высокую выраженность ингруппового фаворитизма и аут-групповой стереотипизации. Однако в случае, когда целевые группы относятся к категории «этнических» и при этом ин-группа составляет меньшинство, обнаруживается нарушение данных закономерностей: ингрупповой фаворитизм перестает проявляться, а стереотипизация ин-группы, оставаясь достаточно низкой, резко падает в случае восприятия «фенотипически неявных» и резко возрастает в случае «фенотипически явных» групп.

Первый из этих фактов, то есть исчезновение ингруппового фаворитизма, можно проинтерпретировать, на наш взгляд, следующим образом. Решающим фактором тут является, скорее, групповая («этническая») категория, чем отнесение ин-группы к меньшинству. На первый взгляд, может показаться, что исчезновение ингруппового фаворитизма обусловлено чистой логикой: если «моя» группа составляет меньшинство, то «чужая» группа в большей степени похожа на протогруппу, чем «моя». Однако если бы это было так, то при отнесении ин-группы к меньшинству прототипизации снижалась бы и для остальных категорий групп – «идеологической» и «стратификационной», чего не наблюдается. По нашему мнению, осознание субъектом предопределенности, то есть врожденного характера принадлежности другого человека к группе с определенными физиологическими («этническими») особенностями придает этой принадлежности достаточно случайный характер. Это, в свою очередь, снижает ингрупповой фаворитизм, поскольку оценка своей группы как лучшей или (в случае прототипизации) как более «нормальной», лишена логики. Основываясь на этой интерпретации, можно предположить, что в основе этнического ингруппового фаворитизма в отношении реальных групп лежат, по всей видимости, культурно обусловленные, в частности идеологические факторы. То есть человек другой национальности, если про него известен лишь этот факт, а сведения об особенностях его этнической культуры, стране проживания, намерениях и т.п.



отсутствуют, будет восприниматься, скорее, не как «отличающийся от меня» Другой, а как «неопределенный», или «неизвестный» Другой. До тех пор, пока его образ не будет наполнен содержательной определенностью, в отношении его социальной группы не будет проявляться ингрупповой фаворитизм. В случае с «идеологической» и «стратификационной» категориями случайная принадлежность объекта к группе меняется на закономерную: человек «сам» выбирает свои убеждения и предпочтения. Осознанность выбора групповой принадлежности ассоциативно характеризует членов аут-группы как людей определенного склада, что дает основания относиться к ним как к «определенным» другим. В пользу такой трактовки свидетельствует и тот факт, что сама по себе выраженность прототипизации выше для аут-групп, выделенных по «этническому», чем по «статусно-стратификационному» критерию, который является одним из наиболее ощутимых и знакомых для российского общества<sup>15</sup>.

Второй факт, а именно снижение стереотипизации при восприятии «фенотипически неявной» и повышение – при восприятии «фенотипически явной этнической ин-группы» при условии ее отнесения к меньшинству, объясняется, на наш взгляд, смысловой уникальностью данного объекта. Отнесение ин-группы к меньшинству предполагает ее низкую распространенность в социуме. Если при этом принадлежность человека к группе не может быть определена по внешности, его становится достаточно трудно идентифицировать. В этой связи высокая стереотипность восприятия может затруднять идентификацию «своего», и ее снижение носит, таким образом, функционально-адаптивный характер. Однако в случае, когда «этническое» меньшинство, составляющее ин-группу, имеет выраженные фенотипические признаки, стереотипизация возрастает в силу того, что процесс идентификации «своего» упрощается.

Таким образом, результаты нашего исследования, особенностью которого являлось изучение социальной перцепции искусственных групп, позволяют увидеть, что ингрупповой фаворитизм и аутгрупповая стереотипизация задаются,

---

<sup>15</sup> Данная интерпретация относится к периоду 2017 г., когда проводилось данное исследование.

главным образом, особенностями групповой самоидентификации субъекта, но при этом опосредуются категориями, к которым относятся социальные группы. В исследовании сопоставлялись эффекты трех таких категорий: «этнической», «идеологической» и «стратификационной». Полученные результаты позволяют утверждать, что восприятие относящихся к ним групп не является равноценным. Аут-группы «этнической» категории в меньшей степени испытывают на себе проявление феномена предвзятости и частично – стереотипизации. Мы склонны объяснять это относительной неопределенностью их образов с точки зрения специфических качеств, которые определяют принадлежность объектов к данным группам, а также отражением понимания низкого уровня субъектности их представителей при выборе группового членства. Безусловно, предложенная нами интерпретация полученных результатов нуждается в дальнейшей эмпирической проверке, направленной, в частности, на сравнительное исследование восприятия социальных групп других категорий: конфессиональной, профессиональной, возрастной и других.

#### **4.4. Заключение по главе**

Описанные исследования были направлены на изучение динамики перцептивного пространства в условиях конкуренции образующих его дихотомических характеристик объекта восприятия. В первом и втором исследованиях аллоцентрические и эгоцентрические дихотомии рассматривались с точки зрения их конкуренции при формировании оценочного отношения к конкретному Другому, а в третьем исследовании – при формировании стереотипного и предвзятого отношения к социальным группам.

Многочисленные эмпирические данные свидетельствуют о том, что моральные характеристики человека, общий уровень его нравственности являются решающими для формирования отношения к нему [Brambilla et al., 2011; Cottrell et al., 2007; Gantman, Van Bavel, 2014; Goodwin et al., 2014; Leach et al., 2007]. Опираясь на эти данные, мы предположили, что дихотомию «хороший–плохой» можно рассматривать как основу для формирования отношения к конкретному

Другому. Для дальнейшего исследования динамики дихотомического пространства позитивные оценки «хорошего» человека и негативные оценки «плохого» рассматривались как базовые, определяющие исходное состояние перцептивной системы. Образы «хорошего» и «плохого» Другого были представлены двумя моделями женского и мужского пола, которые рассказывали о себе, отвечая на вопросы Короткого опросника темной триады как яркий носитель «темных» черт или как человек, полностью лишенный таких характеристик.

Социальные группы как стимульные объекты восприятия предъявлялись через описание их искусственных, не существующих в реальности аналогов. Это позволяло избежать влияния ранее сформировавшихся в их отношении стереотипов и установок. Вместе с тем вымышленные группы имели реальные прообразы, поскольку выделялись по тем же аллоцентрическим критериям, что и реальные социальные группы: этническому, идеологическому и социально-стратификационному. В конструируемой таким образом экспериментальной ситуации групповая идентификация субъекта, то есть определение им ин-группы и аут-группы являлась произвольной и формировалась непосредственно в процессе восприятия.

Проведенные исследования позволили получить эмпирические подтверждения функциональной динамики перцептивных дихотомий в условиях их конкуренции.

По результатам первых двух исследований было установлено, что эгоцентрическая дихотомия «похожий на меня – не похожий на меня» и аллоцентрическая дихотомия «красивый – некрасивый» обладают сходными эффектами на динамику социального отношения, обеспечивая выраженное сближение, а в отдельных случаях – инверсию полюсных оценок «хорошего» и «плохого» Другого. Полученные результаты свидетельствуют о функциональном характере динамики отношения к «хорошему» и «плохому» человеку, опосредованной эффектами воспринимаемого сходства и красоты. При этом, как показал дальнейший сравнительный анализ размеров эффектов, влияние

эгоцентрической дихотомии «похожий на меня – не похожий на меня» является в целом более сильным, чем влияние аллоцентрической дихотомии «красивый – некрасивый» (табл. 4.4.1).

**Таблица 4.4.1.** Размеры главных эффектов факторов личностной валентности, воспринимаемого сходства и физической привлекательности на показатели отношения к объекту

Зависимые переменные (показатели отношения к объекту)	F	p	$\eta^2$
<i>Главные эффекты личностной валентности («хороший» – «плохой»)</i>			
Когнитивный компонент отношения	117,85	< 0,001	0,12
Эмоциональный компонент отношения	396,86	< 0,001	0,32
Поведенческий компонент отношения	240,69	< 0,001	0,22
<b>Общее отношение</b>	<b>284,00</b>	<b>&lt; 0,001</b>	<b>0,26</b>
<i>Главные эффекты воспринимаемого сходства с объектом («похожий на меня» – «не похожий на меня»)</i>			
Когнитивный компонент отношения	282,90	< 0,001	0,41
Эмоциональный компонент отношения	159,20	< 0,001	0,28
Поведенческий компонент отношения	119,04	< 0,001	0,22
<b>Общее отношение</b>	<b>212,98</b>	<b>&lt; 0,001</b>	<b>0,34</b>
<i>Главные эффекты физической привлекательности объекта по мнению наблюдателя («красивый» – «некрасивый»)</i>			
Когнитивный компонент отношения	72,20	< 0,001	0,15
Эмоциональный компонент отношения	98,82	< 0,001	0,19
Поведенческий компонент отношения	81,11	< 0,001	0,16
<b>Общее отношение</b>	<b>99,92</b>	<b>&lt; 0,001</b>	<b>0,19</b>

Адаптивный смысл динамики, обусловленный восприятием сходства, можно объяснить, с одной стороны, социальным инстинктом принятия «своих» (в данном случае – по критерию личностного сходства), а с другой стороны – стремлением к саморазвитию и самосовершенствованию, поскольку в основе воспринимаемого сходства с Другим лежат представления о Я-идеальном [Anderson, 2014]. Адаптивный смысл динамики, обусловленный восприятием красоты, определяется, по всей видимости, предпочтением более привлекательного Другого как обладающего более качественными генотипическими характеристиками [Soler et al., 2003]. Несмотря на отсутствие более выраженного эффекта красоты в отношении объекта противоположного пола, можно предположить, тем не менее,

что обнаруженные закономерности имеют определенный адаптивный смысл. Он может выражаться в бессознательной «компенсации» возможных негативных последствий выбора женщинами ненадежного партнера за счет его качественных генотипических характеристик, а также в предпочтении мужчинами более надежного друга или менее сильного и опасного конкурента, обладающего, в качестве дополнительных гарантий, признаками физического и ментального здоровья [Feingold, 1992]. Можно предположить также, что доминирование критериев красоты или моральных качеств при оценке представителя противоположного пола характеризуется индивидуальными различиями. Они могут свидетельствовать о предпочтении долгосрочной или краткосрочной стратегии полового поведения [см. Del Giudice, 2015].

В третьем исследовании установлено, что эгоцентрическая дихотомия «свой–чужой» является определяющей в формировании предвзятого и стереотипного отношения к искусственной аут-группе. Аллоцентрические описания социальных групп с точки зрения их категории, а также в терминах «меньшинства–большинства» не производят сравнимых по силе эффектов на формирование социальных суждений. Вместе с тем, эти характеристики оказывают на него определенное опосредующее влияние. В случае, когда целевые группы относятся к категории этнических и при этом ин-группа составляет меньшинство, обнаруживается динамический сдвиг исходных параметров: ингрупповой фаворитизм перестает проявляться, а стереотипизация ин-группы, оставаясь достаточно низкой, резко падает в случае восприятия «фенотипически неявных» и резко возрастает в случае «фенотипически явных» групп. Это свидетельствует о том, что при произвольной самоидентификации с группой меньшинства, выделенной по аналогии с группой «этнического» типа, наблюдается динамика дихотомических полюсов отношения, которая проявляется в инверсии проявлений предвзятости и стереотипизации. Функциональный характер такой динамики в области стереотипизации можно объяснить с позиций теории оптимальной дифференциации М. Брюэр, согласно которой членство в группе характеризуется сменяющимися друг друга тенденциями к ассимиляции и

дифференциации [Brewer, 1991]. Можно предположить, что при восприятии своей группы как малочисленной активизируются процессы дифференциации, направленные на повышение чувствительности к распознаванию «своих». Функциональный характер снижения ингрупповой предвзятости носит, по всей видимости, когнитивный характер, связанный с феноменом заметности. Как было показано в исследовании Д. Гамильтона и Р. Гиффорда, более редкие объекты наделяются более редкими негативными характеристиками [Hamilton, Gifford, 1976]. В отношении группы «этнического» типа эта закономерность становится более отчетливой в силу врожденного характера группообразующего признака (в отличие от «идеологических» и «стратификационных» групп).

В целом функциональный характер обнаруженных закономерностей можно объяснить феноменом самоприоритетности [Scheller, Sui, 2022]. Построение информации о Другом «вокруг» Я, т.е. по эгоцентрическому типу, полностью согласуется с теорией интегративного Я, согласно которой Я действует как центральный узел в связывании информации на всех уровнях обработки и в разных доменах стимулов [Sui, Humphreys, 2015]. Таким образом, выдвинутая нами общая гипотеза о функциональной динамике перцептивных дихотомий в условиях их конкуренции получила эмпирическое подтверждение. Показано, что дихотомии эгоцентрического типа обладают более выраженным эффектом на динамику социального отношения, чем дихотомии аллоцентрического типа.

## ГЛАВА V. ДИНАМИКА ПЕРЦЕПТИВНЫХ ДИХОТОМИЙ В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ ФОКУСНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ВОСПРИЯТИЯ

### 5.1. Субъектный и объектный фокус сравнения «Я – Другой» в процессе социальной перцепции<sup>16</sup>

#### 5.1.1. Постановка проблемы

К числу наиболее исследованных и воспроизводимых эффектов социальной перцепции можно отнести позитивную предвзятость (предпочтение) в пользу Я (Мы) и стереотипизацию Другого [см. Балева, Ковалева, 2019]. Представляя собой разновидность когнитивных искажений, они сопровождают процессы социального восприятия как групповых, так и одиночных объектов в пространстве «Я (Мы) – Другой (Они)». Вплоть до 90-х годов прошлого века основной тренд исследования данных феноменов определялся задачей их искоренения или как минимум ослабления. В ряде исследований было показано, что ошибки восприятия составляют основу ксенофобии и враждебного отношения к другому человеку [Панчехина, 2010; Чепракова, 2011; Zelli et al., 1999]. Эти выводы породили разработку многочисленных программ, направленных на повышение степени осведомленности о другой культуре и формирование более позитивного отношения к ней как более знакомой и менее чужой. Вместе с тем позитивные сдвиги, обнаруженные в показателях восприятия Другого в результате формирующих воздействий, были признаны не вполне надежными, поскольку, во-первых, оказались недолговечными [Houston et al., 2007], а во-вторых, содержали значительный вклад социальной желательности, т.е. являлись, по существу, процедурным артефактом [Crosby et al., 1980; Devine, Elliot, 1995]. Более того, было получено нейропсихологическое объяснение слабого влияния межличностного взаимодействия на ослабление стереотипного образа аут-группы.

---

<sup>16</sup> Излагается по результатам собственного опубликованного исследования [Балева, Ковалева, 2019].

Данные нейropsychологического исследования М. Зарате и коллег [Zárate et al., 2008] показали функционирование процессов оценки конкретного Другого и стереотипного образа представителей его группы во взаимоисключающем режиме. Являясь функцией непосредственного опыта и подчиняясь законам прайминга, оценка Другого тормозит категоризационные процессы, лежащие в основе стереотипизации. Таким образом, в процессе взаимодействия стереотип не активизируется и не подвергается содержательной корректировке.

Развитие когнитивного подхода к процессам восприятия одновременно воодушевило и обескуражило исследователей, поскольку вместе с изобретением точных методов исследования отношения к Другому, обходящих цензуру сознания, принесло понимание неискоренимости негативной предвзятости и стереотипизации в процессах социальной перцепции. Такой вывод получил авторитетное концептуальное обоснование, опирающееся на диссоциативную (дихотомическую) парадигму, предполагающую, что сознание не обладает абсолютной прерогативой инициации поведения и может незаметно для самого субъекта переключаться в режим свидетеля, уступая первенство автоматическим реакциям, – даже в отношении тех объектов, о которых на сознательном уровне формируются аргументированные суждения каузального типа [Kunda, 1990; Nisbett, Wilson, 1977; Zajonc, 1980]. Вместе с тем более поздние работы показывают, что роль сознательного регулирования предвзятого отношения к Другому сопоставима с влиянием бессознательного компонента обработки информации [Conroy et al., 2005; Ito et al., 2015; Payne, 2001].

В настоящее время в исследованиях социальной перцепции превалирует понимание позитивной предвзятости в пользу Я и стереотипизации Другого как базовых феноменов, которые являются целесообразными с точки зрения эволюционного подхода и не нуждаются в глобальном искоренении. В то же время исследование факторов, усиливающих и ослабляющих данные искажения, продолжаются. Сегодня их целью является не столько снижение негативного отношения к Другому, сколько повышение точности управления тем впечатлением, которое оказывает его образ на субъекта восприятия. При этом



преимущественный интерес исследователей сосредоточен именно на имплицитных факторах восприятия, поскольку их влияние является, во-первых, более значительным, а во-вторых, менее изученным по сравнению с влиянием осознаваемых атрибутов объекта.

Социальное сравнение [Festinger, 1954] можно определить как процесс обдумывания информации об одном или нескольких других людях в связи с собой. Социальное сравнение является неизменным спутником процессов социальной перцепции и социальной рефлексии. Воспринимая Другого, мы осознанно и неосознанно соотносим его с собой, а воспринимая себя, формируем Я-концепцию и самооценку с учетом фоновых представлений о других людях. Сравнивающий субъект перманентно ищет сходства или отличия между собой и объектом сравнения по определенным параметрам. Эти параметры могут быть любыми. При этом ожидается, что результат сравнения и самооценка находятся в устойчивой взаимосвязи.

Согласно теории нисходящего сравнения Т. Уилса [Wills, 1981], в ситуации угрозы самооценке люди тяготеют к нисходящим сравнениям, при которых качества Другого характеризуют его как худшего по сравнению с собой. Такие сравнения с другими вызывают положительные эмоции и способствуют повышению самооценки. По данным Р. Коллинз [Collins, 2000], в норме люди формируют свою самооценку по принципу восходящего сравнения, т.е. наделяют себя теми характеристиками, которыми обладают превосходящие их по значимым параметрам объекты сравнения. Теория избирательной доступности [Mussweiler, 2003; Mussweiler, Strack, 2000] предполагает, что отправной точкой сравнения с Другим является гипотеза равноценного сходства. Далее, в зависимости от множества контекстных условий, субъект выделяет согласованную, убедительную для него самую информацию о себе и делает ее временно более доступной. Эта информация с равной вероятностью может подтверждать как сходство с объектом, так и отличие от него, поскольку содержание Я-концепции включает большой по объему и разносторонний материал. Если актуализированная информация свидетельствует о сходстве, сравнение с объектом будет осуществляться по

принципу ассимиляции, если она свидетельствует об отличиях, сравнение пойдет по пути диссимиляции. Сравнивая себя с другими, люди склонны демонстрировать позитивную предвзятость в пользу Я, т.е. оценивать себя более позитивно (или менее негативно). В случае восходящих сравнений это проявляется в сокращении дистанции с объектом оценки, а в случае нисходящих сравнений – в увеличении такой дистанции. Примечательно, что эффект данного искажения с трудом поддается сознательной коррекции, однако ослабевает в результате действия имплицитных факторов.

В ряде исследований обнаружено, что эффект позитивной предвзятости в пользу Я наблюдается в случае положительных характеристик (например, «умный», «приятный») более ярко, чем в случае отрицательных характеристик (например, «ленивый», «хвастливый»). По мнению субъектов, положительные черты относятся к ним значительно в большей степени, чем к другим, а отрицательные черты – лишь в незначительной степени меньше, чем к другим. Например: «Я намного добрее, чем другие, но я лишь чуть менее глупый, чем другие» [Alicke et al., 1995; Hoorens, 1995].

С. Паль и Р. Эйзер [Pahl, Eiser, 2005] показали, однако, что обнаруженные различия в выраженности предвзятости в пользу Я, обусловленные положительной и отрицательной валентностью параметров оценивания нивелируются, если предъявляются разные модусы одного и того же качества (например, «ленивый» и «трудолюбивый»), а не характеристики, обладающие принципиально несопоставимым семантическим содержанием (например, «ленивый» и «скромный»). В том же исследовании был обнаружен эффект экспрессивности характеристик на проявления позитивной предвзятости в пользу Я: при оценке с помощью более экспрессивных характеристик (например, «скупой» или «расточительный») данный феномен проявляется более ярко, чем при оценке с помощью умеренных характеристик («экономный», «щедрый»). В исследованиях В. Хуренс [Hoorens, 1995] и Р. Эйзера и др. [Eiser et al., 2001] было обнаружено, что смещение фокуса внимания с субъекта на объект и наоборот приводит к изменениям выраженности позитивной предвзятости в пользу Я. Так, при

сравнении *себя* с объектом выраженность такой предвзятости растет, а при сравнении *объекта* с собой – снижается.

Несмотря на достаточно большое число работ, посвященных исследованию имплицитных факторов позитивной предвзятости, в данной области можно выделить, по крайней мере, три нерешенных проблемы. Во-первых, до сих пор не ставился вопрос проявления данных факторов в контексте сравнения субъекта с объективно «плохим» и «хорошим» объектом, т.е. объектом, обладающим очевидными позитивными или негативными характеристиками. На наш взгляд, такой контраст позволяет рассматривать позитивные и негативные характеристики, приписываемые объекту, как истинные, объективно присущие, т.е. отражающие сущность его личности. Кроме этого, особый интерес представляет специфика проявления позитивной предвзятости в пользу Я в ситуации спровоцированного восходящего сравнения с «хорошим» объектом. Во-вторых, в исследованиях такого типа в качестве объекта восприятия выступает, как правило, некий «средний» представитель условных социальных групп (человек того же возраста, пола, рода деятельности и т.д.). При этом задача детализации его образа возлагается на самого испытуемого. Данное обстоятельство предполагает, что субъект сравнивает себя с любым объектом, обладающим заданными демографическими характеристиками. Таким образом, фактически в рамках одного и того же исследования респонденты соотносят себя с разными «другими». В-третьих, до сих пор вывод о большей подверженности позитивной предвзятости в пользу Я имплицитным факторам, чем сознательной коррекции, формулировался на основании анализа результатов разных исследований. В этой связи представляет интерес изучение прямого эффекта осознания сходства с объектом (как результат автоматического мышления) на его сравнение с собой по ряду отдельных характеристик.

*Целью* настоящего исследования [см. Балева, Ковалева, 2019] являлся анализ 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.

В качестве *гипотезы* исследования было сформулировано предположение 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. Дополнительно мы предположили, что положительный эффект субъектного фокуса на позитивную предвзятость в пользу Я будет снижаться при осознаваемом характерологическом сходстве с объектом восприятия.

Поскольку в исследованиях влияния имплицитных факторов на проявления позитивной предвзятости в пользу Я мы не обнаружили данных о различиях по полу [подробнее см. Pahl, Eiser, 2005], мы не выдвигали гипотезу о взаимодействии исследуемых факторов с полом субъекта восприятия. В то же время пол объекта восприятия был включен в исследование как межгрупповой фактор.

### *5.1.2. Метод*

*Описание выборки.* 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. Участие в исследовании было добровольным. Все испытуемые давали письменное согласие на обработку персональных данных.

*Процедура.* Исследование проводилось в группах по 15-30 человек. 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]. На втором этапе участникам нужно было (1) оценить уровень общего субъективного сходства с персонажем интервью по 10-балльной шкале, (2) оценить персонажа интервью по Шкале общего отношения к объекту восприятия [Щебетенко и др., 2007] и (3) охарактеризовать степень выраженности у него позитивных и негативных личностных качеств по предложенному перечню прилагательных по шкале от 1 до 5. 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.

Инструкция для субъектного фокуса: «Сравнивая себя с этим человеком, могу сказать, что Я – более...». Далее нужно было указать те личностные качества (как положительные, так и отрицательные), по которым субъект превосходит, по его мнению, объекта восприятия. Инструкция для объектного фокуса: «Сравнивая этого человека с собой, могу сказать, что он/а более...». Далее нужно было указать те личностные качества (как положительные, так и отрицательные), по которым объект превосходит субъекта восприятия, по его мнению.

После этого процедура повторялась с объектом другого пола. Первый персонаж определялся случайным образом (с учетом баланса распределения в выборке), а второй подбирался по принципу контрастного пола и валентности. Так, например, если первым предъявлялся «хороший» юноша, то после него – «плохая» девушка. Каждый респондент сравнивал себя и обоих персонажей интервью либо в формате субъектного, либо в формате объектного перцептивного фокуса. Исследование проводилось в режиме онлайн, участники отвечали на вопросы тестов и просматривали интервью через тестовую платформу Anketolog.

*Стимульный материал.* Видеозаписи интервью были подготовлены с помощью двух студентов разного пола, обучающихся по специальности «Актерское искусство». В интервью они отвечали на вопросы Короткого опросника темной триады [Егорова и др., 2015] 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, а изображая «хорошего» человека, – так, как ответила бы личность с нулевой выраженностью данных черт. Испытуемым сообщалось, что интервьюируемые являются студентами, добровольно участвовавшими в эксперименте, посвященном исследованию стратегий самопрезентации; в ходе этого эксперимента они отвечали на вопросы психолога. Голос «психолога» звучал за кадром, его роль интервьюируемые исполняли поочередно. Перед записью интервью студентам, сыгравшим роли интервьюируемых (моделей), давалась установка на создание нейтрального невербального фона для основного

(вербального) содержания интервью: одежда, прическа, макияж, поза, жесты и мимика должны были органично соответствовать образу и не отвлекать потенциальных испытуемых от восприятия смысла ответов. В ходе исследования видеозаписи интервью с «хорошим» и «плохим» персонажем предъявлялись респондентам примерно в равных пропорциях. По предварительным оценкам в фокус-группе, состоявшей из 23 студентов, не принимавших участие в основном исследовании, персонажи, сыгранные студентами, соответствовали описаниям личности с контрастной выраженностью «темных» черт. Дополнительная оценка валидности стимульного материала осуществлялась с помощью экспертов – трех педагогов по актерскому мастерству – и составила в среднем 86%.

*Методики и измеряемые показатели.* Общее отношение к объекту оценивалось с помощью авторского опросника – Шкалы общего отношения к объекту восприятия [Щебетенко и др., 2007]. Опросник включал 15 вопросов, затрагивающих когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты отношения к объекту, а также их суммарный показатель. Например: «Этот человек мне не интересен», «Мне понравился этот человек», «Я не стал бы знакомиться с этим человеком» и т.п. Согласие с каждым пунктом опросника оценивалось участниками по 5-балльной шкале<sup>17</sup> (см. Приложение 1). Измеряемый показатель: общее (суммарное) отношения к объекту.

Перечень качеств для оценки сходства с объектом был представлен 30 антонимичными прилагательными. Он предъявлялся участникам с двумя разными вариантами инструкции, одна из которых предлагала сравнить себя с объектом (субъектный фокус), а другая – объекта с собой (объектный фокус). Показателем сравнения выступало количество позитивных и негативных прилагательных, по которым субъект превосходит объекта восприятия (в случае субъектного фокуса) или объект превосходит субъекта (в случае объектного фокуса). Показатель фокуса выступал в исследовании как межгрупповой фактор, а показатель превосходства – как внутригрупповой фактор (превосходство по положительным,

---

<sup>17</sup> Для данного исследования размерность шкалы была сокращена.

превосходство по отрицательным чертам). Тот же список прилагательных применялся для контроля различий восприятия «хорошего» и «плохого» объектов по положительным и отрицательным характеристикам.

*Анализ данных.* Статистическая обработка результатов исследования осуществлялась в программе STATISTICA 8.0 с использованием описательной статистики (включая анализ асимметрии и эксцесса), сравнительного анализа по t-критерию Стьюдента, двухфакторного дисперсионного ANOVA (метод повторных измерений, смешанный дизайн) и кластерного анализа (метод К-средних).

T-критерий Стьюдента применялся для сравнения общего показателя отношения к «хорошему» и «плохому» объекту, а также выраженности у «хорошего» и «плохого» объектов положительных и отрицательных качеств. Целью данного анализа был контроль соответствия валентности персонажей и их характеристик (как показатель валидности перечня прилагательных для оценки объектов восприятия). Соответственно, в качестве независимой переменной в анализ включался показатель валентности объекта («хороший» – «плохой»), а в качестве зависимых переменных – общее отношение к объекту и его оценки по прилагательным. Проверка валидности личностных прилагательных для оценки «хорошего» и «плохого» Другого привела к исключению из первоначального списка 8 личностных характеристик, по которым оценки «хорошего» и «плохого» объекта оказались статистически незначимыми ( $p > 0,10$ ). Результаты анализов, представленные далее, включают окончательный (валидный) набор из 22 прилагательных.

Дисперсионный анализ использовался для изучения эффектов перцептивного фокуса и валентности объекта на показатели сравнительной оценки субъекта и объекта восприятия. В качестве межгрупповых факторов в анализ включались показатели перцептивного фокуса (субъектный, объектный) и валентности объекта («хороший», «плохой»). В качестве зависимой переменной (внутригруппового двухуровневого фактора) рассматривались показатели отмеченных (1) позитивных и (2) негативных характеристик, более выраженных

«у меня по сравнению с объектом» (условие субъектного фокуса) и у «объекта по сравнению со мной» (условие объектного фокуса).

Кластерный анализ применялся для выделения групп респондентов, отметивших низкий, средний и высокий уровень субъективного сходства с объектом. Полученная уровневая переменная включалась в анализ восприятия в условиях субъектного фокуса как контрольная.

### 5.1.3. Результаты

В табл. 5.1.1 приводятся данные описательной статистики для усредненных показателей оценки «хорошего» и «плохого» объекта женского пола.

**Таблица 5.1.1.** Описательная статистика усредненных показателей оценки «хорошего» и «плохого» объекта женского пола

Показатели оценки объекта:	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
Общее отношение к объекту	3,13	0,85	-0,15	0,14	-0,63	0,27
Воспитанность	3,31	1,11	-0,30	0,14	-0,78	0,27
Доброжелательность	2,97	1,19	-0,05	0,14	-0,99	0,27
Порядочность	3,21	1,15	-0,29	0,14	-0,82	0,27
Самокритичность	2,69	1,31	0,14	0,14	-1,24	0,27
Добросовестность	3,06	1,04	-0,17	0,14	-0,72	0,27
Чуткость	2,68	1,05	0,05	0,14	-0,62	0,27
Трудолюбие	3,04	0,90	-0,18	0,14	-0,19	0,27
Честность	3,27	0,99	-0,26	0,14	-0,45	0,27
Аккуратность	3,38	0,86	<b>-0,45</b>	0,14	0,28	0,27
Высокий интеллект	2,96	0,77	-0,13	0,14	0,48	0,27
Самовлюбленность	3,13	1,65	-0,08	0,14	-1,35	0,27
Цинизм	2,79	1,43	0,09	0,14	<b>-1,40</b>	0,27
Безнравственность	2,46	1,24	0,37	0,14	-0,98	0,27
Невежество	2,35	1,23	0,41	0,14	-1,00	0,27
Безответственность	2,29	0,99	0,37	0,14	-0,38	0,27
Неискренность	2,91	1,24	0,01	0,14	-1,01	0,27
Холодность	3,28	1,18	-0,33	0,14	-0,80	0,27
Глупость	2,37	1,08	<b>0,43</b>	0,14	-0,46	0,27
Неприветливость	2,82	1,15	-0,07	0,14	-0,96	0,27
Нетерпеливость	2,65	1,19	0,20	0,14	-0,99	0,27
Лень	2,32	0,89	0,01	0,14	-0,61	0,27
Неряшливость	1,79	0,82	<b>0,45</b>	0,14	-0,88	0,27

*Примечание.* При  $N = 314$   $As_{крит} = 0,41$ ,  $Ex_{крит} = 1,35$ . Значения асимметрии и эксцесса, превышающие критические, выделены жирным шрифтом.



В табл. 5.1.2 приводятся данные описательной статистики для усредненных показателей оценки «хорошего» и «плохого» объекта мужского пола.

**Таблица 5.1.2.** Описательная статистика усредненных показателей оценки «хорошего» и «плохого» объекта мужского пола

Показатели оценки объекта:	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
Общее отношение к объекту	3,04	0,84	-0,20	0,14	-0,62	0,27
Воспитанность	3,24	1,16	-0,08	0,14	-1,10	0,27
Доброжелательность	3,24	1,13	-0,17	0,14	-0,87	0,27
Порядочность	3,22	1,14	-0,09	0,14	-0,94	0,27
Самокритичность	2,70	1,42	0,22	0,14	-1,33	0,27
Добросовестность	3,16	1,09	-0,07	0,14	-0,85	0,27
Чуткость	2,77	1,09	0,17	0,14	-0,73	0,27
Трудолюбие	2,99	0,87	-0,07	0,14	0,02	0,27
Честность	3,43	1,01	-0,37	0,14	-0,43	0,27
Аккуратность	2,90	0,82	0,09	0,14	0,05	0,27
Высокий интеллект	2,92	0,81	-0,03	0,14	0,36	0,27
Самовлюбленность	2,94	1,61	0,02	0,14	<b>-1,36</b>	0,27
Цинизм	2,74	1,40	0,11	0,14	-1,34	0,27
Безнравственность	2,61	1,16	0,08	0,14	-1,13	0,27
Невежество	2,49	1,16	0,22	0,14	-1,04	0,27
Безответственность	2,60	1,02	0,06	0,14	-0,73	0,27
Неискренность	2,61	1,18	0,25	0,14	-0,93	0,27
Холодность	2,75	1,10	0,03	0,14	-0,90	0,27
Глупость	2,60	0,97	-0,03	0,14	-0,54	0,27
Неприветливость	2,61	0,98	0,12	0,14	-0,68	0,27
Нетерпеливость	2,42	1,13	0,25	0,14	-0,98	0,27
Лень	2,71	0,87	-0,15	0,14	-0,15	0,27
Неряшливость	2,58	0,95	0,06	0,14	-0,48	0,27

*Примечание.* При  $N = 314$   $As_{крит} = 0,41$ ,  $Ex_{крит} = 1,35$ . Значение эксцесса, превышающее критическое, выделено жирным шрифтом.

Анализ значений асимметрии и эксцесса в целом свидетельствовал о соответствии данных закону нормального распределения и возможности применять для дальнейших анализов методы параметрической статистики.

Для проверки адекватности восприятия образов «хорошего» и «плохого» объектов была проведена их сравнительная оценка по набору антонимичных качеств, а также по показателю общего отношения к ним. Результаты приводятся в табл. 5.1.3.

**Таблица 5.1.3.** Сравнительный анализ показателей характерологической оценки и общего отношения к «хорошему» и «плохому» объектам восприятия

Оцениваемые показатели	Девушка			Юноша		
	Среднее значение		t	Среднее значение		t
	«хорошая»	«плохая»		«хороший»	«плохой»	
Общее отношение к объекту	3,63	2,66	12,27**	3,48	2,58	11,16**
Воспитанность	4,15	2,50	19,78**	4,15	2,27	24,20**
Доброжелательность	3,84	2,15	17,84**	4,05	2,38	19,39**
Порядочность	4,01	2,45	16,52**	4,06	2,33	20,42**
Самокритичность	3,59	1,83	16,04**	3,64	1,72	16,25**
Добросовестность	3,77	2,38	15,85**	3,91	2,37	17,72**
Чуткость	3,23	2,15	10,61**	3,40	2,11	12,89**
Трудолюбие	3,44	2,65	8,60**	3,37	2,59	8,93**
Честность	3,68	2,88	7,82**	3,89	2,94	9,51**
Аккуратность	3,68	3,09	6,44**	3,22	2,56	7,66**
Высокий интеллект	3,14	2,78	4,16**	3,07	2,75	3,59**
Самовлюбленность	1,61	4,58	-37,57**	1,55	4,41	-33,57**
Цинизм	1,61	3,91	-24,03**	1,70	3,82	-20,59**
Безнравственность	1,56	3,32	-17,96**	1,84	3,41	-16,10**
Невежество	1,55	3,11	-14,37**	1,72	3,29	-16,44**
Безответственность	1,75	2,80	-11,07**	2,11	3,10	-9,86**
Неискренность	2,25	3,55	-10,82**	2,11	3,12	-8,41**
Холодность	2,65	3,88	-10,74**	2,35	3,16	-7,02**
Глупость	1,85	2,86	-9,40**	2,27	2,94	-6,57**
Неприветливость	2,32	3,29	-8,19**	2,34	2,91	-5,41**
Нетерпеливость	2,16	3,11	-7,60**	1,80	3,07	-12,19**
Лень	2,06	2,56	-5,16**	2,49	2,94	-4,72**
Неряшливость	1,70	1,87	-1,85*	2,42	2,75	-3,11**

Примечание: \*\* $p < 0,001$ , \* $p < 0,06$ .

Как видно из таблицы, респонденты характеризовали воспринимаемых персонажей в соответствии с той поведенческой валентностью (позитивной и негативной), которая была экспериментально задана в интервью. «Хорошая» девушка и «хороший» юноша описывались через более высокую выраженность положительных качеств, а «плохая» девушка и «плохой» юноша – через более высокую выраженность отрицательных качеств ( $p < 0,001 \div 0,06$ ). Общая оценка объектов по Шкале общего отношения также характеризовалась высокой степенью контрастности: «хорошие» персонажи оценивались значительно выше, чем негативные ( $p < 0,001$ ). Полученные результаты позволяют оценить стимульные

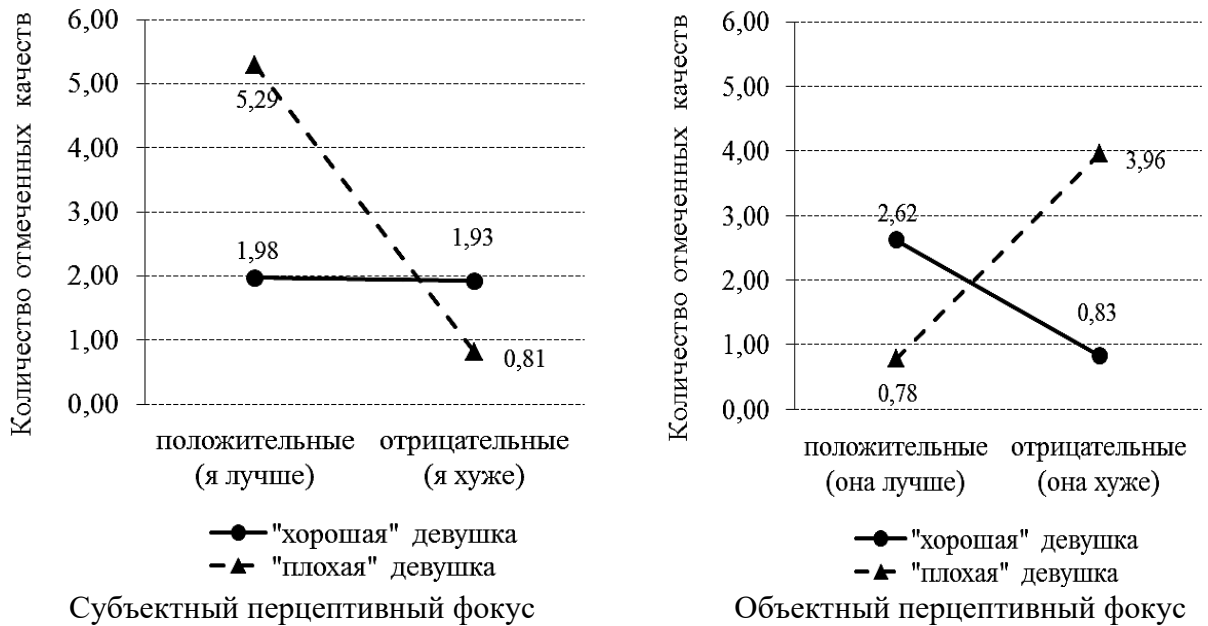
объекты и перечень прилагательных для их описания как тождественные по валентности и, соответственно, валидные. Таким образом, дальнейшее сравнение субъекта и объекта восприятия по списку положительных и отрицательных качеств является корректным и может рассматриваться в терминах восходящего и нисходящего сравнения. Так, если в условиях субъектного фокуса респондент отмечает *большую выраженность у себя* 5 качеств из списка положительных и 3 качеств – из списка отрицательных прилагательных, это свидетельствует о том, что он оценивает свое позитивное преимущество над объектом в 5 баллов а негативное «преимущество» – в 3 балла. В совокупности это свидетельствует о преобладании нисходящего сравнения. Если аналогичная картина наблюдается в условиях объектного фокуса, т.е. респондент отмечает *большую выраженность у объекта* 5 качеств из списка положительных и 3 качеств – из списка отрицательных прилагательных, это свидетельствует о том, что он оценивает позитивное преимущество объекта над собой в 5 баллов, а его негативное «преимущество» – в 3 балла. В совокупности это свидетельствует о преобладании восходящего сравнения.

Ниже приводятся результаты дисперсионного анализа сравнительных оценок субъекта с объектами разной валентности («хорошим» и «плохим») в условиях разных перцептивных фокусов: субъектном («я по сравнению с объектом») и объектном («объект по сравнению со мной»). На рис. 5.1.1 и 5.1.2 отражены сравнения с объектом-девушкой, а на рис. 5.1.3 и 5.1.4 – сравнения с объектом-юношей.

Взаимодействия факторов оказались значимыми:  $F(1, 310) = 239,21$ ,  $p < 0,001$ <sup>18</sup>. Картина, представленная на рисунке, а также дальнейшие post-hoc анализы позволили проследить логику перцептивного сравнения респондентов с «хорошей» и «плохой» девушкой. Первое, что бросается в глаза при сопоставлении оценок в условиях разных перцептивных фокусов, – зеркально симметричная картина сравнения с «плохой» девушкой и асимметричная – с «хорошей».

---

<sup>18</sup> Здесь и далее при оценке статистической значимости учитывается поправка Бонферрони.



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.

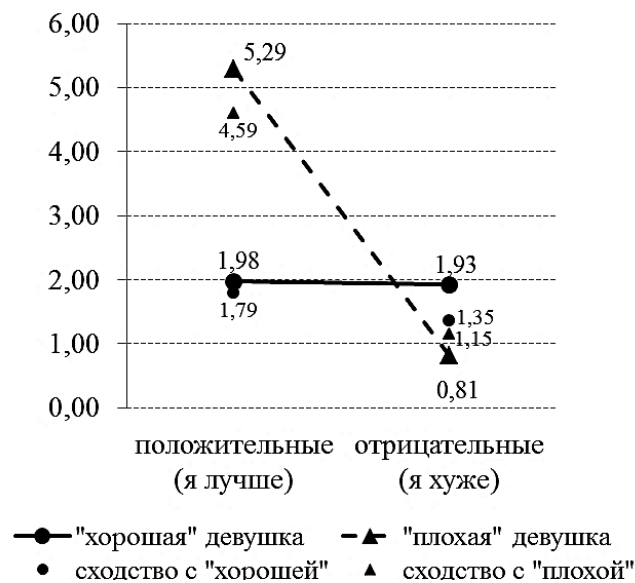
**Рис 5.1.1.** Сравнение субъекта и объекта-девушки

При восприятии «плохой» девушки респонденты демонстрировали выраженное нисходящее сравнение. Так, при субъектном фокусе они отмечали свое очевидное превосходство по положительным качествам ( $M = 5,29$ ) и слабую выраженность такового – по отрицательным ( $M = 0,81$ ). При объектном фокусе логика нисходящего сравнения сохранялась: «плохая» девушка оценивалась как обладающая большим числом отрицательных ( $M = 3,96$ ) и меньшим числом положительных ( $M = 0,78$ ) характеристик. Вместе с тем уровень собственного превосходства над «плохой» девушкой по положительным качествам оценивался респондентами более высоко ( $M = 5,29$ ), чем уровень ее превосходства по отрицательным ( $M = 3,96$ ). Это свидетельствует о том, что в случае субъектного фокуса позитивная предвзятость в пользу Я выше, чем в случае объектного фокуса ( $p < 0,001$ ).

При восприятии «хорошей» девушки ожидаемая картина восходящего сравнения обнаруживалась только в условиях объектного фокуса: респонденты

отмечали более выраженное ( $p < 0,001$ ) превосходство девушки по положительным качествам ( $M = 2,62$ ), чем по отрицательным ( $M = 0,83$ ). При субъектном фокусе логика восходящего сравнения заменялась амбивалентной: респонденты отмечали равноценное превосходство над «хорошей» девушкой как по отрицательным ( $M = 1,93$ ), так и по положительным ( $M = 1,98$ ) качествам ( $p = 0,88$ ).

В подгруппе участников, отметивших высокий уровень характерологического сходства с девушкой, в условиях субъектного перцептивного фокуса наблюдалось некоторое смещение оценок в сторону меньших различий (большого равенства) по положительным качествам с объектами обеих валентностей и по отрицательным качествам – с «хорошим» объектом. Различия с «плохим» объектом по отрицательным качествам, наоборот, обнаружили визуальный рост (рис. 5.1.2).



*Примечание.* Значения оценок в группе респондентов, отметивших высокое сходство с воспринимаемым объектом, отмечены маркерами без линий.

$F(1, 160) = 96,47, p < 0,001$ ;

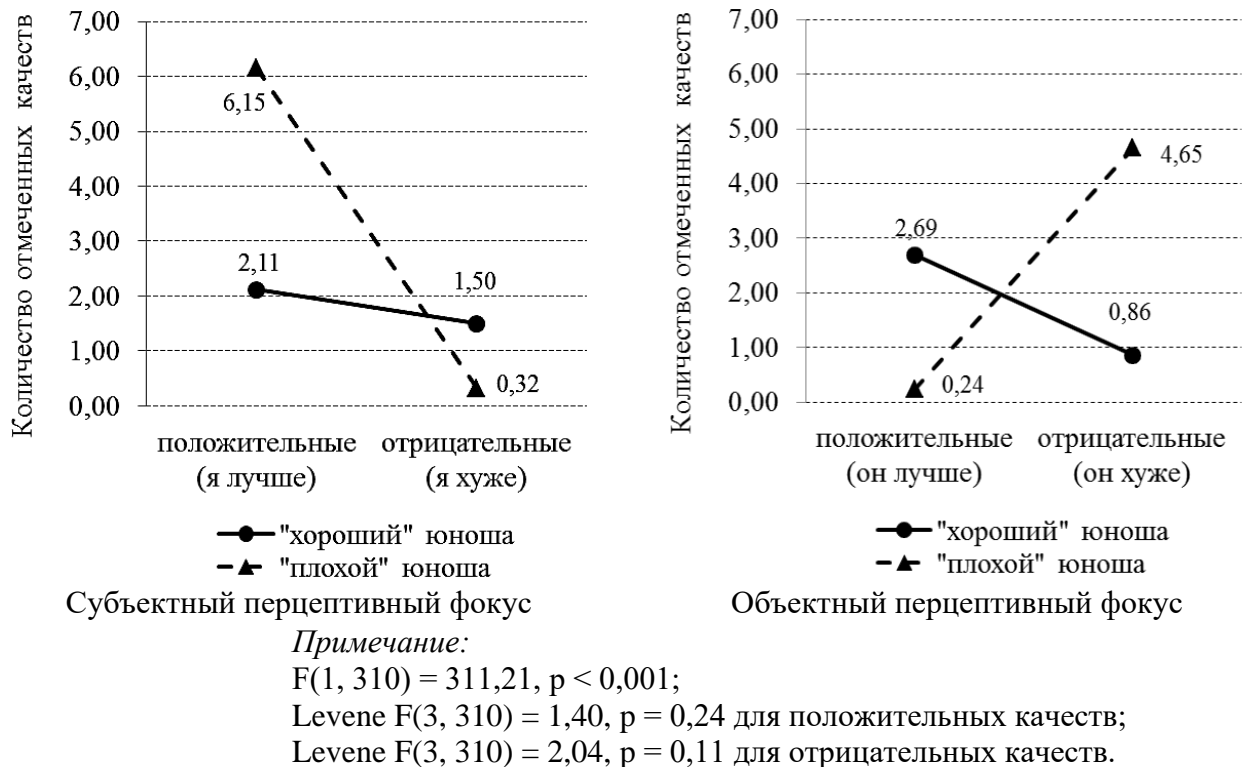
Levene  $F(1, 160) = 2,80, p = 0,10$  для положительных качеств;

Levene  $F(1, 160) = 2,11, p = 0,15$  для отрицательных качеств.

**Рис. 5.1.2.** Сравнение с объектом-девушкой в условиях субъектного фокуса и декларируемого сходства характеров

Главный эффект характерологического сходства с объектом на его оценки по положительным и отрицательным качествам оказался, однако, незначимым ( $F(2, 156) = 0,46, p = 0,63$ ). Заметные по рисунку смещения оценок также оказались незначимыми ( $t = 1,83 \div 0,39, p = 0,07 \div 0,70$ ). Таким образом, наше предположение об ослаблении эффекта субъектного фокуса на позитивную предвзятость в пользу Я при осознаваемом характерологическом сходстве с объектом восприятия не подтвердилось.

Анализ оценок сравнения с объектом-юношей (рис. 5.1.3) показал картину, аналогичную описанной выше для объекта-девушки.



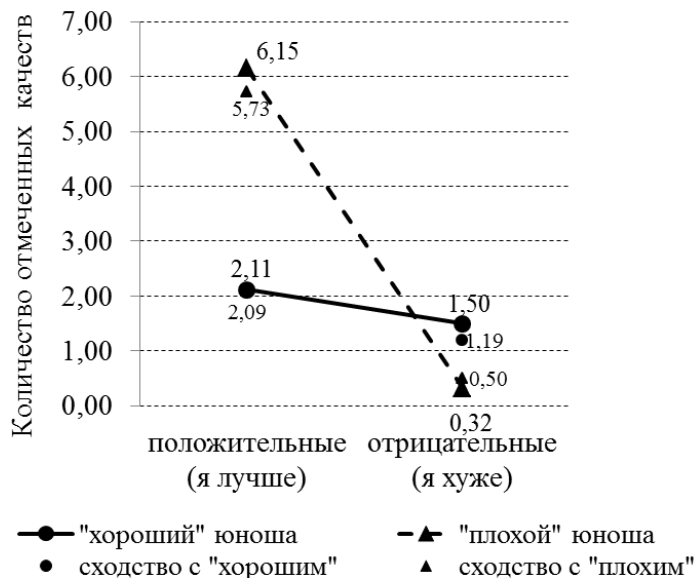
**Рис 5.1.3.** Сравнение субъекта и объекта-юноши

Взаимодействия факторов оказались значимыми:  $F(1, 310) = 311,95, p < 0,001$ . При восприятии «плохого» юноши была обнаружена картина нисходящего сравнения, которая, как и в случае с девушкой, была выражена ярче при субъектном перцептивном фокусе: уровень собственного превосходства над «плохим» юношей по положительным качествам ( $M = 6,15$ ) оценивался

респондентами более высоко ( $p < 0,001$ ), чем уровень его «превосходства» по отрицательным качествам ( $M = 4,65$ ).

При восприятии «хорошего» юноши логичная картина восходящего сравнения обнаруживалась также только в условиях объектного фокуса: респонденты отмечали более выраженное превосходство объекта по положительным ( $M = 2,69$ ), чем по отрицательным ( $M = 0,86$ ) качествам ( $p < 0,001$ ). При субъектном фокусе логика восходящего сравнения снова исчезала и даже обнаруживала тенденцию к инверсии: респонденты отмечали свое превосходство над «хорошим» юношей в большей степени по положительным ( $M = 2,11$ ), чем по отрицательным ( $M = 1,50$ ) качествам ( $p = 0,069$ ).

На рис. 5.1.4 представлены результаты сравнительных оценок участников с объектом-юношей в условиях субъектного фокуса и декларируемого сходства характеров.



*Примечание.* Значения оценок в группе респондентов, отметивших высокое сходство с воспринимаемым объектом, отмечены маркерами без линий.

$F(1, 160) = 123,25, p < 0,001$ ;

Levene  $F(1, 160) = 2,83, p = 0,09$  для положительных качеств;

Levene  $F(1, 160) = 2,19, p = 0,14$  для отрицательных качеств.

**Рис. 5.1.4.** Сравнение с объектом-юношей в условиях субъектного фокуса и декларируемого сходства характеров

При сопоставлении результатов сравнения в условиях субъектного фокуса в общей выборке и в группе респондентов, отметивших высокий уровень характерологического сходства с юношей, статистически значимых сдвигов в сторону снижения позитивной предвзятости в пользу Я обнаружено не было ( $t = 1,04 \div 0,03$ ,  $p = 0,30 \div 0,98$ ).

#### *5.1.4. Обсуждение*

Полученные нами данные поддержали гипотезу о том, что заданный перцептивный фокус является важным фактором, определяющим сравнение себя с Другим. Обнаружено, что при объектном фокусе позитивная предвзятость в пользу Я является менее выраженной. В случае сравнения с гипертрофированно «плохим» Другим это снижение проявляется в приписывании ему меньшего числа негативных качеств, а в случае сравнения с гипертрофированно «хорошим» – в проявлении картины восходящего сравнения. Обнаруженная закономерность согласуется с данными аналогичных исследований, посвященных восприятию «среднего» Другого [Hoorens, 1995; Pahl, Eiser, 2005].

При восприятии «плохого» объекта респонденты воспроизводят логику нисходящего сравнения в случае обоих перцептивных фокусов. Эта картина является ожидаемой, поскольку перцептивная оценка характеризуется в данном случае когнитивной легкостью: являясь объективно «плохим», стимульный объект облегчает проявление позитивной предвзятости в пользу Я. При восприятии же «хорошего» объекта ожидаемая картина восходящего сравнения обнаруживается только в условиях объектного фокуса. При субъектном фокусе восходящее сравнение заменяется одноуровневым и даже нисходящим: респонденты отмечают свое превосходство над «хорошим» объектом как по отрицательным, так и по положительным качествам. Другими словами, сравнивая себя с «хорошим» объектом, испытуемые считают себя одновременно и хуже, и лучше, чем он (в случае с объектом-юношей – даже не столько хуже, сколько лучше). Данный результат отражает когнитивный конфликт, заданный в эксперименте стимулом-дистрактором «хороший Другой». Вне сравнения с собой респонденты легко дают



такому объекту высокие оценки по положительным качествам. Однако в ситуации сравнения с собой высокие оценки объекта затруднены из-за вмешательства эффекта позитивной предвзятости в пользу Я. В результате испытуемые оказываются в своего рода логическом тупике: «Я хуже, чем он(а), и я лучше, чем он(а)». Как показывают результаты, при субъектном перцептивном фокусе выход из этого тупика разрешается в пользу установки на превосходство Я, а при объектном перцептивном фокусе – в пользу установки на превосходство Другого.

Вопреки теоретическим ожиданиям, заявленным нами в исследовательской гипотезе, обнаружено, что актуализация факта сходства характеров с объектом восприятия не приводит к ослаблению выраженности позитивной предвзятости в пользу Я. Этот результат свидетельствует о том, что сознательная регуляция процессов сравнения с Другим не вмешивается в действие имплицитного фактора перцептивного фокуса. За рамками настоящего исследования остается вопрос о причине такого «невмешательства». С одной стороны, можно предположить, что расхождение действия данных факторов осуществляется на функциональном уровне. С другой стороны, остается вероятность того, что сознательная констатация высокого сходства с объектом определяется социальной желательностью.

В целом наше исследование подтверждает данные о роли перцептивного фокуса как важного имплицитного фактора, определяющего динамику позитивной предвзятости в пользу Я при сравнении с объектом восприятия. Обнаружено, что роль данного фактора проявляется не только в условиях сравнения со «средним» Другим, но и с конкретным (единичным) Другим, обладающим явными позитивными и явными негативными характеристиками. Показано, что фиксация перцептивного фокуса на себе способствует усилению, а фиксация на Другом – ослаблению феномена позитивной предвзятости в пользу Я. При этом сознательная констатация сходства с объектом восприятия не удерживает субъекта от предпочтения в пользу своего Я – вопреки формальной логике. При объектном фокусе сравнения оценка объекта является более реалистичной, т.е. более точно отражает смысл его поведенческих проявлений.

## 5.2. Когнитивные механизмы стереотипизации Другого<sup>19</sup>

### 5.2.1. Постановка проблемы

Социальный стереотип можно определить как обобщенное суждение о социальном объекте (человеке или группе), включающее наиболее существенные характеристики, необходимые для потенциального принятия связанных с ним субъективных решений [см. Балева и др., 2018]. Такое функциональное понимание стереотипа возникло через несколько десятилетий после введения У. Липманом в 1922 г. самого этого понятия [Lippmann, 2007]. Благодаря работам Г. Олпорта [Allport, 1954] и Г. Тэджфела [Tajfel, 1969] стереотип был избавлен от негативных коннотаций, связанных с представлением о нем как обязательно ошибочном и иррациональном суждении о Другом, и стал рассматриваться как аналог суждений об универсальных предметных категориях через выделение их существенных характеристик. Особенностью стереотипизирующей категоризации социальных объектов является выраженный мотив групповой дифференциации, то есть их четкого перцептивного различения через соотнесение с группой членства. Таким образом, социальный стереотип можно рассматривать как когнитивный механизм, выполняющий функции адаптации в социальном пространстве. Вместе с тем, несмотря на возможность дальнейших исследований данного феномена в русле когнитивного общепсихологического подхода, стереотип прочно закрепился в пределах социальной психологии и уже много лет исследуется применительно к конкретным социальным группам и их представителям. Такой итог вполне оправдан: для когнитивной психологии социальный стереотип является малоинтересным объектом в силу его отягощенности оценочными компонентами, предвзятыми суждениями и эмоциональным отношением. Для социальной психологии, наоборот, стереотип интересен преимущественно своей содержательной (а не процессуальной) стороной, которая позволяет

---

<sup>19</sup> Излагается по результатам собственного опубликованного исследования [Балева и др., 2018].

зафиксировать именно эмоционально окрашенное и предвзятое отношение к социальным объектам.

В то же время, когнитивная сущность стереотипа так или иначе присутствует в социально-психологических исследованиях. По утверждению Т.Г. Стефаненко, она находит отражение в понятии «стереотипизация», которая понимается «как рациональная форма познания, как частный случай более универсального процесса категоризации» [Стефаненко, 1999, с. 248]. Еще одним «местом встречи» стереотипа и когнитивных феноменов является социальный аттитюд, включающий когнитивный компонент наряду с эмоциональным и поведенческим [напр., Балева, Корниенко, 2011; Зверева, 2010; Кавизина, 2016].

Отличительной особенностью большинства исследований, посвященных взаимосвязям социальных стереотипов и когнитивных механизмов, является экспериментальное конструирование целостной перцептивной задачи, одни и те же элементы которой связываются и с проявлениями стереотипизации, и с когнитивными аспектами процесса восприятия (например, категоризацией, сохранением информации, абстрагированием и т.д.). В одном из первых исследований такого плана [Taylor et al., 1978] была показана когнитивная роль стереотипов как матричных структур, организующих привязку воспроизводимых суждений членов малой группы к их расовой и половой принадлежности. Эмпирическим свидетельством данной привязки выступало преобладание количества внутригрупповых (по полу и расе) ошибок над межгрупповыми. Позднее была сформулирована перцептивная модель [Brewer, 1988; Fiske, Neuberg, 1990], согласно которой категориальные суждения (в терминах расы, пола, физических характеристик, стиля одежды и т.д.) представляют собой универсальную матрицу социальных суждений. В последующих работах было продолжено изучение стереотипизации в процедурном соотнесении с механизмами внимания [Sherman et al., 2009] и памяти [Meiser, Hewstone, 2004] через манипулирование акцентуированным предъявлением стимулов. Кроме этого, была выявлена роль общего перцептивного контекста в процессах социальной стереотипизации. В частности, было обнаружено, что

пространственная [Lieberman, Trope, 1998] или статусная [Smith, Trope, 2006] отдаленность объекта способствует более абстрактному (стереотипизированному) восприятию членов аут-групп, в то время как сокращение перцептивной дистанции приводит к фокусировке на их конкретном поведении и снижает выраженность стереотипа.

Отдельное направление в данной сфере представляют нейрокогнитивные исследования, в которых процессы стереотипизации выступают как латентная переменная, заданная соответствующей инструкцией, а когнитивные процессы фиксируются через активность различных отделов головного мозга. Так, в работе М. Зарате и коллег [Zárate et al., 2008] получены данные, свидетельствующие о том, что процесс стереотипизации в большей степени связан с работой левого полушария, чем правого. Обнаружено, что социальное восприятие является функцией непосредственно пережитого недавнего опыта, активизация которого тормозит процессы социальной категоризации, в формирование которых вовлечено левое полушарие. Это объясняет маловыраженное влияние межгруппового взаимодействия на ослабление стереотипного образа аут-группы: в процессе взаимодействия данный стереотип не активизируется, то есть существует в параллельном режиме и не подвергается содержательной корректировке.

Наконец, существуют отдельные работы, в которых измерения социальных стереотипов и когнитивных механизмов представляют собой самостоятельные процедуры, не объединенные в единую перцептивную задачу. Взаимосвязи между ними устанавливаются статистически с использованием корреляционного либо квазиэкспериментального дизайна. Так, в работе С.А. Щебетенко [Щебетенко, 2010] отслеживалось взаимодействие когнитивной нагрузки и стереотипизации как независимых переменных на восприятие образа иммигранта. Было выявлено, что когнитивная нагрузка может ухудшать эмоциональную оценку контрстереотипных образов иммигрантов. В работе И.В. Безменова [Безменов, 2007] изучалось соотношение гендерных стереотипов с когнитивными стилями. Было обнаружено, что полнезависимые испытуемые характеризуются меньшей степенью выраженности гендерных стереотипов, чем полезависимые испытуемые.

*Целью* данной работы [см. Балева и др., 2018] являлось квазиэкспериментальное исследование эффектов индивидуально-специфичных приемов обработки информации (когнитивных стилей и дивергентного мышления) на стереотипизацию Другого, рассматриваемую вне привязки к конкретной социальной группе. Иными словами, ставилась задача выявить когнитивные механизмы, релевантные стереотипизации в ситуации восприятия условных, не существующих в реальности, социальных групп. На наш взгляд, такой подход дает возможность более точно определить роль когнитивных механизмов в процессе социальной перцепции: будучи вымышленными, объекты восприятия являются свободными от влияния предшествующей информации о них, что позволяет сформировать их образы «с нуля». Отталкиваясь от идей М. Мачунски и Т. Мейзера [Machunsky, Meiser, 2014], а также Р. Мендозы-Дентона [Mendoza-Denton et al., 2001], мы трактуем стереотипизацию образа Другого как преимущественные суждения о нем в терминах черт личности vs конкретного поведения, что наиболее релевантно отражает социальную перцепцию как когнитивную категоризацию.

*Теоретическая гипотеза* нашего исследования была сформулирована следующим образом: индивидуальные особенности когнитивных стилей и дивергентного мышления определяют выраженность стереотипизации образа Другого.

*Исследовательские гипотезы:*

1. Более выраженная склонность к стереотипизации образа Другого наблюдается у субъектов с высокими показателями полезависимости, ригидности, синтетичности, импульсивности и когнитивной простоты.

2. Более выраженная склонность к стереотипизации образа Другого наблюдается у субъектов с низкими показателями гибкости и оригинальности, а также высокими показателями беглости дивергентного мышления.

### 5.2.2. Метод

*Описание выборки.* В исследовании приняли участие 103 студента, из них 79 девушек и 24 юноши (23%) в возрасте от 17 до 22 лет ( $M = 19,29$ ,  $SD = 0,77$ ). Участие в исследовании было добровольным. Все испытуемые давали письменное согласие на обработку персональных данных.

*Процедура.* Сбор данных осуществлялся в ходе двух групповых сессий. Перерыв между сессиями в разных группах участников составил 7–14 дней. Участники получали индивидуальные пакеты, включающие 7 тестов в распечатанном виде на 13 листах. Каждый тест содержал инструкцию, стимульный материал и бланки для заполнения. Во время первой сессии участники выполняли 4 теста, во время второй сессии – 3. Общее время тестирования варьировалось индивидуально и составило 1–1,5 часа на протяжении каждой сессии. Перед началом исследования респондентам сообщалось, что его целью является выявление индивидуальных приемов обработки информации. По завершении исследования они были ознакомлены с истинными целями исследования и содержательной направленностью каждого теста.

*Стимульный материал и методики.* Участникам исследования предъявлялись методики, направленные на измерение (а) стереотипизации образа Другого, (б) когнитивных стилей, (в) дивергентного мышления.

Основным стимульным объектом являлся специально сконструированный текст (см. Приложение 2а), описывающий искусственные (не существующие в реальности) социальные группы. По аналогии с процедурой, описанной М. Мачунски и Т. Мейзером [Machunsky, Meiser, 2014], в качестве их представителей выступали люди, чья работоспособность якобы повышается при звуках низкой или при звуках высокой частоты. Текст был стилизован под типичный скриншот научно-популярной статьи из Интернета и составлен в соответствии с выявленной в предварительном исследовании структурой типичного текста СМИ, описывающего социальные группы [Балева и др., 2016]. После прочтения текста участникам предлагалось произвольно определить, к какой из двух групп относятся они сами. Затем им предъявлялся набор из 12 личностных характеристик

(Приложение 2д), каждая из которых была описана, во-первых, в терминах черты и в терминах поведенческого паттерна, а во-вторых – в разных валентностях: положительной и отрицательной. Например: «оптимистичный» (положительная черта), «верит в лучшее» (положительное поведение), «пессимистичный» (отрицательная черта), «не надеется ни на что хорошее» (отрицательное поведение). Весь набор характеристик, общий объем которого составил 48 позиций, был разбит на два столбца, один из которых содержал положительные, а второй – антонимичные им отрицательные описания. В каждом столбце личностные черты и поведенческие паттерны были перемешаны случайным образом. Участникам предлагалось выбрать наиболее подходящие характеристики для описания конкретного представителя «своей» и «чужой» группы в соответствии с инструкцией. При обработке результатов данной методики фиксировались следующие переменные: количество отмеченных личностных черт, количество отмеченных поведенческих паттернов, разность количества отмеченных черт и поведенческих паттернов. Основным показателем стереотипизации выступила разность количества отмеченных черт и поведенческих паттернов при описании представителя аут-группы. Более высокие значения данного показателя свидетельствовали о преобладании обобщающих (стереотипизирующих) характеристик, представленных личностными чертами, над конкретными (фактологическими) характеристиками, представленными описанием поведения.

В качестве релевантных стереотипизации когнитивных механизмов измерялись когнитивные стили (полезависимость – полenezависимость, ригидность – гибкость, импульсивность – рефлексивность, аналитичность – синтетичность, когнитивная простота – когнитивная сложность) и дивергентное мышление.

Полезависимость – полenezависимость измерялась с помощью методики АКТ-70 К.У. Эттриха (модификация классического варианта методики «Фигуры Готтшальдта» [Холодная, 2004, с. 49]. Показатели: количество правильных ответов, время выполнения всего задания. Высокие значения показателя

правильных ответов и низкие значения показателя времени выступали маркерами полнезависимости. Наоборот, низкие значения показателя правильных ответов и высокие значения показателя времени выступали маркерами полнезависимости.

Ригидный – гибкий познавательный контроль измерялся с помощью методики свободных ассоциаций Р. Гарднера [Там же, с. 69]. При обработке результатов фиксировалась величина дистанции каждого названного слова по отношению к слову-стимулу. Показатели: сумма дистанций, среднее значение дистанций для всех ассоциаций, общее количество ассоциаций. Высокие значения данных показателей соответствовали гибкому, а низкие значения – ригидному познавательному контролю.

Импульсивность – рефлексивность измерялась с помощью методики «Сравнение похожих рисунков» Дж. Кагана [Там же, с. 79]. Показатели: общее количество ошибок, время выполнения всех заданий. Высокие значения показателя ошибок и низкие значения показателя времени соответствовали импульсивному стилю принятия решения. Наоборот, низкие значения показателя ошибок и высокие значения показателя времени свидетельствовали в пользу рефлексивного стиля принятия решения.

Узкий – широкий диапазон эквивалентности, или аналитичность – синтетичность, измерялись методикой «Свободная сортировка объектов» Р. Гарднера в модификации В.А. Колги [Колга, 1976]. Показатели: количество выделенных групп; количество слов в наибольшей по объему группе. Высокие значения показателя количества групп и низкие значения показателя слов в наибольшей группе соответствовали преобладанию аналитичности (узкого диапазона эквивалентности). Наоборот, низкие значения показателя количества групп и высокие значения показателя слов в наибольшей группе соответствовали преобладанию синтетичности (широкого диапазона эквивалентности).

Когнитивная простота – когнитивная сложность измерялись с помощью репертуарного теста Дж. Келли [Хьелл, Зигглер, 1997, с. 457–461]. Показатели: количество категорий выделенных конструкторов, количество конструкторов в наибольшей по объему категории. Высокие значения показателя числа категорий



и низкие значения показателя конструкторов в наибольшей категории свидетельствовали в пользу когнитивной сложности. Наоборот, низкие значения показателя числа категорий и высокие значения показателя конструкторов в наибольшей категории свидетельствовали в пользу когнитивной простоты.

Дивергентное мышление измерялось вербальным тестом творческого мышления «Необычное использование», разработанным на основе теста Дж. Гилфорда [Аверина, Щебланова, 1996]. При обработке результатов подсчитывались показатели беглости (число сформированных идей), гибкости (использование разнообразных, связанных с разными свойствами предмета, стратегий решения) и оригинальности (отличие выдвинутых идей от очевидных, общеизвестных, банальных). Высокие значения данных показатели свидетельствовали о высокой выраженности дивергентного мышления (креативности).

*Анализ данных.* Полученные результаты анализировались в логике квазиэкспериментального дизайна. Показатели когнитивной сферы рассматривались как причинно-подобные, независимые переменные (факторы), а показатель стереотипизации – как зависимая переменная.

Статистическая обработка осуществлялась с применением дисперсионного анализа (ANOVA) в программе STATISTICA 8.0. В качестве основного использовался однофакторный вариант дисперсионного анализа, межгрупповой дизайн, с помощью которого изучались эффекты показателей когнитивной сферы (уровневых переменных) на показатель стереотипизации (количественную переменную). В качестве вспомогательного варианта дисперсионного анализа использовалась процедура повторных измерений (внутригрупповой дизайн), с помощью которой контролировался эффект латентного фактора – групповой принадлежности (описание представителя «своей» или «чужой» группы) – на выраженность стереотипизации как разности поведенческих черт и паттернов.

При обработке данных дополнительно были использованы методы описательной статистики и кластерный анализ. Описательная статистика применялась для оценки нормальности распределения переменных, а кластерный

анализ (метод К-средних) – для выделения групп испытуемых с разными уровнями выраженности показателей когнитивных стилей и дивергентного мышления.

На первом этапе обработки данных исходная матрица была очищена от статистических выбросов. Значения, превышающие  $\pm 2$  среднеквадратических отклонения (по z-оценкам), заменялись на экстремальные величины соответствующей переменной, находящиеся в пределах 95% совокупности нормально распределенных значений.

### 5.2.3. Результаты

В табл. 5.2.1 представлена описательная статистика исследуемых переменных и приведены значения асимметрии и эксцесса как показателей нормальности распределения.

**Таблица 5.2.1.** Описательная статистика показателей

Показатели диагностических методик	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
Показатели оценки представителя социальной группы						
<i>Своей:</i>						
Общее число черт	6,79	2,75	0,38	0,24	-0,28	0,47
Общее число паттернов	7,38	2,99	0,17	0,24	-0,51	0,47
Разность черт и паттернов	-0,59	2,74	0,10	0,24	0,01	0,47
<i>Чужой:</i>						
Общее число черт	7,83	2,22	0,16	0,24	-0,67	0,47
Общее число паттернов	5,23	2,52	-0,04	0,24	-0,31	0,47
Разность черт и паттернов	2,52	1,54	0,22	0,24	-0,98	0,47
Показатели когнитивных стилей						
Полезависимость (правильные ответы)	18,75	3,30	0,16	0,24	-0,40	0,47
Полезависимость (время)	11,16	2,61	-0,03	0,24	-0,50	0,47
Гибкость (сумма дистанций)	56,94	16,64	0,25	0,24	-0,18	0,47
Гибкость (среднее дистанций)	3,61	0,70	0,49	0,24	0,41	0,47
Гибкость (количество ассоциаций)	16,18	5,09	0,24	0,24	-0,49	0,47
Импульсивность (количество ошибок)	3,31	1,64	0,25	0,24	0,14	0,47
Рефлексивность (время)	7,92	2,12	0,34	0,24	-0,26	0,47
Аналитичность (количество групп)	5,62	1,81	0,28	0,24	-0,09	0,47
Синтетичность (количество слов в наибольшей группе)	10,40	3,22	0,58	0,24	-0,60	0,47
Когнитивная сложность (количество конструкторов)	5,04	1,68	0,34	0,24	-0,09	0,47
Когнитивная простота (количество конструкторов в наибольшей категории)	4,17	1,37	0,31	0,24	-0,61	0,47

Показатели диагностических методик	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
Показатели дивергентного мышления						
Беглость	6,18	1,91	0,67	0,24	-0,04	0,47
Гибкость	3,72	1,30	0,35	0,24	-0,81	0,47
Оригинальность	4,26	1,33	0,03	0,24	-0,57	0,47

*Примечание.* При N = 103  $As_{крит} = 0,71$ ,  $Ex_{крит} = 2,25$ .

Как видно из таблицы, значения асимметрии и эксцесса не превышают допустимых критических значений. Следовательно, распределение исследуемых показателей можно считать нормальным.

Результаты анализа различий в стереотипизации, понимаемой как преобладание числа отмеченных черт над числом поведенческих паттернов, приписываемых представителям «своей» и «чужой» групп, представлены в табл. 5.2.2.

**Таблица 5.2.2.** Различия в выраженности показателей стереотипизации при описании представителей «своей» и «чужой» групп (по данным дисперсионного анализа, метод повторных измерений)

Показатели стереотипизации	M ± SD		F
	«своя» группа	«чужая» группа	
Общее число отмеченных черт	6,79 ± 2,75	7,83 ± 2,22	14,91
Общее число отмеченных поведенческих паттернов	7,38 ± 2,99	5,23 ± 2,52	91,46
Разность числа черт и поведенческих паттернов	-0,59 ± 2,74	2,52 ± 1,54	106,23

*Примечание.* Уровень значимости критерия Фишера  $p < 0,001$ .

Как видно из таблицы, при описании представителя «чужой» группы испытуемые использовали большее количество черт,  $F(1, 102) = 14,92$ ,  $p < 0,001$ , и меньшее количество поведенческих паттернов,  $F(1, 102) = 91,46$ ,  $p < 0,001$ , чем при описании представителя «своей» группы. Разность показателей черт и паттернов была значимо выше при описании «чужого», чем «своего». Полученные результаты свидетельствует в пользу возможности трактовки итоговой шкалы

разности черт и поведения при описании представителя аут-группы как количественной меры его стереотипного восприятия.

В результате однофакторного дисперсионного анализа были выявлены значимые эффекты отдельных показателей четырех когнитивных стилей и дивергентного мышления на выраженность стереотипизации представителя аут-группы (табл. 5.2.3).

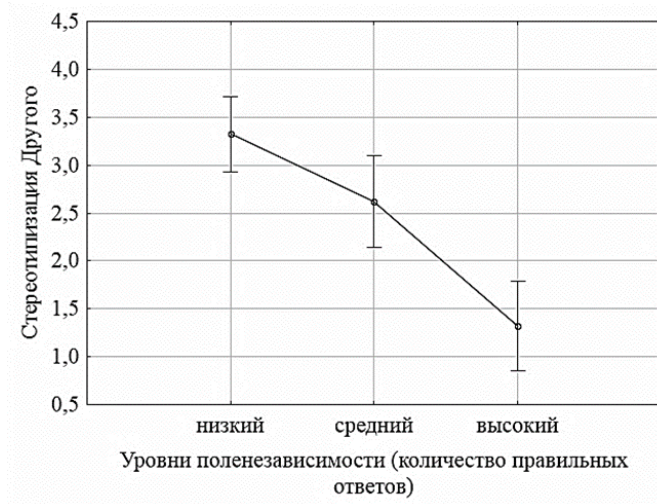
**Таблица 5.2.3.** Различия в выраженности стереотипизации Другого при разных уровнях показателей когнитивной сферы

Показатели когнитивной сферы	Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях когнитивных факторов (M±SD)			F	Критерий Левена	
	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень		F	p
Поленезависимость (правильные ответы)	3,33±1,30	2,62±1,40	1,32±1,19	21,49 <sup>a</sup>	1,12	0,33
Полезависимость (время)	2,04±1,34	2,52±1,60	2,97±1,52	2,68 <sup>d</sup>	0,48	0,62
Гибкость (сумма дистанций)	2,57±1,56	2,41±1,53	2,69±1,58	0,31	0,04	0,96
Гибкость (среднее дистанций)	3,32±1,62	2,50±1,50	2,03±1,36	4,99 <sup>b</sup>	1,04	0,35
Гибкость (количество ассоциаций)	2,30±1,42	2,40±1,48	2,76±1,65	0,80	0,63	0,53
Импульсивность (количество ошибок)	2,22±1,50	2,86±1,56	3,05±1,50	3,07 <sup>c</sup>	0,05	0,95
Рефлексивность (время)	2,97±1,60	2,35±1,48	2,28±1,51	1,99	0,11	0,90
Аналитичность (количество групп)	2,28±1,53	3,06±1,64	2,49±1,50	1,43	0,27	0,77
Синтетичность (количество слов в наибольшей группе)	1,69±1,32	2,70±1,55	2,53±1,53	2,35	0,60	0,55
Когнитивная сложность (количество конструкторов)	2,85±1,58	1,93±1,38	1,91±1,23	4,62 <sup>c</sup>	1,08	0,34
Когнитивная простота (количество конструкторов в наибольшей категории)	2,08±1,44	2,83±1,60	2,72±1,52	2,51 <sup>d</sup>	0,28	0,75
Беглость	2,42±1,44	2,30±1,65	2,82±1,47	1,21	0,99	0,37
Гибкость	2,67±1,62	2,57±1,27	2,21±1,60	0,82	2,50	0,09
Оригинальность	3,00±1,61	2,52±1,55	1,96±1,29	3,49 <sup>c</sup>	1,19	0,31

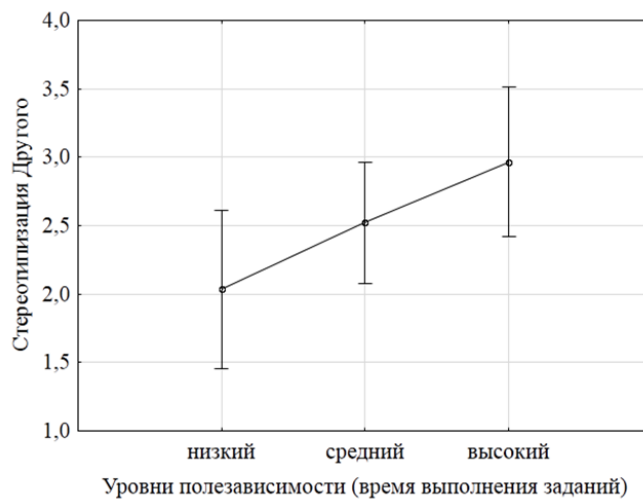
Примечание. <sup>a</sup>  $p < 0,001$ , <sup>b</sup>  $p < 0,01$ , <sup>c</sup>  $p < 0,05$ , <sup>d</sup>  $p < 0,10$ .

Показатель полнезависимости, представленный числом правильных ответов, оказал значимый обратный эффект на показатель стереотипизации, F (2,

100) = 21,49,  $p < 0,001$ <sup>20</sup>. Показатель полезависимости, представленный временем выполнения заданий, оказал близкий к значимому прямой эффект на показатель стереотипизации,  $F(2, 100) = 2,68$ ,  $p < 0,10$ . На рис. 5.2.1а и 5.2.1б отображены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях полезависимости и полезависимости.



**Рис. 5.2.1а.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя полезависимости (правильные ответы)

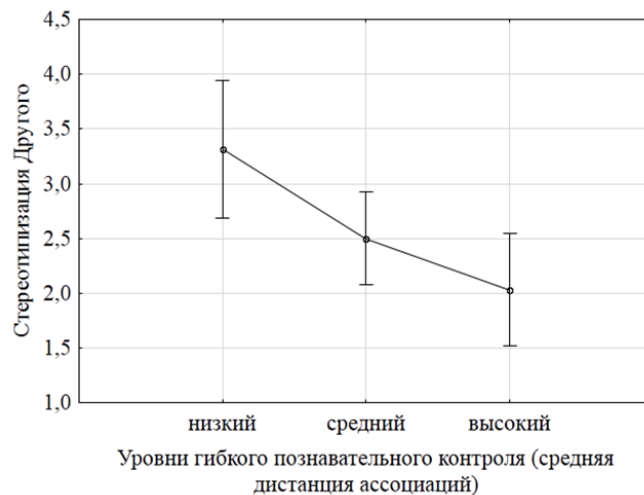


**Рис. 5.2.1б.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя полезависимости (время)

<sup>20</sup> С учетом поправки Бонферрони  $p < 0,017$ . В дальнейшем различия в выраженности стереотипизации при разных уровнях показателей когнитивной сферы рассматривались на уровне парных (post-hoc) сравнений,  $p < 0,05$ .

Post-hoc анализ показал, что стереотипизация Другого обнаруживает статистически значимое последовательное снижение при росте значений полнезависимости от низкого к среднему ( $p < 0,05$ ) и от среднего к высокому ( $p < 0,001$ ) уровню. По данным post-hoc анализа, стереотипизация Другого была значимо выше при высоком, чем при низком уровне полнезависимости ( $p < 0,05$ ).

Показатель гибкого познавательного контроля, представленный средним значением длины ассоциативных дистанций по тесту свободных ассоциаций, оказал значимый обратный эффект на показатель стереотипизации,  $F(2, 100) = 4,99$ ,  $p < 0,01$ . На рис. 5.2.2 отображены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях гибкого контроля (показатель средней дистанции ассоциаций).

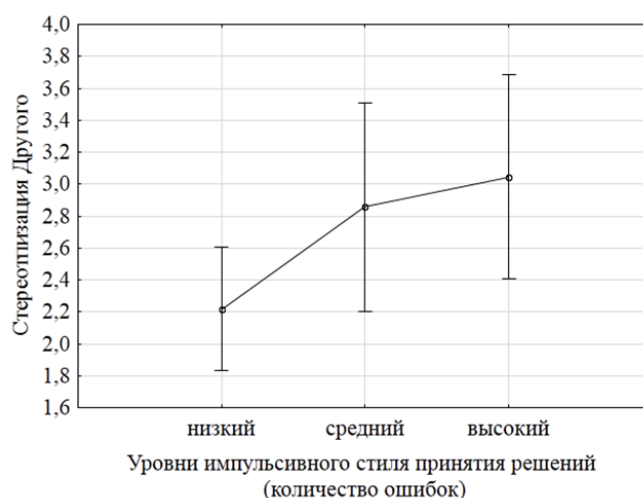


**Рис. 5.2.2.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя гибкого познавательного контроля (средняя дистанция ассоциаций)

Post-hoc анализ показал, что стереотипизация Другого обнаруживает статистически значимое снижение при росте гибкого познавательного контроля от низкого к среднему ( $p < 0,05$ ) и от низкого к высокому ( $p < 0,01$ ) уровню.

Показатель импульсивности, представленный общим количеством ошибок при выполнении теста «Сравнение похожих рисунков», оказал значимый прямой эффект на показатель стереотипизации,  $F(2, 100) = 3,07$ ,  $p < 0,05$ .

На рис. 5.2.3 отображены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях импульсивности (показатель количества ошибок).

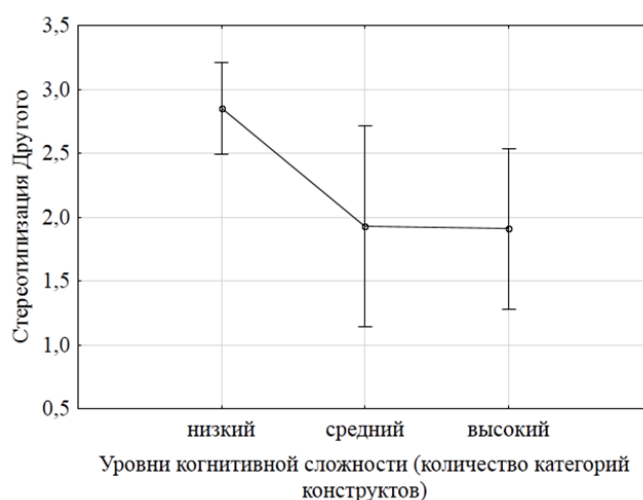


**Рис. 5.2.3.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя импульсивности (количество ошибок)

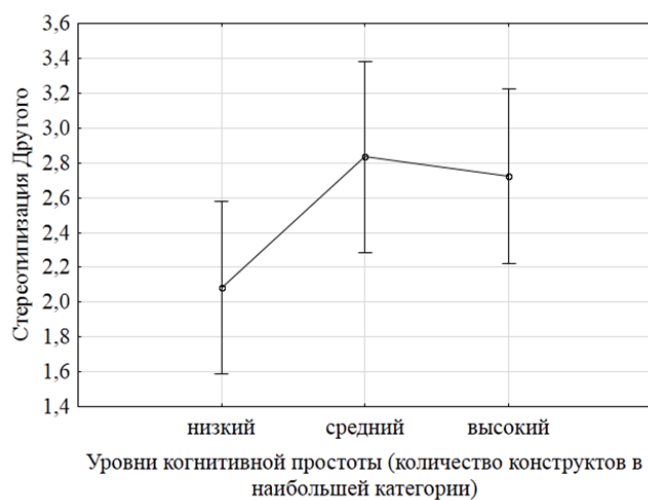
Post-hoc анализ показал, что стереотипизация Другого обнаруживает близкое к значимому увеличение при росте импульсивности от низкого к среднему ( $p < 0,10$ ) уровню и статистически значимое увеличение при росте от низкого к высокому уровню ( $p < 0,05$ ).

Показатель когнитивной сложности, представленный общим количеством категорий выделенных конструктов при выполнении репертуарного теста, оказал значимый обратный эффект на показатель стереотипизации,  $F(2, 100) = 4,62$ ,  $p < 0,05$ . Показатель когнитивной простоты, представленный общим количеством конструктов в наибольшей категории, оказал близкий к значимому прямой эффект на показатель стереотипизации,  $F(2, 100) = 2,51$ ,  $p < 0,10$ . На рис. 5.2.4а и 5.2.4б представлены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях когнитивной сложности и когнитивной простоты.

Post-hoc сравнения свидетельствовали о том, что стереотипизация Другого обнаруживает значимое снижение при росте когнитивной сложности от низкого к среднему ( $p < 0,05$ ) и от низкого к высокому ( $p < 0,05$ ) уровню.



**Рис. 5.2.4а.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя когнитивной сложности (количество категорий выделенных конструкторов)

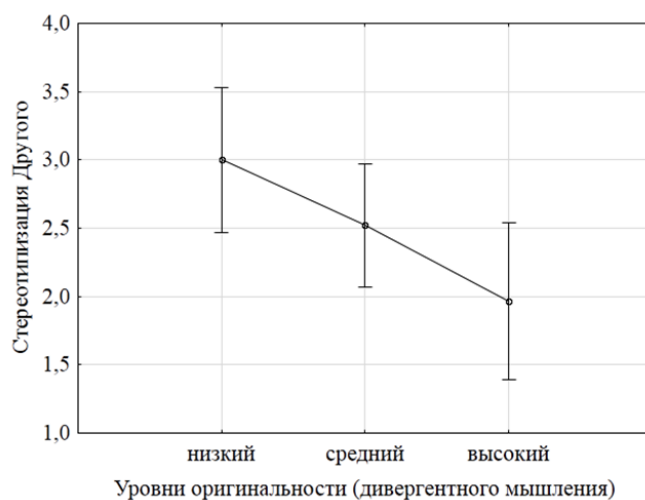


**Рис. 5.2.4б.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя когнитивной простоты (количество конструкторов в наибольшей категории)

Post-hoc сравнения свидетельствовали о том, что стереотипизация Другого обнаруживает значимое увеличение при росте когнитивной простоты от низкого к среднему ( $p < 0,05$ ) уровню и близкое к значимому увеличение от низкого к высокому ( $p < 0,10$ ) уровню.



Показатель оригинальности (дивергентного мышления) оказал значимый обратный эффект на показатель стереотипизации,  $F(2,100) = 3,49$ ,  $p < 0,05$ . На рис. 5.2.5 представлены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях оригинальности



**Рис. 5.2.5.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя оригинальности (дивергентного мышления)

Post-hoc сравнения свидетельствовали о том, что стереотипизация Другого обнаруживает значимое снижение при последовательном росте оригинальности от низкого к высокому ( $p < 0,01$ ) уровню.

#### 5.2.4. Обсуждение

Полученные нами данные свидетельствуют о том, что в основе формирования образа Другого 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.

Роль полнезависимости в снижении стереотипизации можно объяснить определяющей данный стиль способностью сосредотачиваться на целевом объекте, преодолевая «шумовой» эффект фоновой информации. По всей видимости, поведенческое описание субъекта создает более выпуклый, динамичный образ-фигуру, то есть обладает большими признаками целевого стимула по сравнению с описанием-чертой, которая является кросс-ситуативной и в силу этого имеет менее определенное содержательное наполнение. Вместе с тем, описание-черта может скорее создавать помехи, чем оттенять поведенческое описание, поскольку представляет собой индуктивный, основанный на индивидуально обобщенных поведенческих паттернах образ в сознании субъекта. Полученные данные подтверждают результаты И.В. Безменова, согласно которым полнезависимость обнаруживается при низкой выраженности гендерного стереотипа [Безменов, 2007]. Роль оригинальности и гибкого познавательного контроля в снижении стереотипизации имеет, на наш взгляд, сходную природу: давая уникальные варианты ответов на стимульные слова при выполнении теста «Необычное использование» и теста свободных ассоциаций, испытуемый преодолевает «внутреннее поле» непосредственных и близких к ним значений целевого объекта, выходит за его рамки. Описывая гибкий когнитивный стиль, М.А. Холодная ссылается на данные о его связях с полнезависимостью [Холодная, 2004].

Вопреки ожиданиям, показатель гибкости дивергентного мышления, то есть способность к абстрагированию разнообразных свойств объекта, не оказал значимого эффекта на стереотипизацию. Предположительно, это объясняется количественной обусловленностью данного показателя: большое число категорий может наблюдаться лишь у людей с высокими показателями беглости. Мы выдвигали предположение о том, что высокий темп обработки информации предполагает более экономичное, то есть стереотипизированное, лишённое внимания к деталям, восприятие. Это предположение подтвердилось обнаруженным в нашем исследовании положительным эффектом импульсивного стиля на стереотипизацию. С этой точки зрения вполне логичными представлялись

и положительные вклады показателей количества ассоциаций, а также беглости дивергентного мышления в усиление стереотипизации Другого. Однако таких данных в нашем исследовании не выявлено. Чем можно объяснить это обстоятельство? На наш взгляд, скоростные параметры обработки информации могут быть описаны не только в терминах поверхностного, но и в терминах раскрепощенного мышления. Другими словами, один и тот же количественный результат может быть проявлением разных мыслительных стратегий, при первой из которых число ответов является самоцелью, а при второй – средством выполнения задания. Стереотипизация выступает побочным продуктом первой, но не второй стратегии. Можно предположить далее, что в процессе работы со стимулом в ситуации решения творческой задачи эти стратегии сменяют друг друга, что нивелирует эффект беглости и гибкости на стереотипизацию.

В соответствии с исходными предположениями, были обнаружены эффекты когнитивной простоты – сложности на стереотипизацию. Выявлено, что когнитивная простота может способствовать, а когнитивная сложность, наоборот, препятствовать стереотипизации. В исследовании Е.А. Молчановой также обнаружен эффект усиления когнитивной сложности на восприятие образа Другого [Молчанова, 2015]. Он проявляется в изменении семантических характеристик представителей контактных аут-групп в сторону «толерантной активности». Учитывая, что данные параметры когнитивного стиля измерялись как показатели разнообразия конструкторов (категорий) при описании социальных объектов, полученные факты вполне вписываются в определение стереотипизации как разновидности категоризации [Allport, 1954; Tajfel, 1969]. При этом понимание стереотипизации как склонности к обобщенному в противовес к детальному восприятию социальных объектов предполагает наличие ограниченного числа «перцептивных матриц», или небольшого набора конструкторов, успешно обеспечивающих социальную адаптацию. Руководствуясь той же логикой, мы предсказывали эффекты аналитичности – синтетичности на стереотипизацию Другого. Более того, данный когнитивный стиль представлялся нам наиболее вероятным кандидатом на роль предиктора стереотипного восприятия. Однако

эффект данного стиля оказался статистически незначимым. Предположительно, это может свидетельствовать о том, что при описании единичного Другого, воспринимаемого вне сравнения с другими единичными объектами, процессы анализа и синтеза либо не задействуются, либо не являются определяющими. Другими словами, предпочтение обобщенного описания отдельного объекта в терминах черт, являясь продуктом синтеза, не свидетельствует об индивидуальной склонности субъекта к данной операции.

Результаты дальнейших анализов полученных эмпирических данных позволяют утверждать, что описанные выше эффекты когнитивных факторов на стереотипизацию не воспроизводятся в отношении ингрупповой предвзятости (ингруппового фаворитизма) [Балева, 2017], что дает основания по-новому трактовать стереотипизацию Другого и ингрупповой фаворитизм, описывая первый феномен в терминах когнитивных, а второй – в терминах мотивационных каузальных факторов.

В целом, результаты проведенного исследования демонстрируют роль когнитивных механизмов в процессе социальной перцепции, представленной феноменом стереотипизации Другого. Впервые в известной нам литературе обнаружены вклады полезависимости, ригидности, импульсивности, когнитивной простоты и низкой оригинальности дивергентного мышления в стереотипизацию условного («вымышленного») Другого. Таким образом, выдвинутая нами теоретическая гипотеза получила общую поддержку на основе частичного подтверждения исследовательских гипотез. Отметим, что наши результаты получены на материале восприятия представителей искусственно сконструированных, не существующих в действительности социальных групп, что позволило исключить влияние ранее созданных образов и сформированных установок на формирование когнитивного каркаса стереотипа. Мы предполагаем, что применение использованной нами процедуры измерения стереотипа [ср.: Стефаненко, 1999] как преимущественного описания в терминах обобщенных черт (в противовес конкретного поведения) является наиболее релевантным для фиксации когнитивных основ стереотипизации, поскольку предполагает выбор

между двумя синонимическими описаниями, имеющими, как и когнитивные стили, разную перцептивную фокусировку. На наш взгляд, при восприятии реальных социальных объектов, а также при включении содержательных единиц анализа в измерение стереотипа данные эффекты будут проявляться менее отчетливо в силу их эмоциональной и содержательной замутненности. Высказанное предположение нуждается, однако, в дальнейшей эмпирической проверке. Прежде всего, в качестве объектов социального восприятия респондентам должны быть предложены представители реальных этнических, политических, профессиональных и других групп.

### **5.3. Роль когнитивных стилей в процессе восприятия конкретного и безличного Другого<sup>21</sup>**

#### *5.3.1. Постановка проблемы*

В работах, посвященных социальной перцепции, можно выделить два подхода, которые направили ее дальнейшие исследования по расходящимся концептуальным путям [см. Балева, 2020]. Эти подходы появились в начале 70-х годов XX века. Первый из них сформировался в рамках теории атрибуции [Duncan, 1976; Lambert, Wyer, 1990], а второй – в рамках когнитивного подхода [Bleda, 1974; Hamilton, Gifford, 1976; Lord, 1980]. С позиций атрибутивного подхода ключевые феномены социальной перцепции – стереотипизация и ингрупповой фаворитизм – имеют мотивационные основания (например, защита самооценки), а с позиций когнитивного подхода эти феномены рассматриваются как «побочные эффекты» процесса переработки информации.

В последние годы наблюдается тенденция когнитивной трактовки эффектов восприятия Другого. Так, в работах Н. Девола и его коллег [DeWall et al., 2009], М. Мачунски и Т. Мейзера [Machunsky, Meiser, 2014], Э. Постен и Т. Масвейлера

---

<sup>21</sup> Излагается по результатам собственного опубликованного исследования [Балева, 2020].

[Posten, Mussweiler, 2013], Б. Саймона и коллег [Simon et al., 1997] показано, что когнитивные схемы социальной перцепции являются универсальными и не зависят от конкретного содержания обрабатываемой субъектом информации. Более того, при «выравнивании» перцептивных позиций, например при смещении перцептивного фокуса, эти эффекты слабеют или элиминируются [Балева, Ковалева, 2019; Eiser et al., 2001; Pahl, Eiser, 2005]. Несмотря на убедительные эмпирические результаты, представляющие стереотипные образы представителей аут-групп как частные случаи эвристики доступности или категоризационного распознавания, открытым остается вопрос о «границах влияния» когнитивных схем и факторах, определяющих их активизацию.

В психологии существует большое число дуалистических теорий, признаком которых является функциональный подход к процессам переработки информации. Предполагается, что функционирование различных психических процессов носит адаптивный характер и зависит от условий и общего контекста ситуации.

В социальной психологии можно выделить целый ряд дихотомических теорий, например, модель вероятности сознательной обработки информации Р. Петти и Дж. Качиоппо [Petty, Cacioppo, 1986], модель двойственного отношения [Wilson et al., 2000] и др.

Рассматривая идею функциональной двойственности как методологический принцип, можно выдвинуть предположение о том, что внутренние (индивидуально обусловленные) и внешние (ситуативные) факторы социальной перцепции образуют своеобразный континуум, активизация полюсов которого зависит от характеристик объекта восприятия. Мы предполагаем, что наиболее вероятными переменными внутреннего полюса являются индивидуальные способы обработки информации – когнитивные стили [см. Балева и др., 2018]. Что касается характеристик объекта восприятия, можно предположить, что они связаны, прежде всего, с его перцептивной четкостью [см. Topolinski, Strack, 2009].

*Целью* нашего исследования [см. Балева, 2020] являлся анализ вкладов когнитивных стилей в процесс социальной перцепции при экспериментальном манипулировании уровнем перцептивной четкости объекта восприятия. В

качестве показателя перцептивной четкости рассматривалась степень узнаваемости социального объекта. Она являлась минимальной при свободном формировании безличного образа представителя вымышленной социальной группы, умеренной – при свободном формировании безличного образа представителя типичной социальной группы и высокой – при предъявлении конкретного визуального образа представителя вымышленной социальной группы<sup>22</sup>.

В качестве *гипотезы* было выдвинуто предположение о том, что вклад когнитивных стилей в показатели социальной перцепции будет снижаться по мере экспериментального усиления перцептивной четкости (узнаваемости) объекта восприятия.

### 5.3.2. Метод

*Описание выборки.* 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%). Участие в исследовании было добровольным. Все испытуемые давали письменное согласие на обработку персональных данных.

*Процедура.* Исследование проводилось в группах по 7–25 человек и включало два этапа. На первом этапе участники работали с бланковыми методиками, а на втором – в онлайн-режиме на платформе Anketolog. 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.

---

<sup>22</sup> Необходимо отметить, что первоначальный замысел состоял в том, чтобы представить конкретного Другого как представителя социально типичной, а не вымышленной группы. Вместе с тем мы предположили, что ожидаемая разница вкладов когнитивных стилей в восприятие Другого в условиях средней и низкой перцептивной четкости может с большей вероятностью быть случайной, чем разница вкладов в условиях высокой и низкой четкости. Таким образом, было решено задать одну и ту же категорию группы для объектов восприятия с низкой и высокой перцептивной четкостью.

*Стимульный материал.* Во всех группах участникам предлагалось прочитать тексты искусственно сконструированных статей научно-популярного жанра, описывающих якобы выявленные учеными типы людей со специфическими характеристиками. Респонденты первой группы ( $n = 103$ ) читали текст о людях, которые неосознанно реагируют на звуки низкой или высокой частоты, в результате чего начинают работать более эффективно (Приложение 2а). Респонденты второй группы ( $n = 88$ ) читали текст о людях, отдающих предпочтение предметам разного статуса: первые выбирают «высокостатусные» (дорогие) предметы, а вторые – «низкостатусные» (дешевые). Осуществление такого выбора также якобы повышает их работоспособность (Приложение 2г). После прочтения текста предлагалось высказать предположение о собственной вероятной принадлежности к одной из групп. Респондентам третьей группы ( $n = 98$ ) также предъявлялся текст о людях, которые неосознанно реагируют на звуки низкой или высокой частоты, а далее – видеозапись конкретного человека одного с ними пола, который был представлен как представитель аут-группы («чужой» по отношению к группе субъекта восприятия). Так, например, если респондент сообщал, что он, скорее всего, реагирует на звуки низкой частоты, ему сообщалось, что данный человек чувствителен, наоборот, к звукам высокой частоты.

Персонажами видеозаписи выступили 2 студента мужского и женского пола, обучающиеся по специальности «Актерское искусство». Они давали ответы на вопросы Короткого опросника темной триады, сопровождая их конгруэнтными умеренными невербальными проявлениями и сохраняя нейтральное выражение лица. Во время просмотра звук видеозаписи отключался, таким образом, участники могли наблюдать только за невербальным поведением человека. Запись длилась около 3 минут. В кадре присутствовал только сам объект (в положении сидя, на фоне светлой панели), интервьюер оставался за кадром. Участникам сообщалось, что персонаж интервью рассказывает о своих особенностях и привычках.

*Методики и измеряемые показатели.* Для измерения когнитивных стилей использовались следующие методики: «АКТ-70» К.У. Эттриха (модификация



классического варианта методики «Фигуры Готтшальдта») [Холодная, 2004, с. 49]; «Свободные ассоциации» Р. Гарднера [Там же, с. 69]; «Сравнение похожих рисунков» Дж. Кагана [Там же, с. 79]; «Свободная сортировка объектов» Р. Гарднера в модификации В.А. Колги [Колга, 1976] и «Репертуарный тест» Дж. Келли [Хьелл, Зигглер, с. 457–461]. По каждой методике изначально вычислялось два показателя, отражавших количественные и (в отдельных случаях) временные параметры когнитивных стилей. Однако в основной статистический анализ включался только один показатель по каждой методике. Это было связано с необходимостью исключения из числа независимых переменных регрессионного уравнения показателей с высокими значениями взаимных корреляций. Выбор конкретного показателя методики осуществлялся на этапе первичной обработки данных на основании более низких значений асимметрии и эксцесса. В результате были отобраны следующие показатели когнитивных стилей: для полезависимости / полenezависимости – количество правильных ответов; для ригидного / гибкого познавательного контроля – среднее значение дистанции слов-ассоциаций; для импульсивного / рефлексивного стиля – количество правильных ответов; для синтетического / аналитического стиля – количество выделенных групп; для когнитивной простоты / сложности – количество категорий конструкторов. Каждый из перечисленных показателей трактовался как полюсный: его низкое значение соответствовало тенденции к большей выраженности когнитивного стиля, обозначенного в левой части названия показателя, а высокое значение – тенденции к большей выраженности стиля, обозначенного в правой части названия. Так, например, низкая выраженность показателя «полезависимость – полenezависимость» (малое количество правильных ответов) трактовалась как полезависимость, а высокая (большое количество правильных ответов) – как полenezависимость.

Для измерения показателя прецептивной предвзятости была использована процедура, разработанная М. Мачунски и Т. Мейзером [Machunsky, Meiser, 2014]. В ее основе лежит идея ингруппового фаворитизма, который проявляется через убеждение субъекта о большем сходстве «своей» группы с неким групповым

прототипом, который является общим как для ин-, так и для аут-групп. Предельным воплощением такого общего прототипа являются «люди вообще», а в качестве других его разновидностей можно назвать «женщин вообще», «взрослых вообще» и т.п. Для измерения перцептивной предвзятости как прототипизации ин-группы использовался количественный показатель различий в совпадении характеристик, приписываемых (а) прото-группе и «своей» группе и (б) прото-группе и «чужой» группе. В нашем исследовании в качестве протогрупп выступали люди, чья работоспособность в принципе повышается под влиянием звуков или в результате сформированных предпочтений в отношении предметов определенного (любого) статуса. В обоих текстах сообщалось, что таких людей большинство. Характеристики «своей», «чужой» и прото-группы оценивались с помощью набора из 12 характеристик личности, каждая из которых была представлена парой антонимичных прилагательных (всего 24 характеристики) (см. Приложение 2д). Разница в количестве совпадений характеристик, приписываемых конкретной группе, с прототипическими характеристиками была значимо выше для ин-группы, чем для аут-группы ( $F = 9,44, p < 0,01$ ).

Для измерения стереотипизации использовалась методика, в основе которой лежит описание отдельного представителя аут-группы в терминах обобщенно-личностных либо конкретно-поведенческих суждений. Напомним, что в нашем эксперименте часть испытуемых (участники групп 1 и 2) представляли Другого как отдельного представителя аут-группы умозрительно, а часть (участники группы 3) – наглядно, в виде конкретного человека, демонстрируемого на экране. По инструкции участникам предлагалось описать личность отдельного представителя аут-группы (безличного либо конкретного) с помощью предлагаемого набора слов и фраз. Данный набор был составлен на основе тех же 24 характеристик личности, но включил дополнительно описание конкретных фактов поведения, являющихся их фактическими иллюстрациями, например, «упрямый» (обобщенно-личностная характеристика) была дополнена описанием конкретного поведения – «с трудом принимает чужую точку зрения». Испытуемым предлагалось выбирать из предложенного перечня такие слова и фразы, которые не дублируют друг друга в

смысловом отношении. Показателем стереотипизации в данном случае являлось преобладание обобщенно-личностных описаний над конкретно-поведенческими [см. Machunsky, Meiser, 2014]. Сравнительный анализ показал статистически значимое преобладание показателя стереотипизации при описании представителя «чужой», чем «своей» группы ( $F = 141,86, p < 0,001$ ). Отметим, что по методике измерения стереотипизации участники экспериментальных групп 1 и 2 описывали отдельного представителя как «своей», так и «чужой» группы, а участники группы 3 – только представителя «чужой» группы. Таким образом, сравнительный анализ выраженности стереотипизации «своего» и «чужого» был сделан на части выборки ( $n = 191$ ).

*Анализ данных.* Полученные данные подвергались статистической обработке с помощью описательной статистики (включая показатели асимметрии и эксцесса), однофакторного дисперсионного анализа и множественного регрессионного анализа в программе STATISTICA 8.0. В дисперсионный анализ в качестве независимых переменных (факторов) включались показатели перцептивной четкости образа Другого (безличный вымышленный Другой, безличный типичный Другой, конкретный Другой), а в качестве зависимых переменных – показатели предвзятости и стереотипизации (по отдельности). В регрессионные уравнения в качестве зависимых переменных включались показатели предвзятости и стереотипизации, а в качестве независимых переменных – показатели когнитивных стилей. Регрессионные уравнения составлялись для каждой зависимой переменной в каждой экспериментальной группе по отдельности (всего 6 уравнений).

### 5.3.3. Результаты

В табл. 5.3.1 приводятся показатели описательной статистики – среднее и стандартное отклонение, а также значения асимметрии и эксцесса для измеряемых показателей.

**Таблица 5.3.1.** Описательная статистика показателей социальной перцепции и когнитивных стилей при разных уровнях перцептивной четкости образа Другого

Показатели	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
<i>Зависимые переменные:</i>						
Предвзятость к Другому	0,66	2,20	0,32	0,14	-0,04	0,29
Стереотипизация Другого	1,55	2,41	<b>-0,44</b>	0,14	0,61	0,29
<i>Независимые переменные:</i>						
Полезависимость – полнезависимость	20,60	4,62	-0,01	0,14	-0,46	0,29
Ригидный – гибкий познавательный контроль	3,80	0,67	0,13	0,14	0,30	0,29
Рефлексивность – импульсивность	3,28	1,94	0,35	0,14	-0,27	0,29
Синтетичность – аналитичность	10,26	3,25	<b>0,53</b>	0,14	-0,77	0,29
Когнитивная простота – сложность	6,24	2,09	-0,01	0,14	-0,86	0,29

*Примечание.* При  $N = 289$   $As_{крит} = 0,43$ ,  $Ex_{крит} = 1,40$ . Значения, превышающие критические, выделены жирным шрифтом.

Значения асимметрии ( $|0,01| < As < |0,53|$ ) и эксцесса ( $|0,04| < Ex < |0,86|$ ) в целом свидетельствовали о возможности включения измеряемых показателей в регрессионный анализ.

В табл. 5.3.2 приводятся показатели средних значений предвзятости и стереотипизации и различий между ними в исследуемых подгруппах (по данным однофакторного дисперсионного анализа).

**Таблица 5.3.2.** Описательная статистика и значимость различий показателей предвзятости и стереотипизации при разных уровнях перцептивной четкости образа Другого

Показатели	Безличный Другой:				Конкретный Другой		F	p	Levene's test	
	вымышленный n=103		типичный n=88		n=98				F	p
	M	SD	M	SD	M	SD				
Предвзятость к Другому	0,33	2,03	1,53	2,51	0,23	1,84	10,59	<0,001	6,83	<0,001
Стереотипизация Другого	2,52	1,54	2,74	1,96	-0,55	2,15	91,35	<0,001	4,00	0,02

*Примечание.* С учетом поправки Бонферрони  $p < 0,017$ .

Сравнение средних значений предвзятости и стереотипизации по отношению к Другому свидетельствовало об их наибольшей выраженности для безличного представителя «типичной» (узнаваемой) социальной группы. По данным post-hoc сравнений, показатели предвзятости в отношении безличного

вымышленного и конкретного Другого оказались практически одинаковыми ( $p > 0,10$ ) и значимо отличными от предвзятости в отношении безличного типичного Другого ( $p < 0,001$ ). В свою очередь, показатели стереотипизации в отношении безличного вымышленного и безличного типичного Другого статистически не различались между собой ( $p > 0,10$ ) и были значимо выше показателя стереотипизации конкретного Другого ( $p < 0,001$ ). В то же время, тест гомогенности дисперсий свидетельствовал о невозможности корректного сопоставления средних значений в исследуемых подгруппах. В нашем исследовании мы рассматриваем эти данные как справочные, не используя их в основных анализах.

В табл. 5.3.3 представлены показатели значимости регрессионных моделей перцептивной предвзятости к Другому и стереотипизации Другого при разном уровне перцептивной четкости образа Другого.

**Таблица 5.3.3.** Значимость регрессионных моделей социальной перцепции

Тип перцептивного стимула	R	R <sup>2</sup>	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

Как видно из таблицы, модели перцептивной предвзятости к Другому оказались незначимыми во всех трех экспериментальных группах (т.е. при всех типах перцептивных стимулов). Это свидетельствует о том, что когнитивные стили нельзя рассматривать в качестве предикторов позитивной предвзятости в пользу Я.

Иная картина обнаружилась в регрессионных моделях стереотипизации. Оказалось, что когнитивные стили могут предсказывать стереотипизацию отдельного безличного представителя вымышленной социальной группы с вероятностью 39% ( $R = 0,63$ ;  $F = 12,56$ ,  $p < 0,001$ ) и отдельного безличного представителя типичной социальной группы с вероятностью 19% ( $R = 0,43$ ;  $F = 3,34$ ,  $p < 0,01$ ). При восприятии конкретного Другого вклад когнитивных стилей в его стереотипизацию оказался незначимым ( $R = 0,14$ ;  $F = 0,40$ ,  $p > 0,10$ ).

В табл. 5.3.4 и 5.3.5 приводятся значения регрессионных переменных в значимых моделях стереотипизации безличного вымышленного Другого и безличного типичного Другого.

**Таблица 5.3.4.** Регрессионные коэффициенты независимых переменных в модели стереотипизации безличного вымышленного Другого

Показатели когнитивных стилей	B	SE(B)	$\beta$	t	p	VIF
Константа	9,04	1,22		7,43	<0,001	
Полезависимость – полнезависимость	-0,21	0,04	-0,45	-5,36	<0,001	1,11
Ригидный – гибкий познавательный контроль	-0,48	0,17	-0,22	-2,76	<0,01	1,01
Рефлексивность – импульсивность	0,16	0,08	0,17	2,07	0,04	1,09
Синтетичность – аналитичность	-0,05	0,04	-0,11	-1,39	0,17	1,05
Когнитивная простота – сложность	-0,17	0,08	-0,18	-2,16	0,03	1,12

Как видно из таблицы 5.3.4, наиболее существенный вклад в стереотипизацию отдельного безличного представителя вымышленной социальной группы внесла полезависимость ( $\beta = -0,45$ ;  $t = -5,36$   $p < 0,001$ ). Сравнимый по значимости, однако менее выраженный вклад внесли показатели ригидного познавательного контроля ( $\beta = -0,22$ ;  $t = -2,76$   $p < 0,01$ ), когнитивной простоты ( $\beta = -0,18$ ;  $t = -2,16$ ,  $p < 0,05$ ) и импульсивности ( $\beta = 0,17$ ;  $t = 2,07$ ,  $p < 0,05$ ). Вклад аналитичности – синтетичности оказался незначимым ( $p > 0,10$ ).

**Таблица 5.3.5.** Регрессионные коэффициенты независимых переменных в модели стереотипизации безличного типичного Другого

Показатели когнитивных стилей	B	SE(B)	$\beta$	t	p	VIF
Константа	7,93	2,12		3,74	<0,001	
Полезависимость – полнезависимость	-0,14	0,05	-0,31	-2,85	<0,01	1,03
Ригидный – гибкий познавательный контроль	-0,06	0,30	-0,02	-0,21	0,84	1,04
Рефлексивность – импульсивность	0,20	0,10	0,22	2,00	0,05	1,05
Синтетичность – аналитичность	-0,01	0,07	-0,02	-0,17	0,87	1,04
Когнитивная простота – сложность	-0,32	0,16	-0,21	-1,48	0,13	1,02

Как видно из таблицы 5.3.5, значимый вклад в стереотипизацию отдельного безличного представителя типичной социальной группы внесли полезависимость ( $\beta = -0,31$ ;  $t = -2,85$ ,  $p < 0,01$ ) и импульсивность ( $\beta = 0,22$ ;  $t = 2,00$ ,  $p \leq 0,05$ ). Вклады остальных когнитивных стилей оказались незначимыми ( $p > 0,10$ ).

#### 5.3.4. Обсуждение

Полученные нами 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 вымышленной 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.

На наш взгляд, обнаруженные закономерности можно интерпретировать следующим образом. Мы предполагаем, что ключевым фактором, определяющим вклад когнитивных стилей в формирование стереотипного образа, является перцептивная четкость, или узнаваемость, социального объекта. В ситуации перцептивной размытости, имеющей место в случае вымышленного (незнакомо) стимула, актуализация связанного с ним «готового» стереотипа невозможна. Стереотипный образ в данном случае не задается информацией извне, не определяется предыдущим опытом и обусловлен, по всей видимости, индивидуальными особенностями субъекта восприятия. Как показывают наши результаты, такими индивидуальными особенностями являются когнитивные стили, т.е. специфические приемы переработки информации. В случае, когда перцептивный образ является типичным (его перцептивная четкость усиливается), роль когнитивных стилей ослабевает. При восприятии конкретного человека вклад когнитивных стилей в стереотипизацию образа не прослеживается. Вероятно, ключевую роль в данном случае начинают играть «готовые» стереотипы пола, возраста и внешности воспринимаемого в данный момент объекта.

Основываясь на данной интерпретации, можно предположить, что перцептивные характеристики объектов внешней среды и когнитивно-стилевые характеристики субъектов являются взаимодополняющими факторами. При формировании категоризационных суждений об объектах данные факторы выступают как реципрокные: усиление перцептивной четкости объекта приводит к экономии когнитивных ресурсов, связанных с его распознаванием и оценкой, а снижение перцептивной четкости требует дополнительных ментальных усилий, в процессе которых актуализируются когнитивные стилевые особенности субъекта



восприятия. Данная трактовка согласуется с концепцией быстрого и медленного режимов мышления [см. Stanovich, West, 2000], а также с теорией низкоуровневых (down-up) и высокоуровневых (up-down) процессов распознавания объектов [см. Печенкова, Фаликман, 2010; McClelland, Rumelhart, 1981]. По всей видимости, когнитивные стили можно рассматривать как основу функционирования высокоуровневых процессов, однако это предположение нуждается в дополнительной эмпирической проверке.

Отсутствие зависимости перцептивной предвзятости от когнитивно-стилевых особенностей личности было обнаружено нами в предыдущих исследованиях [Балева, 2017; Балева и др., 2018] и воспроизвелось на новых данных как в отношении конкретного, так и обезличенного Другого. Такой результат мы склонны рассматривать как свидетельство обусловленности ингруппового фаворитизма и стереотипизации разными механизмами. Если стереотипизация имеет в своей основе преимущественно когнитивные составляющие и является, по сути, побочным эффектом переработки информации, имеющей разную степень узнаваемости и перцептивной четкости, то предвзятость связана, по всей видимости, с мотивационными составляющими и выступает инструментом самооценки.

#### **5.4. Заключение по главе**

Описанные в данной главе исследования были направлены на изучение динамики перцептивного пространства под влиянием смещения, а также изменения четкости перцептивного фокуса.

Экспериментально смещение фокуса обеспечивалось с помощью инструкции, в которой делался акцент на Я («Я по сравнению с Другим», субъектный фокус) или на Другом («Другой по сравнению со мной», объектный фокус) в ситуации их сравнения по положительным и отрицательным качествам. Обнаружено, что при объектном фокусе, т.е. при фокусировке на Другом базовая позитивная предвзятость в пользу Я является менее выраженной, что свидетельствует о динамическом «схождении» полюсов отношения в

пространстве «Я–Другой». Эффект фокусировки оказался более сильным, чем эффект воспринимаемого сходства с Другим, что можно интерпретировать как доминирующую роль автоматических когнитивных процессов над контролируемыми в процессе социального сравнения.

Функциональный смысл обнаруженного феномена заключается в привязке внимания к начальной «точке отсчета», которая определяет стандарт для сравнения [см. Kahneman, Tversky, 1979]. Такая привязка позволяет давать более точную оценку единичному объекту, оценивая его в сопоставлении с другими, ранее воспринятыми объектами, а точнее – с их усредненными характеристиками. По всей видимости, характеристики первого объекта оценочного ряда обладают большим весом в силу большего числа обращений к нему при добавлении каждого последующего объекта в процессе усреднения. В случае объектного фокуса таким «первым объектом», или «точкой отсчета», выступает Другой, в результате чего внимание более равномерно распределяется между его (ее) и своими собственными характеристиками. В результате происходит «компенсация» исходной предвзятости в пользу Я за счет более ясного осознания и хорошего запоминания характеристик Другого. Вследствие этого при объектном фокусе восприятие Другого обнаруживает большую реалистичность, т.е. меньшее искажение феноменом предвзятости в пользу Я.

Четкость перцептивного фокуса экспериментально обеспечивалась за счет манипуляции степенью абстрактности образа Другого. Он был представлен тремя вариантами: безличный представитель вымышленной социальной группы (низкая перцептивная четкость), безличный представитель типичной (узнаваемой) социальной группы (средняя перцептивная четкость), конкретный, визуально предъявляемый Другой (высокая перцептивная четкость). Было обнаружено, что разные характеристики фокусной четкости сопровождаются динамикой низкоуровневых и высокоуровневых процессов восприятия, что выражается в ослабевающей роли когнитивных стилей в формировании стереотипных представлений об объекте. Функциональный смысл обнаруженной динамики также заключается, по всей видимости, в экономии когнитивных ресурсов: когда

перцептивный образ является четким, формирование отношения к нему осуществляется в 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.

Обнаружено, что при высоких показателях полнезависимости, гибкого познавательного контроля, рефлексивности, когнитивной сложности и оригинальности мышления уровень стереотипизации Другого снижается, что выражается в преимущественном акцентировании на фактах его поведения, чем на обобщенных чертах. Роль полнезависимости в снижении стереотипизации можно объяснить определяющей данный стиль способностью сосредоточиваться на целевом объекте, преодолевая «шумовой» эффект фоновой информации. По всей видимости, поведенческое описание субъекта создает более выпуклый, динамичный образ-фигуру, то есть обладает большими признаками целевого стимула по сравнению с описанием-чертой, которая является кросс-ситуативной и в силу этого имеет менее определенное содержательное наполнение. Роль гибкого познавательного контроля в снижении стереотипизации имеет, на наш взгляд, сходную природу: давая уникальные варианты ответов на стимульные слова при выполнении теста свободных ассоциаций, испытуемый преодолевает «внутреннее поле» непосредственных и близких к ним значений целевого объекта, выходит за его рамки. Описывая гибкий когнитивный стиль, М.А. Холодная ссылается на данные о его связях с полнезависимостью [Холодная, 2004]. Влияние импульсивного стиля на рост стереотипизации связано, по всей видимости, со скоростным аспектом, характеризующим данный стиль. Высокий темп обработки информации связан с более экономичным, то есть стереотипизированным, лишенным внимания к деталям восприятием. Понимание стереотипизации как склонности к обобщению в противовес детализации объясняет позитивный эффект когнитивной простоты на преобладание стереотипных характеристик. И стереотипизация, и когнитивная простота предполагают наличие ограниченного

числа «перцептивных матриц», или небольшого набора конструктов, успешно обеспечивающих социальную адаптацию.

В целом полученные данные поддерживают общую гипотезу о роли перцептивного фокуса как характеристики субъекта восприятия в динамике перцептивного пространства «Я–Другой». Эти результаты открывают перспективу направленного формирования впечатления и коррекции неоправданно негативных аттитюдов с опорой на автоматические, а не сознательно контролируемые когнитивные процессы.

## ГЛАВА VI. ФОРМИРОВАНИЕ И ДИНАМИКА ПЕРЦЕПТИВНЫХ ДИХОТОМИЙ ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ НЕГАТИВНОЙ И ПОЗИТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ

### 6.1. Роль позитивной и негативной информации при формировании отношения к амбивалентному Другому<sup>23</sup>

#### 6.1.1. Постановка проблемы

Современное понимание процесса перцептивной избирательности основано на информационном подходе и вычислительных принципах [Bruce et al., 2009], причем наиболее авторитетный подход опирается на статистические закономерности в терминах байесовской вероятности [Chikkerur et al., 2010]. Процесс внимания математически моделируется как нейронная активность, которая кодирует вероятностное представление мира на основе таких характеристик математического распределения, как неопределенность (дисперсия), точность (обратная дисперсия) и заметность (расхождение) [Feldman, Friston, 2010]. Первые две характеристики связаны с прогностической надежностью перцептивных данных, а вторая определяет вероятность простого распознавания, т.е. выделения фигуры из фона. Понятие «заметности» (saliency) является ключевым для теорий внимания. При этом избирательность внимания понимается не только как функция заметности, но и как функция релевантности, т.е. соответствия текущим целям индивида [Fecteau, Munoz, 2006]. На нейронном уровне прослеживается уникальность вклада заметности и релевантности в общий итог – выделение объекта из фона [Fecteau et al., 2004]. В каком-то смысле можно сказать, что внимание фокусируется на перманентно релевантных объектах перцептивного поля, которые связаны с базовыми потребностями. Можно предположить, что в процессе социальной перцепции на первый план выступают социальные потребности и связанный с ними социальный опыт [см. Балева, 2022].

---

<sup>23</sup> Излагается по результатам собственного опубликованного исследования [Балева, 2022].

Согласно модели содержания стереотипов [Fiske et al., 2002], наиболее привлекательными с точки зрения межличностного взаимодействия для нас являются такие социальные объекты, которые обладают высокими рейтингами компетентности (интеллекта) и теплоты (дружелюбия). Вопрос о релевантности социальных объектов нашим биологическим целям (в том числе, выживанию) является, по сути, вопросом предпочтения «хороших» (обеспечивающих поддержку) и избегания «плохих» (несущих угрозу). И те и другие представляют собой важные для распознавания стимулы. Можно ли сказать, однако, что они обладают разным «весом» при захвате нашего внимания?

Опираясь на теорию управления ошибками [Haselton, Buss, 2000], мы можем спрогнозировать перцептивную приоритетность социально поддерживающего или социально угрожающего объекта (т.е. друга или врага) на основе сравнительного анализа возможных последствий неверного решения и их минимизации. Если неверный перцептивный выбор сделан в пользу «хорошего» объекта, возможные последствия сводятся к неполучению от него ожидаемой поддержки и одновременному получению неожиданного вреда от проигнорированного, «плохого» объекта. Если же неверный выбор сделан в пользу «плохого» объекта, возможные последствия сводятся к неполучению ожидаемого вреда и одновременно – к упущенной возможности получить поддержку. При очевидных минусах обоих исходов последствия первого варианта выбора представляются более тяжелыми, чем последствия второго. Таким образом, можно предположить, что в ситуации перцептивной конкуренции в фокус внимания попадут (при прочих равных) именно угрожающие объекты – как более опасные с точки зрения возможных последствий их игнорирования.

Контекстная ситуация, предшествующая целевому экспериментальному выбору, может сдвигать вероятностные исходы перцептивной избирательности [Awh et al., 2012]. В психологии известны два ключевых эффекта престаимпульного воздействия на итоговое восприятие целевых объектов. Первый – это эффект ассимиляции, который проявляется в том, что целевая информация начинает восприниматься в прямой согласии с содержанием дистракторного воздействия.

Второй – это эффект контраста, который проявляется в сдвиге восприятия целевой информации в направлении, противоположном содержанию пре-стимула [Blair, Banaji, 1996; Herr et al., 1983]. При этом степень экстремальности пре-стимула по сравнению со стимулом является фактором, повышающим вероятность контрастного восприятия целевого объекта.

*Целью* исследования [см. Балева, Ковалева, 2022] являлось определение закономерностей избирательного восприятия вербальной информации, лежащих в основе оценки амбивалентного Другого. С опорой на теорию управления ошибками было выдвинуто предположение, 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. На основании данных о факторах, определяющих эффекты прайминга, мы предположили, что после экстремальных пре-стимульных воздействий заметность негативных вербальных проявлений будет меняться по принципу контраста. Учитывая, что суждения объекта восприятия воспроизводились респондентами постфактум в качестве аргументов в пользу сформированной оценки (подробнее см. описание процедуры исследования), мы предположили также, что наиболее часто упоминаемые ответы объекта обнаружат корреляции с компонентами сформированного отношения к нему.

Таким образом, в исследовании было выдвинуто три *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 экстремальной позитивной валентности усиливает, а пре-стимульное воздействие экстремальной 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.

Хотя имелись прямые основания предполагать значимую роль личностных черт, личностного сходства, ценностных ориентаций и установок на формирование отношения к амбивалентному Другому [напр., Балева, 2019; Журавлева, 2017], эти вопросы остались за рамками настоящего исследования.

#### *6.1.2. Метод*

*Описание выборки.* 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%). Все респонденты давали письменное согласие на обработку персональных данных и подтверждали добровольность своего участия.

*Процедура.* Исследование проводилось с использованием онлайн-платформы Anketolog (профессиональная версия). На данной платформе было сформировано 6 вариантов тестовых наборов, соответствующих разным комбинациям пола целевого объекта и типа пре-стимульного воздействия. Наборы были идентичны в части анкетных вопросов, личностных методик и параметров оценки целевого объекта. Участникам контрастных групп предъявлялась видеозапись интервью с позитивным (131 чел.) или негативным (134 чел.) пре-стимульным объектом, а участникам фоновой группы (141 чел.) – сразу с целевым объектом. Видеозапись предварялась инструкцией с установкой на последующее высказывание мнения об этом человеке. После просмотра участники заполняли Шкалу общего отношения к объекту восприятия [Щебетенко и др., 2007]. Далее участники контрастных групп просматривали интервью с целевым объектом и характеризовали его с помощью того же диагностического инструмента. В завершении всем участникам предлагались вопросы ретрофлексивного характера: необходимо было указать, какие вопросы интервью помогли сформировать



окончательное мнение о целевом объекте. Предлагалось отметить от 6 до 12 пунктов, ответы на которые оказались, по мнению респондентов, наиболее значимыми.

*Стимульный материал.* В качестве стимульного материала использовались записи видеопослеинтервью со студентами, отвечающими на вопросы Короткого опросника темной триады [Егорова и др., 2015]. С помощью разных сценариев, регламентирующих ответы, были созданы три личностных образа: негативный, позитивный и амбивалентный. Негативный образ был сконструирован за счет таких ответов, которые при подсчете по ключу дают максимальные баллы по макиавеллизму, нарциссизму и психопатии. Позитивный образ, наоборот, формировался с помощью таких ответов, которые предполагают нулевые суммарные баллы по этим шкалам. Амбивалентный образ формировался за счет попеременных ответов, свидетельствующих то о максимальной выраженности, то об отсутствии «темных» личностных качеств. Каждый личностный образ (позитивный, негативный и амбивалентный) был представлен двумя вариантами – мужским и женским. Позитивные и негативные образы предъявлялись участникам исследования в качестве пре-стимульных воздействий (только в контрастных группах), а амбивалентные образы – в качестве целевых объектов. Роль персонажей интервью сыграли студенты 4 курса, юноша и девушка, обучающиеся по специальности «Актерское искусство». Их игра была оценена как соответствующая заданным критериям тремя педагогами по актерскому мастерству.

*Методики и измеряемые показатели.* Шкала общего отношения к объекту восприятия [Щебетенко и др., 2007] включала 15 вопросов, направленных на оценку когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов отношения к объекту восприятия. Согласие с каждым пунктом опросника оценивалось по 5-балльной шкале от «совершенно не согласен» до «совершенно согласен». Короткий опросник темной триады [Егорова и др., 2015] включал 27 утверждений, с которыми участникам предлагалось высказать степень своего согласия по 5-балльной шкале от «совершенно не согласен» до «совершенно согласен».

Суммарные баллы подсчитывались для 3 шкальных показателей: макиавеллизма, нарциссизма и психопатии.

*Анализ данных.* Статистическая обработка результатов исследования осуществлялась в программах STATISTICA 8.0 и SPSS 14.0. На первом этапе (дескриптивный дизайн) использовался метод частотного анализа, с помощью которого подсчитывалось число выборов того или иного пункта Короткого опросника темной триады с точки зрения его информативности для формирования субъективного представления о целевом объекте. На втором этапе (квазиэкспериментальный дизайн) использовались таблицы сопряженности, с помощью которых оценивалось количество выборов каждого пункта в независимых группах участников (двух контрастных и одной фоновой). С помощью критерия  $\chi^2$  анализировалась статистическая значимость различий частоты выборов каждого пункта в указанных группах. На третьем этапе (корреляционный дизайн) исследовались ранговые корреляции (по Спирмену) между субъективным представлением участников об информативности пунктов Короткого опросника темной триады и компонентами общего отношения к объекту восприятия.

### 6.1.3. Результаты

Распределение показателей оценивалось только для количественных переменных отношения к целевому объекту с помощью значений асимметрии и эксцесса и было оценено как нормальное (табл. 6.1.1).

**Таблица 6.1.1.** Описательная статистика количественных переменных

Компоненты отношения к целевому объекту:	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
когнитивный	3,12	0,77	-0,05	0,12	-0,36	0,24
эмоциональный	3,30	0,86	-0,31	0,12	-0,43	0,24
поведенческий	3,31	0,83	-0,15	0,12	-0,32	0,24
Общее отношение	3,24	0,77	-0,12	0,12	-0,40	0,24

*Примечание.* При N = 406 As<sub>крит</sub> = 0,36, Ex<sub>крит</sub> = 1,19.

В табл. 6.1.2 приводятся данные о субъективной информативности пунктов Короткого опросника темной триады (ТТ), ответы на которые помогли сформировать окончательное мнение о целевом объекте.

Как видно из таблицы, в общей выборке респондентов наиболее информативными, с субъективной точки зрения, оказались такие ответы вопросы, которые отражали выраженность у целевого объекта высоких показателей ТТ. Эти вопросы выделены в таблице серым фоном. При этом пункты, относящиеся к шкале нарциссизма, участники отмечали как наиболее информативные чаще, чем пункты, относящиеся к другим шкалам.

**Таблица 6.1.2.** Степень субъективной информативности вопросов Короткого опросника ТТ для формирования мнения о целевом объекте (по числу выборов в общей выборке респондентов).

Формулировка вопроса и тип ответа на него	Число выборов
Ты обычный человек? (N+)	241
Верно, что ты ненавидишь быть в центре внимания? (N+)	234
Тебе нравится доставлять неприятности тем, кто главнее тебя? (P+)	233
Ты согласен, что счёты надо сводить быстро и беспощадно? (P+)	202
Можно сказать, что ты особенный? (N+)	188
Как по-твоему: глупо раскрывать свои секреты? (M+)	185
Ты смущаешься, когда тебе говорят комплименты? (N+)	184
Считают ли окружающие, что ты – прирожденный лидер? (N-)	164
Ты сможешь сказать всё, что угодно, чтобы получить то, что ты хочешь? (P+)	163
В компаниях без тебя скучно и неинтересно? (N-)	153
У тебя никогда не было проблем с законом? (P+)	143
Как ты думаешь: почти всеми людьми можно манипулировать? (M+)	142
Ты считаешь, что о других полезно знать что-то, что можно использовать против них? (M+)	137
Тебе нравится подкалывать неудачников? (P-)	131
Если кто-то заденет тебя, потом пожалеет об этом? (P-)	115
Ты скрываешь от других некоторые вещи о себе? (M+)	112
Тебе нравится знакомиться с влиятельными людьми? (N-)	104
Считаешь ли ты нужным делать всё, чтобы влиятельные люди были на твоей стороне? (M±)	99
Ты избегаешь опасных ситуаций? (P-)	95
Ты согласен, что люди не будут хорошо работать, пока их не заставишь? (M-)	94
Нужно ли избегать открытого конфликта с окружающими – с учетом того, что они могут быть полезны в будущем? (M-)	93
А ты можешь вести себя непорядочно по отношению к другим? (P±)	91

Формулировка вопроса и тип ответа на него	Число выборов
Ты согласен, что свести с кем-то счёты надо не торопясь, дождавшись подходящего момента? (M-)	84
Ты требуешь, чтобы к тебе относились с уважением, которого ты заслуживаешь? (N-)	72
Прежде чем что-то делать, ты стараешься убедиться, что результаты будут выгодны именно тебе, а не кому-то другому? (M-)	70
А говорят о тебе, что ты неуправляем? (P-)	45
Бывает, что тебя сравнивают со знаменитыми людьми? (N±)	30

*Примечание.* В скобках после каждого вопроса буквой указана шкала, к которой относится данный вопрос: N – нарциссизм, M – макиавеллизм, P – психопатия. Знак рядом с буквой отражает тип ответа целевого объекта на вопрос в соответствии со сценарием: «+» означает ответ, свидетельствующий о выраженности признака соответствующей черты, «-» означает отсутствие признака, «±» означает неопределенный ответ. Строки с негативными ответами (свидетельствующими о высокой выраженности ТТ-черт) выделены серым фоном.

В табл. 6.1.3 те же данные представлены с разбивкой на две контрастные и одну фоновую группы. Приводится информация о статистически значимых различиях между группами в частоте выборов каждого пункта (по критерию  $\chi^2$ ).

**Таблица 6.1.3.** Степень субъективной информативности вопросов Короткого опросника ТТ для формирования мнения о целевом объекте (по числу выборов участников в контрастных и фоновой группах)

Формулировка вопроса и тип ответа на него	Число выборов		
	Кпоз (n = 134)	Ф (n=141)	Кнег (n=131)
Ты обычный человек? (N+)	82 <sub>a</sub>	89 <sub>a</sub>	70 <sub>a</sub>
Верно, что ты ненавидишь быть в центре внимания? (N+)	75 <sub>ab</sub>	<b>90<sub>b</sub></b>	<b>69<sub>a</sub></b>
Тебе нравится доставлять неприятности тем, кто главнее тебя? (P+)	80 <sub>a</sub>	85 <sub>a</sub>	68 <sub>a</sub>
Ты согласен, что счёты надо сводить быстро и беспощадно? (P+)	77 <sub>a</sub>	79 <sub>a</sub>	<b>46<sub>b</sub></b>
Можно сказать, что ты особенный? (N+)	70 <sub>a</sub>	61 <sub>a</sub>	57 <sub>a</sub>
Как по-твоему: глупо раскрывать свои секреты? (M+)	<b>71<sub>a</sub></b>	61 <sub>ab</sub>	<b>53<sub>b</sub></b>
Ты смущаешься, когда тебе говорят комплименты? (N+)	60 <sub>ab</sub>	<b>72<sub>b</sub></b>	<b>52<sub>a</sub></b>
Считают ли окружающие, что ты – прирожденный лидер? (N-)	41 <sub>a</sub>	46 <sub>a</sub>	<b>77<sub>b</sub></b>
Ты сможешь сказать всё, что угодно, чтобы получить то, что ты хочешь? (P+)	<b>62<sub>a</sub></b>	57 <sub>ab</sub>	<b>44<sub>b</sub></b>
В компаниях без тебя скучно и неинтересно? (N-)	33 <sub>a</sub>	50 <sub>a</sub>	<b>70<sub>b</sub></b>
У тебя никогда не было проблем с законом? (P+)	52 <sub>a</sub>	56 <sub>a</sub>	<b>35<sub>b</sub></b>
Как ты думаешь: почти всеми людьми можно манипулировать? (M+)	54 <sub>a</sub>	48 <sub>a</sub>	40 <sub>a</sub>
Ты считаешь, что о других полезно знать что-то, что можно использовать против них? (M+)	49 <sub>a</sub>	46 <sub>a</sub>	42 <sub>a</sub>

Формулировка вопроса и тип ответа на него	Число выборов		
	Кпоз (n = 134)	Ф (n=141)	Кнег (n=131)
Тебе нравится подкалывать неудачников? (P–)	<b>30<sub>a</sub></b>	45 <sub>ab</sub>	<b>56<sub>b</sub></b>
Если кто-то заденет тебя, потом пожалеет об этом? (P–)	<b>17<sub>a</sub></b>	35 <sub>b</sub>	<b>63<sub>c</sub></b>
Ты скрываешь от других некоторые вещи о себе? (M+)	40 <sub>a</sub>	41 <sub>a</sub>	31 <sub>a</sub>
Тебе нравится знакомиться с влиятельными людьми? (N–)	33 <sub>a</sub>	31 <sub>a</sub>	40 <sub>a</sub>
Считаешь ли ты нужным делать всё, чтобы влиятельные люди были на твоей стороне? (M±)	32 <sub>a</sub>	29 <sub>a</sub>	38 <sub>a</sub>
Ты избегаешь опасных ситуаций? (P–)	<b>21<sub>a</sub></b>	32 <sub>ab</sub>	<b>42<sub>b</sub></b>
Ты согласен, что люди не будут хорошо работать, пока их не заставишь? (M–)	<b>18<sub>a</sub></b>	41 <sub>b</sub>	35 <sub>b</sub>
Нужно ли избегать открытого конфликта с окружающими – с учетом того, что они могут быть полезны в будущем? (M–)	<b>21<sub>a</sub></b>	36 <sub>ab</sub>	<b>36<sub>b</sub></b>
А ты можешь вести себя непорядочно по отношению к другим? (P±)	33 <sub>a</sub>	28 <sub>a</sub>	30 <sub>a</sub>
Ты согласен, что свести с кем-то счёты надо не торопясь, дождавись подходящего момента? (M–)	<b>35<sub>a</sub></b>	27 <sub>ab</sub>	<b>22<sub>b</sub></b>
Ты требуешь, чтобы к тебе относились с уважением, которого ты заслуживаешь? (N–)	<b>13<sub>a</sub></b>	24 <sub>ab</sub>	<b>35<sub>b</sub></b>
Прежде чем что-то делать, ты стараешься убедиться, что результаты будут выгодны именно тебе, а не кому-то другому? (M–)	21 <sub>a</sub>	23 <sub>a</sub>	26 <sub>a</sub>
А говорят о тебе, что ты неуправляем? (P–)	11 <sub>a</sub>	20 <sub>a</sub>	14 <sub>a</sub>
Бывает, что тебя сравнивают со знаменитыми людьми? (N±)	10 <sub>ab</sub>	<b>6<sub>b</sub></b>	<b>14<sub>a</sub></b>

*Примечание.* Кпоз – контрастная группа с предъявлением позитивного пре-стимула, Ф – фоновая группа, Кнег – контрастная группа с предъявлением негативного пре-стимула.

Одинаковыми подстрочными буквенными индексами в одной строке отмечены статистически не различающиеся ( $p > 0,05$ ), а разными индексами – статистически различающиеся ( $p < 0,05$ ) значения по критерию  $\chi^2$ ; двойной буквенный индекс свидетельствует об отсутствии статистических различий с остальными значениями в строке. Контрастные значения выделены жирным шрифтом. Строки с негативными ответами (свидетельствующими о высокой выраженности черт ТТ) выделены серым фоном.

Как видно из таблицы, субъективная информативность пунктов Короткого опросника ТТ варьировала в зависимости от характера пре-стимульного воздействия: значимость негативных ответов целевого объекта (свидетельствующих о высокой выраженности черт ТТ), обнаруженная в общей выборке (табл. 6.1.2), снижалась на фоне негативной дистракции, т.е. предварительного предъявления экстремально «плохого» Другого. Об этом свидетельствуют более низкие абсолютные значения информативности негативных ответов в последнем столбце таблицы. В трети случаев это снижение

оказалось статистически значимым ( $p < 0,05$ ) по сравнению с фоновой группой. Значимость позитивных ответов (свидетельствующих о низкой выраженности черт ТТ) на фоне негативной дистракции, наоборот, обнаружила усиление. Об этом свидетельствуют более высокие абсолютные значения информативности позитивных ответов в последнем столбце. В 25% случаев этот рост оказался статистически значимым ( $p < 0,05$ ) по сравнению с фоновой группой. Другими словами, после предъявления экстремально негативного пре-стимула «темные» проявления амбивалентной личности стали менее заметными, а «светлые», наоборот, – более заметными. Аналогичного контраста восприятия после предъявления экстремально позитивного пре-стимула (первый числовой столбец таблицы) обнаружено не было, т.е. на фоне позитивной дистракции «темные» проявления амбивалентного объекта не стали более заметными, а «светлые» обнаружили тенденцию к снижению, которое, однако, оказалось значимым только в двух случаях (17%) по сравнению с фоновой группой.

В табл. 6.1.4 приводятся значимые коэффициенты корреляций показателей сформированного отношения к объекту и субъективных оценок вклада его отдельных суждений в формирование этого отношения. Данные приводятся по общей выборке участников, отдельно для каждого компонента отношения.

**Таблица 6.1.4.** Коэффициенты корреляций отношения к объекту и субъективной оценки значимости его отдельных суждений в общей выборке участников

Формулировка вопроса и тип ответа на него	Компоненты отношения к объекту:		
	К	Э	П
Ты обычный человек? (N+)			-0,11 <sup>a</sup>
Можно сказать, что ты особенный? (N+)		-0,10 <sup>a</sup>	
Как по-твоему: глупо раскрывать свои секреты? (M+)	0,11 <sup>a</sup>	0,14 <sup>b</sup>	0,12 <sup>a</sup>
У тебя никогда не было проблем с законом? (P+)	-0,16 <sup>c</sup>	-0,15 <sup>b</sup>	-0,16 <sup>c</sup>
Тебе нравится подкалывать неудачников? (P-)	0,16 <sup>b</sup>	0,15 <sup>b</sup>	0,17 <sup>c</sup>
Если кто-то заденет тебя, потом пожалеет об этом? (P-)	0,13 <sup>b</sup>	0,12 <sup>a</sup>	0,11 <sup>a</sup>
Считаешь ли ты нужным делать всё, чтобы влиятельные люди были на твоей стороне? (M±)		0,11 <sup>a</sup>	0,14 <sup>b</sup>

*Примечание.* Компоненты отношения к объекту: К – когнитивный, Э – эмоциональный, П – поведенческий; <sup>a</sup> $p \leq 0,05$ , <sup>b</sup> $p \leq 0,01$ , <sup>c</sup> $p \leq 0,001$ . Незначимые коэффициенты корреляции исключены из таблицы.

Как видно из таблицы, субъективная информативность пунктов Короткого опросника ТТ, т.е. их декларируемая значимость для формирования отношения к объекту, обнаружила незначительное количество слабых связей с показателями его итоговой оценки ( $R^2 = 1,00 \div 2,89$ ). Из 27 вопросов только 7 обнаружили значимые корреляции с отдельными компонентами отношения. Из 12 субъективно информативных негативных ответов (свидетельствующих о высокой выраженности черт ТТ) значимыми для формирования итогового мнения об амбивалентном Другом оказались только 4, а из 4 субъективно информативных позитивных ответов (свидетельствующих о низкой выраженности черт ТТ) – только 2. Один нейтральный ответ, не попавший в число наиболее информативных, также оказался значимым для оценки Другого. При этом наиболее значимыми для формирования целостного отношения к Другому оказались вербальные признаки психопатии: они обнаружили связь со всеми компонентами отношения – отрицательную в случае их выраженности, и положительную – в случае их отсутствия. Признаки нарциссизма, напротив, затрагивали лишь отдельные компоненты отношения: эмоциональный или поведенческий. Вербальные маркеры макиавеллизма коррелировали со всеми компонентами отношения, однако характер этих связей оказался противоречивым.

#### *6.1.4. Обсуждение*

Полученные результаты свидетельствует о том, что в процессе наблюдения за вербальными проявлениями амбивалентного Другого наибольшее внимание привлекают негативные суждения, которые свидетельствуют о его слабом соответствии социально одобряемым образцам. При этом наиболее заметными оказываются проявления нарциссизма, т.е. утверждения объекта о собственной исключительности и его желании быть в центре внимания. Это соответствует выдвинутому нами предположению о более высокой информативности негативных вербальных проявлений по сравнению с позитивными [см. Haselton, Buss, 2000] и, по выражению Р. Баумайлера и коллег, свидетельствует о том, что

«плохое сильнее хорошего» [Baumeister et al., 2001]. Особое внимание к проявлениям нарциссизма можно интерпретировать как социальную чувствительность к маркерам лидерства, поскольку нарциссизм обнаруживает с ними положительные корреляции [Grijalva et al., 2015].

Вопреки нашим ожиданиям, было обнаружено, что субъективное представление об информативности вербального поведения объекта не является надежным прогностическим фактором формирования отношения к нему. Во-первых, корреляции между оценками информативности ответов объекта и компонентами отношения к нему оказались достаточно малочисленными, а во-вторых, – слабыми с точки зрения коэффициентов детерминации. Это свидетельствует, по всей видимости, о доминировании автоматических когнитивных процессов в формировании отношения в ситуации нулевого знакомства. Принимая во внимание это ограничение, отметим, однако, что объективно значимыми для формирования отношения к амбивалентному объекту оказались вербальные признаки психопатии: они обнаружили связь со всеми компонентами отношения – отрицательную в случае их выраженности, и положительную – в случае их отсутствия. При этом содержательно значимой являлась информация о таких проявлениях угрозы, как нарушение закона, а также жестокость и агрессивность в социальном взаимодействии. Признаки нарциссизма, а именно заявления объекта о собственной исключительности, напротив, затрагивали лишь отдельные компоненты отношения: вызывали негативный эмоциональный или поведенческий отклик. Проявления макиавеллизма обнаружили неожиданные связи с компонентами отношения. Утверждение о нежелании раскрывать свои секреты способствовало формированию целостного позитивного отношения, а неопределенный ответ о привлечении влиятельных сторонников («не знаю, трудно сказать») был положительно связан с эмоциональным и поведенческим компонентами. На наш взгляд, на основании этих данных нельзя говорить о закономерных связях проявлений макиавеллизма с отношением к его носителю. Первое утверждение могло активизировать устоявшуюся позитивную коннотацию с защитой личных



данных, к тому же оно было первым в списке вопросов, и его запоминание могло быть обусловлено эффектом края. Что касается второго утверждения, оно не несло никакой информации о наличии или отсутствии черты, и соответственно, могло быть наполнено любой субъективной интерпретацией.

Таким образом, наши результаты свидетельствуют о расхождении между субъективными и объективными факторами формирования отношения к амбивалентному объекту на основе его вербальных проявлений. Субъективно наиболее значимыми являются проявления нарциссизма, однако объективно сформированное отношение к объекту в большей степени определяется проявлениями психопатии. С точки зрения потенциального ущерба взаимодействие с психопатической личностью является более опасным, чем взаимодействие с нарциссической личностью [Красавцева, Корнилова, 2019]. В этом смысле, в логике теории управления ошибками, игнорирование нарциссических проявлений должно быть более вероятным, чем игнорирование психопатии. В то же время, нарциссизм наряду с экстраверсией является заметной (observable) чертой [Human, Biesanz, 2011], а соответственно, его проявления в большей степени привлекают внимание, проще выводятся на уровень сознания и рассматриваются как рациональные основания формирования отношения.

Как и предполагалось, значимость негативных вербальных проявлений объекта после предъявления экстремально негативного пре-стимула снижается, подчиняясь закону контраста. В то же время после предъявления экстремально позитивного пре-стимула подобного эффекта не наблюдается. На наш взгляд, это можно объяснить большей субъективной значимостью пре-стимульных негативных характеристик, которая приводит к их лучшему запоминанию и формированию устойчивого контекстного фона (перцептивной точки отсчета).

Таким образом, полученные результаты позволяют обозначить важные составляющие вербального информационного воздействия, которые обладают повышенной значимостью для формирования отношения к амбивалентному Другому. При этом открытым остается вопрос об эффектах контрастного прайминга на восприятие выраженных валентных образов – очевидно «хорошего»

и «плохого» Другого. Полученные результаты позволяют предположить, что престаимульный негативный прайминг может обладать сходными эффектами на сдвиг оценок и в этом случае.

## **6.2. Восприятие амбивалентного и валентного Другого в условиях контрастного фонового воздействия<sup>24</sup>**

### *6.2.1. Постановка проблемы*

Точность прогнозирования реакций – как оценочных, так и поведенческих, является одной из наиболее сложных проблем в экспериментальных исследованиях [см. Балева, Ковалева, 2022; Балева и др., 2023]. Долгое время ее решение традиционно лежало в плоскости контроля условий. Благодаря учету дополнительных факторов и промежуточных переменных, действительно удается выявить ограничения, обозначить медиаторы или модераторы исследуемых процессов. Несколько десятилетий назад вопрос экспериментального контроля получил неожиданное развитие. Фокус исследовательского интереса был смещен на прицельное изучение фоновых факторов и их вклад в формирование связи между зависимой и независимой переменной. То есть вместо формального контроля множества имеющихся переменных, которые теоретически могут иметь отношение к итоговой реакции, элементы «фонового шума» стали рассматриваться как основные независимые переменные. Этот подход вышел за рамки процедурных вопросов и оформился в понятиях distraction, прайминга, фрейминга, эвристики привязки, а также оценочного обусловливания [см. Костригин, Петренко, 2020; Фаликман, Койфман, 2005]. Каждый из этих терминов соотносится со спецификой экспериментальной процедуры. Однако их общей чертой является поведенческое обусловливание, которое проявляется в

---

<sup>24</sup> Излагается по результатам собственных опубликованных исследований [Балева, Ковалева, 2022; Балева и др., 2023].

последовательном предъявлении стимулов безусловного и условного типа по аналогии с классическим павловским обусловливанием.

Большое количество исследований фоновых (пре-стимульных) воздействий как основных позволило обнаружить ряд важных закономерностей, которые открывают перспективу усиления эффекта направленного воздействия на поведение. Вместе с тем результаты в этой области являются достаточно противоречивыми. Так, например, открытым остается вопрос о соотношении сознательных и бессознательных реакций на пре-стимульное воздействие [Hu, 2017a; Hu, 2017b; Mallan et al., 2008; Moran, Bar-Anan, 2013; Olson, Fazio, 2001], существует неясность в отношении эффектов прямого (пре-стимульного) и обратного (пост-стимульного) прайминга [Mallan et al., 2008; Moran, Bar-Anan, 2013]. Наконец, до сих пор не понятны внутренние механизмы эффектов ассимиляции и контраста, что затрудняет даже грубое прогнозирование поведенческих реакций [Костина, 2017; Рассказова, Мигунова, 2018; Green et al., 2021; Moran, Bar-Anan, 2013].

*Эффекты ассимиляции и контраста.* Эффект ассимиляции представляет собой такую ситуацию поведенческого обусловливания, когда смещение реакции происходит в прямом соответствии с содержанием условного стимула. Так, например, обусловливание изображением щенка провоцирует позитивное отношение к объекту, а изображением змеи – негативное. Эффект контраста проявляется в смещении реакции на целевой объект в направлении, противоположном содержанию условного стимула. Так, например, реакция на неприятный звук улучшает оценку объекта.

В социальной психологии эффект ассимиляции известен, прежде всего, по феномену самореализующегося пророчества [Merton, 1948; Rau et al., 2021]. Показано, что искусственно выведенная на уровень сознания убежденность в негативном отношении со стороны объекта учитывается (ассимилируется) субъектом восприятия и формирует логичное для данной ситуации поведение, направленное, например, на снижение собственного риска [Jones, Panitch, 1971; Sherman, Gorkin, 1980]. В данном случае можно говорить о схождении понятий

пре-стимульного воздействия и установки, хотя в большинстве случаев они представляют собой независимые феномены. Примером эффекта контраста в социальном поведении могут служить разнообразные проявления когнитивного диссонанса [Festinger, 1957]. Так, например, продемонстрировав на поведенческом уровне автоматическую реакцию, выдающую расовые или гендерные предубеждения, субъект стремится «исправить ошибку» демонстрируя повышенную толерантность в несвязанной ситуации [Schwarz, Bless, 2007].

Феномен ассимиляции интуитивно понятен и объясним с физиологической точки зрения. Он отражает факт ассоциации нейронов в результате простого временного совпадения условного и безусловного стимулов. Феномен контраста не вполне понятен с точки зрения лежащих в его основе механизмов, что порождает многообразие интерпретаций [напр., Förster et al., 2008; Ledgerwood, Chaiken, 2007; Snyder, Swann, 1978; Stapel, Koomen, 2001].

Одно из возможных объяснений связано с понятием ассоциативной разрядки, с помощью которого можно интерпретировать, например, более высокие положительные оценки нейтрального объекта после резкого неприятного крика. Предполагается, что прекращение действия авersiveного стимула вызывает облегчение, которое ассоциативно связывается с целевым объектом [Green et al., 2021].

Теория включения-исключения [Schwarz, Bless, 2007] связывает эффекты ассимиляции и контраста с субъективно воспринимаемыми отношениями между пре-стимульным и целевым объектами: чем выше их содержательное несоответствие и чем более четкими являются границы между ними, тем более вероятен эффект контраста. Так, например, было обнаружено, что оценки размера несуществующего животного меняются по принципу ассимиляции или контраста в зависимости от масштаба пре-стимульного объекта: в случае размеров умеренного масштаба наблюдается ассимиляция, а в случае экстремального (малого или большого) – контраст. Экстремальный масштаб пре-стимульного объекта делает его более отличимым от целевого объекта и непохожим на него.

Явление контраста после экстремального прайминга можно объяснить также, опираясь на понятие «точки отсчета», описанное в когнитивной психологии [Канеман, 2018, с. 466]. При восприятии любого объекта мы оцениваем выраженность его характеристик, обращаясь к условной норме. В качестве таковой могут выступать средний рост, средние умственные способности или средние показатели нравственности, принятой в некой культурной среде. Восприятие экстремальных образцов любого качества сдвигает значение среднего. Для этого сдвига совсем не требуются множественные наблюдения отклоняющихся случаев. Объект высокой интенсивности произвольно захватывает внимание и приобретает тем самым повышенную значимость и убедительность. В частности, это проявляется в том, что человек делает неправомерные обобщения на примере одного-единственного случая, т.е. придает ему статус широко распространенного (нормального) явления.

*Целью* настоящего исследования [см. Балева, Ковалева, 2022; Балева и др., 2023] являлось изучение эффектов пре-стимула 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.

### 6.2.2. Метод

*Описание выборки.* 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%). Все участники давали письменное согласие на обработку персональных данных и подтверждали добровольность своего участия.

*Стимульный материал и процедура.* Сбор материалов проводился с помощью платформы Anketolog (профессиональная версия) в онлайн-формате. 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. В первом случае ответы давались в полном совпадении с ключом по шкалам макиавеллизма, нарциссизма и психопатии, во втором случае – в полном несовпадении с ним, а в третьем случае они в 50% случаев совпадали, а в 50% случаях противоречили ключу. Роли «хорошего», «плохого» и «амбивалентного» персонажей играли одни и те же исполнители – студенты, обучающиеся по направлению «Актерское искусство», юноша и девушка.

В Исследовании 1 интервью с «хорошей» и «плохой» личностью предъявлялись в качестве пре-стимула примерно в равных пропорциях участникам двух экспериментальных групп. Интервью с «амбивалентной» личностью предъявлялось в качестве целевого стимула. Участники контрольной группы не подвергались пре-стимульному воздействию, т.е. смотрели интервью только с «амбивалентной» личностью.

В Исследовании 2 половина участников смотрели сначала интервью с «хорошей» личностью (контрольные условия для «хорошего» объекта), а затем – с «плохой» личностью (экспериментальные условия для «плохого» объекта). Другая половина выборки смотрела сначала интервью с «плохой» личностью (контрольные условия для «плохого» объекта), а затем – с «хорошей» личностью (экспериментальные условия для «хорошего» объекта).

После просмотра каждого интервью давалась инструкция оценить его персонажа по Шкале общего отношения к объекту восприятия [Щебетенко и др., 2007].

*Методики и измеряемые показатели.* Короткий опросник темной триады [Егорова и др., 2015] включал 27 утверждений, с которыми персонажам интервью необходимо было выразить свое согласие или несогласие. На каждую шкалу

приходилось по 9 пунктов. В связи с тем, что их количество было нечетным, на один вопрос каждой шкалы амбивалентные персонажи интервью давали неопределенный ответ, типа «не знаю» или «трудно сказать».

Шкала общего отношения к объекту восприятия [Щебетенко и др., 2007] состояла из 15 вопросов, позволяющих измерить когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты отношения к объекту восприятия. Ответы варьировались в диапазоне 5-балльной шкалы от «совершенно не согласен» до «совершенно согласен».

*Анализ данных.* Статистическая обработка результатов исследования осуществлялась в программе STATISTICA 8.0. Использовались методы описательной статистики, а также однофакторный и двухфакторный дисперсионный анализ. В однофакторный дисперсионный анализ в качестве независимой переменной включался тип пре-стимула – негативный, позитивный и контроль (отсутствие пре-стимула). В качестве зависимой переменной выступало общее отношение к целевому объекту. В двухфакторный дисперсионный анализ в качестве независимых переменных (факторов) включались показатели типа пре-стимула (с тремя уровнями: негативный, позитивный, контроль) и пол объекта восприятия (мужской, женский). Эффекты данных факторов отслеживались у респондентов мужского и женского пола по отдельности.

### 6.2.3. Результаты

*Анализ распределения и согласованности компонентов отношения.* По данным описательной статистики (табл. 6.2.1 и 6.2.2) был сделан вывод о соответствии данных закону нормального распределения во всех группах:  $A_s = |0,01| \div |0,62|$ ,  $E_x = |0,02| \div |0,74|$ .

**Таблица 6.2.1.** Описательные статистики компонентов отношения к целевому объекту в двух экспериментальных и контрольной группах (Исследование 1)

Компоненты отношения:	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
Экспериментальная группа с позитивным пре-стимулом (n = 214)						
Когнитивный	3,03	0,73	-0,15	0,17	-0,20	0,33
Эмоциональный	3,16	0,81	-0,12	0,17	-0,35	0,33
Поведенческий	3,18	0,79	-0,26	0,17	-0,19	0,33
Общее отношение	3,12	0,71	-0,07	0,17	-0,29	0,33
Контрольная группа (n = 202)						
Когнитивный	3,00	0,75	0,11	0,17	-0,35	0,34
Эмоциональный	3,14	0,86	-0,19	0,17	-0,74	0,34
Поведенческий	3,22	0,82	-0,01	0,17	-0,64	0,34
Общее отношение	3,12	0,76	0,02	0,17	-0,62	0,34
Экспериментальная группа с негативным пре-стимулом (n = 192)						
Когнитивный	3,32	0,78	-0,36	0,18	-0,03	0,35
Эмоциональный	3,50	0,82	-0,51	0,18	0,03	0,35
Поведенческий	3,51	0,79	-0,25	0,18	0,02	0,35
Общее отношение	3,44	0,75	-0,40	0,18	0,14	0,35

*Примечание.* При N = 214  $As_{крит} = 0,50$ ,  $Ex_{крит} = 1,62$ ; при N = 202  $As_{крит} = 0,51$ ,  $Ex_{крит} = 1,66$ ; при N = 192  $As_{крит} = 0,52$ ,  $Ex_{крит} = 1,70$ . Значения асимметрии и эксцесса, превышающие критические, выделены жирным шрифтом.

**Таблица 6.2.2.** Описательные статистики компонентов отношения к целевому объекту в двух экспериментальных группах (Исследование 2)

Компоненты отношения:	M	SD	As	SE <sub>As</sub>	Ex	SE <sub>Ex</sub>
Экспериментальная группа с позитивным пре-стимулом (n = 232)						
Когнитивный	2,78	0,66	-0,16	0,16	-0,22	0,32
Эмоциональный	2,32	0,94	-0,14	0,16	-0,35	0,32
Поведенческий	2,57	0,84	-0,36	0,16	-0,18	0,32
Общее отношение	2,54	0,75	-0,04	0,16	-0,38	0,32
Экспериментальная группа с негативным пре-стимулом (n = 230)						
Когнитивный	3,44	0,69	-0,25	0,16	-0,15	0,32
Эмоциональный	3,64	0,89	<b>-0,62</b>	0,16	0,11	0,32
Поведенческий	3,21	0,68	-0,27	0,16	0,06	0,32
Общее отношение	3,40	0,66	-0,31	0,16	0,23	0,32

*Примечание.* При N = 232  $As_{крит} = 0,48$ ,  $Ex_{крит} = 1,56$ ; при N = 230  $As_{крит} = 0,48$ ,  $Ex_{крит} = 1,56$ . Значение асимметрии, превышающее критическое, выделено жирным шрифтом.

Анализ корреляций между компонентами отношения (табл. 6.2.3) свидетельствовал об их высокой взаимной согласованности. На этом основании



была сформирована интегративная переменная общего отношения к объекту, которая использовалась в основных анализах в качестве зависимой. Данная переменная рассчитывалась как среднее показателей когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов отношения. Ее значения колебались в диапазоне от 1,33 до 5,0 ( $M = 3,22$ ,  $SD = 0,75$ ;  $A_s = -0,12$ ,  $E_x = -0,39$ ). Содержательно оценка в 3,0 балла трактовалась как нейтральное (неопределенное) отношение к персонажу, а оценки ниже и выше данного значения свидетельствовали о «скорее негативном» и «скорее позитивном» отношении соответственно.

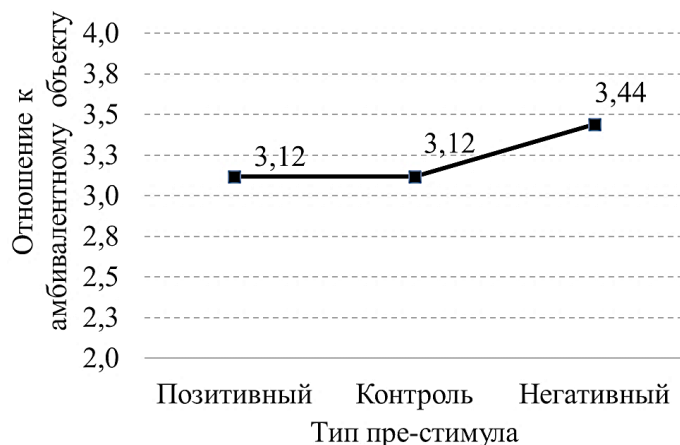
**Таблица 6.2.3.** Коэффициенты корреляций (по Пирсону) компонентов отношения в общей выборке участников

Компоненты отношения:	1	2	3
1. Когнитивный		0,83	0,84
2. Эмоциональный	0,83		0,86
3. Поведенческий	0,84	0,86	

*Примечание:*  $N = 1070$ ;  $p < 0,001$ .

### Исследование 1.

Результаты однофакторного дисперсионного анализа показателей общего отношения к целевому объекту после предъявления негативного и позитивного пре-стимулов (в сравнении с контрольной группой) приводятся на рис. 6.2.1.

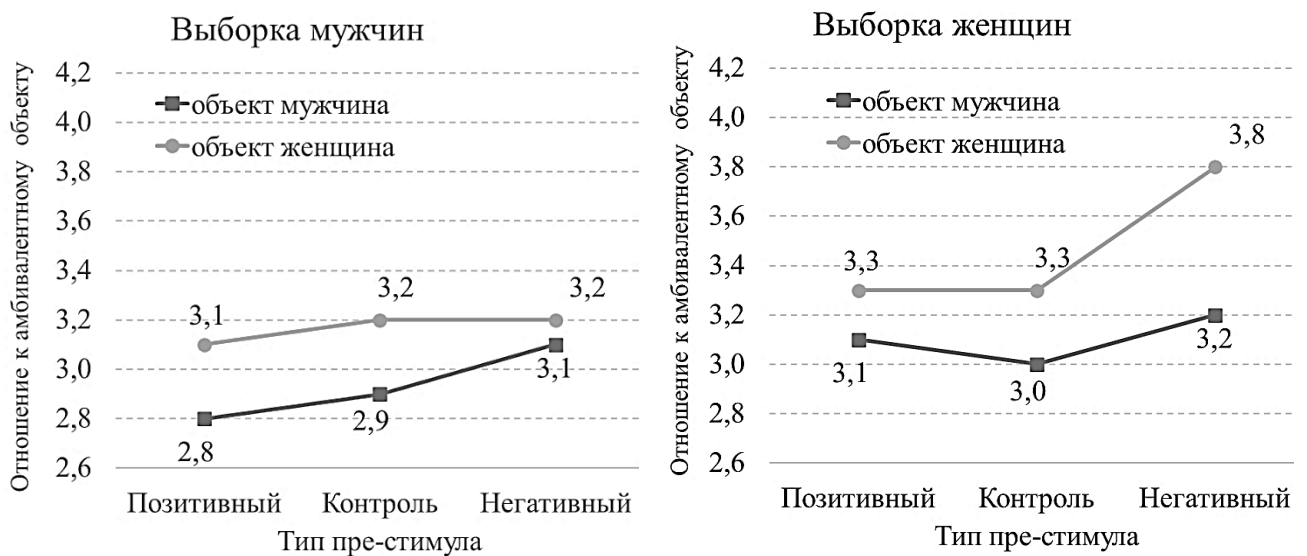


*Примечание.*  $F(2, 605) = 12,43$ ,  $p < 0,001$ ; Levene  $F(2, 605) = 0,93$ ,  $p = 0,40$

**Рис. 6.2.1.** Общая оценка целевого амбивалентного объекта в условиях разных типов пре-стимульного воздействия

Анализ выявил наличие значимых различий в общей оценке целевого амбивалентного объекта после предъявления пре-стимулов разного типа ( $F(2, 605) = 12,43, p < 0,001^{25}$ ). Post-hoc сравнения 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 ( $p < 0,001$ ).

Анализ специфики обнаруженного эффекта в связи с полом субъекта и объекта восприятия был проведен с помощью двухфакторного дисперсионного анализа. Это позволило зафиксировать различия при восприятии женщинами и мужчинами объектов своего и противоположного пола. Результаты двухфакторного анализа представлены на рис. 6.2.2.



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

<sup>25</sup> С учетом поправки Бонферрони  $p < 0,017$ .

Анализ показал, что в выборке мужчин 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 женщин (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 главный эффект негативного пре-стимула на восприятие целевого объекта, наоборот, оказался значимым ( $p < 0,001^{26}$ ) 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 ( $p < 0,05$ ).

### *Исследование 2.*

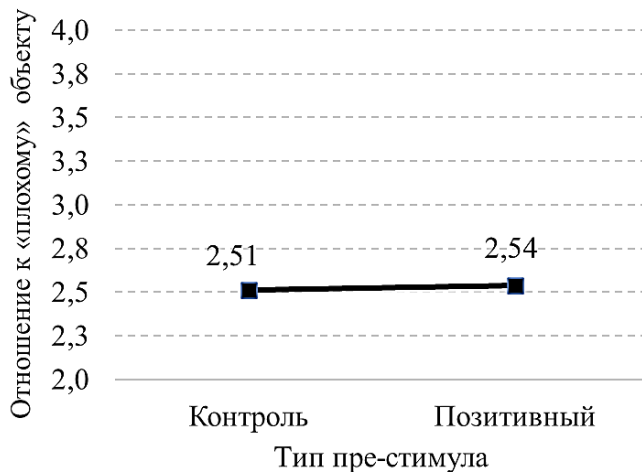
Результаты однофакторного дисперсионного анализа показателей общего отношения к целевому валентному объекту после предъявления негативного и позитивного пре-стимулов (в сравнении с контрольной группой) приводятся на рис. 6.2.3.

Как и в случае с амбивалентным объектом в Исследовании 1, был обнаружен значимый, хоть и менее выраженный, эффект негативного пре-стимула на восприятие «хорошего» объекта ( $F(1, 228) = 7,50, p < 0,01$ ).

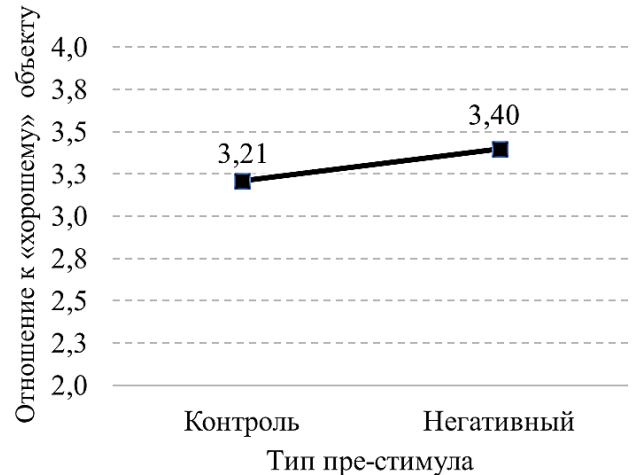
Далее с помощью двухфакторного дисперсионного анализа была исследована специфика обнаруженного эффекта в связи с полом субъекта и объекта восприятия (рис. 6.2.4).

---

<sup>26</sup> С учетом поправки Бонферрони  $p < 0,017$ .

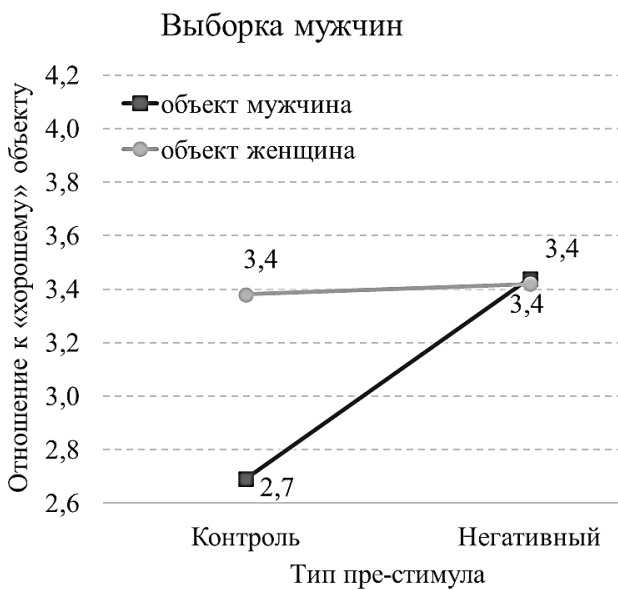


Примечание.  $F(1, 460) = 0,23$ ,  $p = 0,64$ ;  
Levene  $F(1, 460) = 1,46$ ,  $p = 0,23$

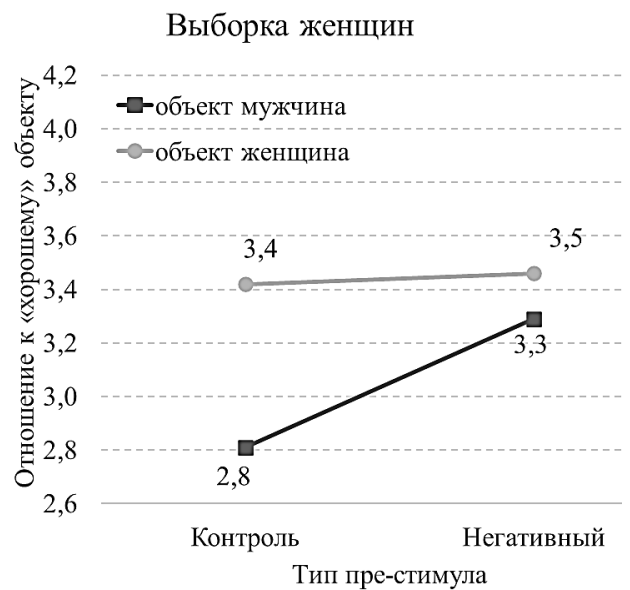


Примечание.  $F(1, 460) = 7,50$ ,  $p < 0,01$ ;  
Levene  $F(1, 460) = 2,80$ ,  $p = 0,09$

**Рис. 6.2.3.** Общая оценка целевого валентного объекта в условиях разных типов пре-стимульного воздействия



Примечание.  $F_{гЛ.}(1, 109) = 4,12$ ,  $p = 0,04$ ;  
Levene  $F(3, 109) = 1,15$ ,  $p = 0,33$



Примечание.  $F_{гЛ.}(1, 345) = 9,88$ ,  $p < 0,01$ ;  
Levene  $F(3, 345) = 1,28$ ,  $p = 0,28$

**Рис. 6.2.4.** Общая оценка целевого валентного объекта в условиях негативного пре-стимула и контроля при разных сочетаниях пола субъекта и объекта восприятия

Анализ показал, что 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» юноши после «плохой» девушки ( $p < 0,05$  для выборки мужчин и  $p < 0,01$  для выборки женщин).

#### *6.2.4. Обсуждение*

Изучив эффекты пре-стимульного воздействия на восприятие амбивалентного Другого, мы обнаружили, что его оценка чувствительна к воздействию негативного прайминга. После предъявления объекта с экстремально «плохой» личностной валентностью оценки амбивалентного и экстремально «хорошего» персонажа сдвигаются в позитивную сторону. Другими словами, на фоне выраженных негативных черт и нейтральный, и позитивный объект начинают производить более благоприятное впечатление.

Наша гипотеза об эффекте контраста как вероятном исходе восприятия амбивалентной и валентной личности подтвердилась в отношении негативного, но не подтвердилась в отношении позитивного пре-стимула. Почему оценка Другого обнаруживает чувствительность к негативной личностной информации, но резистентна в отношении позитивной? На наш взгляд, этот факт можно проинтерпретировать с позиций теории управления ошибками М. Хаселтон и Д. Басса [Haselton, Buss, 2000], которая объясняет явную асимметрию в оценках или решениях разной степенью тяжести последствий неверного выбора. С этой точки зрения ошибочное игнорирование «плохого» объекта можно оценить как более рискованное, чем игнорирование «хорошего». В результате экстремально «плохой» персонаж, как более важный, привлекает внимание, а экстремально «хороший» – игнорируется. Это позволяет сэкономить когнитивный ресурс без риска опасных последствий. Эта версия подтверждается данными нашего другого исследования (см. § 6.1), в котором мы просили испытуемых оценить степень информативности вопросов интервью для формирования мнения об амбивалентном объекте. Было обнаружено, что лучше всего запоминались те

вопросы, ответы на которые свидетельствовали о выраженности у объекта «темных» (а не «светлых») черт.

Остаются не совсем понятны причины половой специфики восприятия в условиях негативного пре-стимула. Первоначальная интерпретация заключалась в том, что исключением из общей закономерности являются мужчины, у которых восприятие женщины устойчиво к контексту (мы усматривали за этим повышенную значимость целевого объекта с учетом возраста испытуемых). Однако во втором исследовании аналогичная резистентность к негативному пре-стимулу при восприятии женщины (как целевого объекта) обнаружилась и в выборке мужчин, и в выборке женщин. Это натолкнуло на мысль о том, что негативной дистракцией перед женскими образами был мужской персонаж (и наоборот). Мы предположили, что личность экстремально негативного мужчины «впечатляет» не так сильно, как личность «экстремально» негативной женщины, т.е. условие экстремальности соблюдается для женского пре-стимульного персонажа, но не для мужского. Теперь исключением оказалась выборка женщин, которые обнаружили чувствительность как к дистракции негативным женским, так и к дистракции негативным мужским образом. Это корректирует нашу первоначальную интерпретацию и позволяет предположить, что негативные образы противоположного пола одинаково значимы для женщин и мужчин (в качестве пре-стимулов). При этом женский негативный персонаж, видимо, запоминается обоими полами как более необычный.

В качестве ограничения проведенного исследования следует признать выборку, состоящую из студентов. Возможно, именно возрастом и статусом участников можно объяснить выявленную специфику межполового восприятия.

### **6.3. Заключение по главе**

Содержание транслируемой Другим информации, а также общий информационный контекст являются факторами, играющими существенную роль в формировании и динамике социального отношения. В двух исследованиях были

изучены эффекты позитивной и негативной информации, предъявляемой в прямом и фоновом режиме, на оценки «хорошего», «плохого» и амбивалентного объекта.

Было показано, что в процессе восприятия амбивалентного Другого наибольшей субъективной значимостью обладают такие его высказывания, которые свидетельствуют о выраженности у него «темных» (а не «светлых») черт. На уровне сознания наибольшее внимание субъекта привлекают проявления нарциссизма, однако объективно они в меньшей степени связаны с итоговым отношением к объекту, чем проявления психопатии. В целом сформированное оценочное отношение к амбивалентному Другому обнаруживает слабые связи с субъективными представлениями о вербальных источниках его формирования.

Субъективная значимость вербальной информации находится под влиянием контекстного фактора, связанного с валентностью пре-стимульных объектов: экстремально «хорошего» и экстремально «плохого» Другого. Экстремально негативный пре-стимульный персонаж существенно ослабляет субъективную значимость негативных и усиливает значимость позитивных вербальных проявлений целевого объекта, действуя по принципу контраста. После предъявления объекта с экстремально «плохой» личностной валентностью оценки амбивалентного и экстремально «хорошего» персонажа сдвигаются в позитивную сторону. Другими словами, на фоне выраженных негативных черт и нейтральный, и позитивный объект начинают производить более благоприятное впечатление. В свою очередь, экстремально позитивный пре-стимульный персонаж обнаруживает лишь слабую тенденцию к ослаблению субъективной значимости позитивных проявлений Другого и не влияет на общую оценку целевого объекта.

Эти данные свидетельствуют о том, что воспринимаемая имплицитно и на уровне сознания угроза вызывает динамику перцептивных оценок объекта восприятия, которая заключается в переключении 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 целом полученные данные поддерживают общую гипотезу о роли информационного контента в динамике перцептивного пространства «Я–Другой». Показано, что сигналы угрозы обладают выраженным эффектом на смещение оценок целевого объекта. Такое смещение происходит по принципу контраста и проявляется в улучшении отношения к нейтральному или положительному Другому.



## **ГЛАВА VII. КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ДИНАМИКИ ДИХОТОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ**

### **7.1. Структура модели**

Дихотомический и функционально-динамический подход к социальной перцепции позволили сформулировать исследовательский вопрос о закономерных сдвигах в перцептивном пространстве «Я – Другой». Опираясь на классическую линзовую модель социальной перцепции [Brunswik, 1956], мы выделили три группы факторов, запускающих процесс функциональной динамики в дихотомическом пространстве восприятия Другого. Эти группы определяются тремя описанными в модели уровнями социального восприятия, каждый из которых вносит вклад в формирование отношения: уровень объекта, уровень субъекта и уровень информационных сигналов.

На основании анализа литературных источников были сформулированы предположения о ключевых факторах, провоцирующих динамические сдвиги перцептивных дихотомий на каждом уровне социального восприятия. Эти предположения были обобщены в гипотетической модели функциональной динамики дихотомического пространства социальной перцепции и подвергнуты эмпирической проверке. На уровне объекта рассматривались эффекты конкуренции дихотомических перцептивных категорий аллоцентрического и эгоцентрического типа. На уровне субъекта исследовались эффекты смещения и четкости перцептивного фокуса наблюдателя. На уровне информационных сигналов рассматривались эффекты угрозы, связанной с целевым объектом и фоновыми аспектами восприятия.

Полученные данные позволяют представить функциональную динамику дихотомического пространства социальной перцепции в виде эмпирически обоснованной концептуальной модели, отражающей динамические эффекты перцептивного пространства на разных уровнях (рис. 7.1.1).



Горизонтальное пространство модели задано полюсами объекта и субъекта восприятия, а вертикальное пространство – полюсами общей оценки объекта: негативной и позитивной. В центральной части модели выделяются три уровня социальной перцепции, обозначенные прямоугольниками с пунктирным контуром: уровень объекта восприятия, уровень информационных сигналов и уровень субъекта восприятия. Они связаны между собой и проницаемы с точки зрения содержания информационного обмена и его последовательных этапов.

Динамика перцептивных дихотомий отражена на каждом из этих уровней через условное перемещение кругов, обозначающих Я и/или Другого, вверх (в сторону более позитивной оценки) и вниз (в сторону более негативной оценки).

Исходные социальные оценки обозначены в модели кругами с пунктирным контуром. Конечные оценки – кругами со сплошным контуром. Последние смещены относительно исходных (пунктирных) кругов в сторону позитивного или негативного полюса. Обозначения объектов социальной перцепции даны в кругах, символизирующих их конечную оценку. «Хороший» Другой обозначен как «Другой +», «плохой» Другой – как «Другой –», амбивалентный Другой – как «Другой ±». Стрелками обозначены направления смещения социальных оценок. Толщина стрелки символизирует большую или меньшую выраженность смещения.

На уровне объекта восприятия схематически отображен эффект конкуренции дихотомий. Показано, что «плохой» Другой, воспринимаемый как красивый и похожий на субъекта восприятия, начинает оцениваться более позитивно, а «хороший» Другой, воспринимаемый как некрасивый и не похожий на субъекта восприятия, – более негативно по сравнению с базовыми оценками «хорошего» и «плохого» Другого.

На уровне субъекта восприятия схематически отображен эффект перцептивного фокуса. Показано, что субъектный фокус социального сравнения, т.е. оценка *себя* по сравнению с Другим, создает выраженный эффект поляризации оценок Я и Другого, что выражается в позитивной предвзятости в пользу Я. Наоборот, объектный фокус социального сравнения, т.е. оценка *Другого* по

сравнению с собой, создает эффект деполяризации оценок Я и Другого, что снижает выраженность Я-предвзятости.

На уровне информационных сигналов схематически отображен эффект угрозы. Показано, во-первых, что негативная информация о Другом обладает большей значимостью в формировании базового отношения к нему, чем позитивная информация. Этот факт символически обозначен с помощью серой заливки кругов, обозначающих «плохого» Другого. Во-вторых, показано, что фоновое предъявление экстремально негативного объекта смещает оценки амбивалентного и «хорошего» Другого в сторону позитивного полюса.

В левой и правой части модели (со стороны объекта и субъекта восприятия соответственно) вертикальными стрелками представлена динамика низкоуровневых и высокоуровневых процессов обработки информации социального характера. Показано, что при снижении перцептивной четкости образа Другого, что символически отражено убывающей интенсивностью серого цвета в левой стрелке, возрастает роль когнитивных стилей (*top-down processes*) в процессе его стереотипизирующей категоризации (отражено возрастающей интенсивностью серого цвета в правой стрелке). Наоборот, при росте перцептивной четкости образа Другого роль когнитивных стилей в формировании стереотипных представлений о нем сходит на нет, подчиняясь логике низкоуровневых когнитивных процессов (*down-up processes*).

Полученные в исследованиях результаты представлены в модели на уровне недетализированного обобщения, без учета роли пола, типа сходства (объективного или субъективного), участия конкретных компонентов отношения (когнитивного, эмоционального, поведенческого) и др. в обнаруженной динамике.

Не претендуя на исчерпывающее описание, предложенная модель задает общую концепцию дальнейшего анализа процесса социальной перцепции с позиций функциональной динамики образующих ее дихотомий.

## 7.2. Перспективы исследований

Дальнейшие перспективы исследований процесса социальной перцепции в логике дихотомического и функционально-динамического подходов могут развиваться в логике доминирующих теорий личности, поведенческого анализа и когнитивных схем.

В качестве первого направления исследований можно обозначить восприятие личности Другого, представленного дихотомическими характеристиками диспозиционных черт (экстраверсии–интроверсии, нейротизма–стабильности и т.д.). Особый интерес, на наш взгляд, представляет логика социального вывода в условиях конкуренции полюсных характеристик черт, не несущих очевидно позитивных или негативных коннотаций. До сих пор восприятие личностных черт Другого в рамках социальной перцепции исследовалось безотносительно эгоцентрических и аллоцентрических дихотомий. Их совместное изучение в контексте функционального подхода могло бы прояснить социально-психологический смысл диспозиционных характеристик, выходящий за рамки представлений о наблюдаемости и социальной желательности отдельных черт.

В качестве второго перспективного направления можно назвать исследования информационных сигналов, релевантных целям социального взаимодействия. Эти цели могут быть заданы доменами детско-родительских, дружеских, романтических отношений, профессионального взаимодействия, психотерапевтического общения и т.д. Общий эффект угрозы, вызывающий динамику отношения, может быть рассмотрен через свои специфические проявления на уровне контекстных сигналов. В качестве таковых могут выступать, например, проявления социального неприятия или индифферентности, а также общий негативный информационный или эмоциональный фон, вызывающий недифференцированную тревогу.

Еще одно направление возможных исследований связано с анализом когнитивных механизмов социальной перцепции, включающим манипуляции разными аспектами фокуса внимания, а также ретроспективными

представлениями о социальных объектах. С учетом значимости автоматических когнитивных процессов в формировании социальных суждений мы предполагаем, что это направление открывает перспективы наиболее эффективного прогнозирования и управления впечатлением в области социального восприятия. В рамках перцептивной модели двух линз, предполагающей взаимодействие имплицитных и контролируемых сигналов на уровне их трансляции и восприятия, представляется интересным исследовать факторы, определяющие их взаимные переходы от неосознаваемых к осознаваемым проявлениям.

Наконец, традиционные для психологии исследования, связанные с индивидуальной обусловленностью процессов социальной перцепции, открывают еще одно направление исследований, позволяющее рассматривать диспозиционные характеристики субъекта восприятия, в частности, черты, мотивационную направленность, ценностные ориентации, особенности самоконтроля и преимущественные типы когнитивной обработки информации как факторы, обуславливающие динамику перцептивных дихотомий.

В целом представленная в работе концептуальная модель функциональной динамики перцептивных дихотомий встраивается в структурно-динамическую парадигму анализа социальных взаимодействий. Она позволяет предсказывать закономерные отклонения социального вывода в терминах динамического взаимодействия перцептивных дихотомий, которое обусловлено адаптивным характером социального поведения и функционирования когнитивных процессов. Данная модель носит рамочный характер и открывает перспективы исследования новых факторов динамики социальных суждений на разных уровнях системы социального взаимодействия.

## ИТОГОВЫЕ ВЫВОДЫ

Проведенное теоретико-эмпирическое исследование, основанное на дихотомическом и функционально-динамическом подходе к процессу социальной перцепции, позволяет сформулировать следующие основные выводы.

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 атрибутах.

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 контролируруемыми 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 нейтральной, 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.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

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 ту или иную динамику.

Идея функциональной динамики 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 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. Функциональная динамика дихотомических процессов в области социальной перцепции может выражаться в изменении суждений через усиление исходных социальных оценок, выбор альтернативного полюса отношения или тенденции к такому выбору. Схематически данную динамику можно представить как процессы гиперполяризации (расхождения), деполяризации (сближения) или инверсии полюсных дихотомий.

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. Многообразие таких факторов создает впечатление принципиальной непредсказуемости динамики отношения к социальному объекту. 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 психологии хорошо известны и эмпирически подтверждены отдельные концепции, описывающие механизмы перцептивных смещений. В нашей работе была предпринята попытка системного

описания процесса социальной перцепции с точки зрения его функциональных смещений на разных уровнях движения информации. Такой подход делает более реальной задачу повышения точности оценки Другого, поскольку позволяет вносить коррективы в базовые закономерности формирования отношения. Развивая метафору С. Фиск и др., можно сказать, что предсказание результата социального восприятия должно учитывать «поправку на ветер», которая компенсирует отклонение социальных оценок от их исходных позиций под воздействием функциональных психологических механизмов.

Разработанная нами модель функциональной динамики перцептивных дихотомий предлагает концептуальный каркас для рассмотрения процесса социальной перцепции в этом ключе. Модель представляет собой результат систематизации эмпирических фактов, раскрывающих закономерную динамику смещения дихотомических полюсов в пространстве позитивных и негативных оценок. Эффекты таких смещений обнаружены на уровне объекта, субъекта и информационных сигналов восприятия.

Показано, что на уровне объекта восприятия функциональная динамика социальных оценок Другого и отношения к нему определяется конкуренцией перцептивных дихотомий. При этом дихотомии эгоцентрического типа обладают большим весом в формировании социального вывода, чем аллоцентрические дихотомии. На уровне субъекта функциональная динамика оценок Другого определяется фокусными характеристиками восприятия. Смещение фокуса является фактором поляризации/деполяризации социального сравнения, а изменения его перцептивной четкости вызывают реципрокное взаимодействие процессов низкоуровневого и высокоуровневого типа при формировании стереотипного образа. На уровне информационных сигналов функциональная динамика оценок Другого определяется фактором угрозы. Связанная непосредственно с объектом восприятия, она захватывает перцептивное пространство, а включенная в перцептивный фон, выступает фактором смещения оценок нейтрального и положительного объекта по принципу контраста, т.е. в сторону более позитивного отношения.

Обнаруженные эффекты являются лишь примерами множества факторов, определяющих динамику перцептивной системы. Предложенная концептуальная модель должна рассматриваться не как итоговый, а как начальный этап анализа социальной перцепции в логике дихотомического и функционально-динамического подхода. Опираясь на структурные и структурно-динамические интегративные модели социального восприятия, она развивает исследования социальной перцепции с когнитивных позиций.

В качестве важнейшей и ближайшей задачи дальнейших исследований следует назвать эмпирическую апробацию разработанной модели на выборках другого возраста и социального статуса. Данные характеристики выборки, а также преобладание в ней респондентов женского пола следует отнести к ограничениям наших исследований.

**ЛИТЕРАТУРА**

1. Аверина, И.С., Щербланова, Е.И. Вербальный тест творческого мышления «Необычное использование». Пособие для школьных психологов / И.С. Аверина, Е.И. Щербланова. – М.: Соборъ, 1996. – 60 с.
2. Андреева, Г.М. Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений / Г.М. Андреева. – М.: Аспект Пресс, 2022. – 360 с.
3. Арндт, Х. Истоки тоталитаризма / Х. Арндт. – М.: ЦентрКом, 1951/1996. – 672 с.
4. Асмолов, А.Г. По ту сторону сознания. Методологические проблемы неклассической психологии / А.Г. Асмолов. – М.: Смысл, 2002. – 480 с.
5. 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. DOI: 10.17759/sps.2017080205
6. Балева, М.В. Влияние произвольной групповой самоидентификации на социальную перцепцию групп разного типа / М.В. Балева // Сибирский психологический журнал. – 2018. – №. 68. – С. 109–130. DOI: 10.17223/17267080/66/7
7. 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. – 2019а. – Т. 74. – С. 64–87. DOI: 10.17223/17267080/74/4
8. 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, 2019б. – С. 429–443.
9. Балева, М.В. Роль когнитивных стилей в процессе социальной перцепции конкретного и безличного Другого / М.В. Балева // Вестник Пермского

- университета. Философия. Психология. Социология. – 2020. – №. 1. – С. 106–117. DOI: 10.17072/2078-7898/2020-1-106-117
10. 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. DOI: 10.17759/sps.2022130303
  11. Балева, М.В. Особенности структуры текстов, содержащих информацию о социальных группах (по материалам контент-анализа Пермских СМИ) / М.В. Балева, В.А. Гасимова, Г.В. Ковалева // Актуальные вопросы психологии: Материалы XII Международной научно-практической конференции: Сборник научных трудов. – Краснодар, 2016. – С. 63–70.
  12. Балева, М.В. Когнитивные механизмы стереотипизации Другого / М.В. Балева, В.А. Гасимова, Г.В. Ковалева // Психологический журнал. – 2018. – Т. 39, № 3. – С. 78–90. DOI: 10.7868/S0205959218030054
  13. Балева, М.В., Ковалева, Г.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. – № 3. – С. 331–344. DOI: 10.17072/2078-7898/2019-3-331-344
  14. Балева, М.В., Ковалева, Г.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. DOI: 10.31857/S020595920018767-9
  15. 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. DOI: 10.28995/2073-6398-2019-2-51-76
  16. Балева, М.В., Корниенко, Д.С. Информационная предвзятость СМИ и политическая включенность личности как факторы оценки представителей этнических групп / М.В. Балева, Д.С. Корниенко // Вестник Пермского

- государственного института искусства и культуры. – 2011. – №. 10. – С. 123–133.
17. 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. DOI: 10.54359/ps.v16i87.1348
  18. Бардиер, Г.Л. Социальная психология толерантности: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.05 / Бардиер Галина Леонидовна. – Санкт-Петербург, 2007. – 457 с.
  19. Безменов, И.В. Взаимосвязь социальной перцепции с когнитивными стилями студентов вузов: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Безменов Иван Владимирович. – М., 2007. – 192 с.
  20. Белан, Е.А. Ситуационная активность личности как социально-психологический феномен: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.05 / Белан Елена Альбертовна. – М., 2022. – 439 с.
  21. Бенвенист, Э. Словарь индоевропейских социальных терминов / Э. Бенвенист. – М.: Прогресс–Универс, 1995. – 456 с.
  22. Благирев, М.М. Дихотомическое деление и дихотомический анализ в исследовании разнородных объектов / М.М. Благирев // Образовательные ресурсы и технологии. – 2022. – Т. 38, № 1. – С. 83–90.
  23. Бодалев, А.А. Восприятие и понимание человека человеком / А.А. Бодалев. – М.: Изд-во Московского университета, 1982. – 200 с.
  24. Воронцова, Т.А. Отношения к «своим/чужим», «близким/далеким» жителей городов разного типа / Т.А. Воронцова // Социальная психология и общество. – 2013. – Т. 4, № 4. – С. 81–94.
  25. Вундт, В. Введение в психологию / В. Вундт. – М.: URSS, 1911/2022. – 168 с.
  26. Гассенди, П. Метафизическое исследование, или сомнения и новые возражения против метафизики Декарта / П. Гассенди // Соч. в 2 т. – Т. 2. – М.: Мысль, 1966. – С. 391–491.

27. Гегель, Г.В.Ф. Феноменология духа / Г.В.Ф. Гегель. – М.: Азбука, 1807/2021. – 704 с.
28. Гельмгольц, Г. О восприятии вообще (1910) / Г. Гельмгольц // Психология ощущений и восприятия / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.В. Любимова, М.Б. Михалевской. – М.: ЧеРо, 2002. – С. 21–46.
29. Гоббс, Т. Левиафан, или материя, форма и власть государства церковного и гражданского / Т. Гоббс. – М.: Азбука, 1651/2022. – 704 с.
30. Гудков, Л.Д. Идеологема врага. «Враги» как массовый синдром и механизм социокультурной интеграции / Л.Д. Гудков (сост.) // Образ врага / Под ред. Н.А. Конрадовой. – М.: ОГИ, 2005. – С. 7–72.
31. Гурина, О.Д. Психологические особенности формирования ксенофобских установок [Электронный ресурс] / О.Д. Гурина // Психология и право. – 2011. – Т. 1, № 4. URL: [https://psyjournals.ru/journals/psylaw/archive/2011\\_n4/49301](https://psyjournals.ru/journals/psylaw/archive/2011_n4/49301) (дата обращения: 02.08.2023).
32. Гуров, С.И. Булевы алгебры, упорядоченные множества, решетки: Определения, свойства, примеры / С.И. Гуров. – М.: Либроком, 2021. – 352 с.
33. Декарт, Р. Разыскание истины / Р. Декарт. – СПб.: Азбука, 1641/2000. – 284 с.
34. Деррида, Ж. О грамматиологии / Ж. Деррида. – М.: Ад Маргинем, 1967/2000. – 512 с.
35. Деррида, Ж. Писание и различие / Ж. Деррида. – СПб.: Академический проект, 1967/2007. – 495 с.
36. Джеймс, У. Психология / У. Джеймс. – М.: РИПОЛ классик, 1892/2020. – 616 с.
37. Докинз, Р. Эгоистичный ген / Р. Докинз. – М.: АСТ; CORPUS, 1976/2022. – 512 с.
38. Дормашев, Ю.Б., Романов, В.Я. Психология внимания / Ю.Б. Дормашев, В.Я. Романов. – М.: Тривола, 1995. – 347 с.
39. Дорфман, Л.Я. Метаиндивидуальный мир: методологические и теоретические проблемы / Л.Я. Дорфман. – М.: Смысл, 1993. – 456 с.



40. Дорфман, Л.Я. Каузальный плюрализм и холизм в концепции метаиндивидуального мира / Л.Я. Дорфман // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2016. – Т. 13, № 1. – С. 115–153. DOI: 10.17323/1813-8918-2016-1-115-153
41. Дорфман, Л.Я. Диверсификация и интеграция поля «Я» в контексте концепции метаиндивидуального мира / Л.Я. Дорфман // Психологический журнал. – 2019. – Т. 40, № 1. – С. 38–46. DOI: 10.31857/S020595920002247-7
42. Егорова, М.С. Адаптация Короткого опросника Темной триады / М.С. Егорова, М.А. Ситникова, О.В. Паршикова // Психологические исследования. – 2015. – Т. 8, № 43. – С. 1. DOI: 10.54359/ps.v8i43.1052
43. Жеребило Т.В. Словарь лингвистических терминов. – Назрань: Пилигрим, 2010. – 609 с.
44. Журавлева, Н.А. Социально-психологические факторы толерантного отношения к взглядам и мнениям других людей / Н.А. Журавлева // Психологический журнал. – 2017. – Т. 38, № 2. – С. 32–43.
45. Зверева, М.А. Психологические особенности взаимосвязи этнических автостереотипов и этнической идентичности в подростковом возрасте / М.А. Зверева // Психологическая наука и образование. – 2010. – Т. 2, № 3. – С. 98–108.
46. Иллуз, Е. Почему любовь ранит? Социологическое объяснение / Е. Иллуз. – Москва; Берлин: Директмедиа Паблишинг, 2020. – 400 с.
47. Исаев, Д.Д. Деконструкция гетеронормативной матрицы / Д.Д. Исаев // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2016. – Т. 13, № 1. – С. 9–26. DOI: 10.17323/1813-8918-2016-1-9-26
48. Кавизина, К.Н. Специфика когнитивной составляющей профессиональной идентичности будущих психологов / К.Н. Кавизина // Научные исследования и образование. – 2016. – Т. 23, № 3. – С. 14–20.
49. Канеман, Д. Думай медленно... решай быстро / Д. Канеман. – М.: АСТ, 2018. – 653 с.

50. Кант, И. Прелегомены. Основы метафизики нравственности / И. Кант. – М.: Азбука, 1785/2021. – 320 с.
51. Карабанова, О.А. Социальная ситуация развития как преодоление дихотомии «личность – среда» / О.А. Карабанова // Психологические исследования. – 2014. – Т. 7, № 36. – С. 10. DOI: 10.54359/ps.v7i36.609
52. Карнышев, А.Д. Феномены межэтнического взаимодействия и межкультурная компетентность / А.Д. Карнышев // Сибирский психологический журнал. – 2008. – № 28. – С. 21–28.
53. Килина, Е.С. Репрезентация ментальных расстройств как концепции «Другого» в кинематографе / Е.С. Килина // Место и голос: практики Другого в искусстве / Науч. ред. Т.А. Круглова, Л.М. Немченко. – СПб.: Лимбус Пресс, ООО «Издательство К. Тублина», 2022. – С. 284–302.
54. Клочков, В.П., Зайцев, А.В. Научные предпосылки возникновения междисциплинарного дихотомического подхода / В.П. Клочков, А.В. Зайцев // Теория и практика общественного развития. – 2013. – № 8. – С. 353–356.
55. Козелецкий, Ю. Психологическая теория решений / Ю. Козелецкий. – М.: Прогресс, 1979. – 504 с.
56. Колга, В.А. Дифференциально-психологическое исследование когнитивного стиля и обучаемости: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Колга Вольдемар Альбертович. – Л., 1976. – 164 с.
57. Корниенко, Д.С. 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. DOI: 10.54359/ps.v11i62.248
58. Корнилова, Т.В. Перспективы динамической парадигмы в психологии выбора / Т.В. Корнилова // Психологические исследования. – 2014. – Т. 7, № 36. – С. 2. DOI: 10.54359/ps.v7i36.611
59. Корнилова, Т.В., Смирнов, С.Д. Методологические основы психологии / Т.В. Корнилова, С.Д. Смирнов. – СПб.: Питер, 2006. – 320 с.

60. Корнилова, Т.В., Чумакова, М.А. Шкалы толерантности и интолерантности к неопределенности в модификации опросника С. Баднера / Т.В. Корнилова, М.А. Чумакова // Экспериментальная психология. – 2014. – Т. 7, № 1. – С. 92–110.
61. Костина, Д.И. Условия возникновения негативного прайминг-эффекта / Д.И. Костина // Вестник СПбГУ. Психология и педагогика. – 2017. – Т. 7, № 1. – С. 55–65. DOI: 10.21638/11701/spbu16.2017.1
62. Костригин, А.А., Петренко, В.Ф. Оценочный прайминг как перспективный метод анализа бессознательных личностных установок: обзор зарубежных исследований / А.А. Костригин, В.Ф. Петренко // Ярославский педагогический вестник. – 2020. – Т. 1, № 112. – С. 132–147. DOI: 10.20323/1813-145X-2020-1-112-131-147
63. Красавцева, Ю.В., Корнилова, Т.В. Нарциссизм как «светлый» аспект в Темной Триаде / Ю.В. Красавцева, Т.В. Корнилова // Консультативная психология и психотерапия. – 2019. – Т. 27, № 4. – С. 65–80. DOI: 10.17759/cpp.2019270405
64. Кулапин, Б.В. Дихотомия «Я» и «не-Я»: феномен и сущность: дис. ... канд. филос. наук: 09.00.01 / Кулапин Борис Вадимович. – Саратов, 2011. – 118 с.
65. Лабунская, В.А. «Видимый человек» как социально-психологический феномен / В.А. Лабунская // Социальная психология и общество. – 2010. – Т. 1, № 1. – С. 26–39.
66. Лабунская, В.А. Образ врага в межличностном общении / В.А. Лабунская // Социальная психология и общество. – 2013. – Т. 4, № 3. – С. 52–64.
67. Лабунская, В.А. Теоретико-эмпирические подходы к исследованию отношения к этнолукизму / В.А. Лабунская // Социальная психология и общество. – 2016. – Т. 7, № 4. – С. 19–33. DOI: 10.17759/sps.2016070402
68. Леви-Стросс, К. Структурная антропология / К. Леви-Стросс. – М.: Академический проект, 1964/2008. – 556 с.
69. Лейбниц, Г.В. Монадология / Г.В. Лейбниц. – М.: Рипол-Классик, 1714/2022. – 200 с.

70. Леонова, И.Ю. Влияние межличностного доверия на восприятие «другого» в конфликте / И.Ю. Леонова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Психология». – 2015. – Т. 8, № 1. – С. 43–49.
71. Леонтьев, А.Н. Деятельность. Сознание. Личность / А.Н. Леонтьев. – М.: Политиздат, 1977. – 304 с.
72. Локк, Дж. Два трактата о правлении / Дж. Локк. – Челябинск: Социум, 1689/2014. – 374 с.
73. Маркс, К., Энгельс, Ф. Манифест коммунистической партии. Принципы коммунизма / К. Маркс, Ф. Энгельс. – М.: Эксмо, 1848/2022. – 320 с.
74. Милль, Дж. О гражданской свободе / Дж. Милль. – М.: URSS, 1859/2021. – 240 с.
75. Милль, Дж. Утилитаризм / Дж. Милль. – Ростов н/Д.: Донской издательский дом, 1861/2013. – 240 с.
76. Молчанова, Е.А. Психологические факторы изменения образа «своих», опосредующего отношение к «другим»: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Молчанова Екатерина Александровна. – Казань, 2015. – 226 с.
77. Назаров, В.И. Структурно-функциональное моделирование социально-перцептивных процессов в управлении: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.05 / Назаров Владимир Иванович. – Иваново, 2000. – 391 с.
78. Нозик, Р. Анархия, государство и утопия / Р. Нозик. – М.: ИРИСЭН, 1974/2019. – 424 с.
79. Носова, П.А., Федоров, А.А. Красота в психологии: библиометрический анализ / П.А. Носова, А.А. Федоров // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. – 2022. – Т. 19, № 3. – С. 592–606. DOI: 10.22363/2313-1683-2022-19-3-592-606
80. Ожегов, С.И. Толковый словарь русского языка / С.И. Ожегов. – М.: АСТ, 2022. – 1360 с.
81. Осницкий, А.К. Определение характеристик социальной адаптации / А.К. Осницкий // Психология и школа. – 2004. – № 1. – С. 43–56.

82. Панчехина, Н.Н. Связь агрессивности личности и особенностей социальной перцепции / Н.Н. Панчехина // Личность в природе и обществе / под ред. А.В. Иващенко, А.В. Гагарина. – М.: Российский университет дружбы народов, 2010. – С. 71–73.
83. Печенкова, Е.В., Фаликман, М.В. Решение перцептивной задачи как взаимодействие между восходящими и нисходящими процессами переработки зрительной информации / Е.В. Печенкова, М.В. Фаликман // Теоретическая и экспериментальная психология. – 2010. – Т. 3, № 3. – С. 52–65.
84. Пиаже, Ж., Инхельдер, Б. Психология ребенка / Ж. Пиаже, Б. Инхельдер. – М.: Питер, 2003/1983. – 159 с.
85. Питолин, Д.В. Метафорическое моделирование концепта «чужой» в рамках дихотомии «свой-чужой» в сборнике рассказов Дж. Диаса “This is how you lose her” / Д.В. Питолин // Материалы V международной научно-практической конференции-форума «Языковое образование сегодня – векторы развития» (17–18 апреля 2014 г.) / под ред. О.П. Казаковой, Е.С. Надточевой, Д.А. Старковой, Е.В. Шустровой. – Екатеринбург: Уральский государственный педагогический университет, 2014. – С. 211–216.
86. Погонцева, Д.В. Красивая женщина: социально-демографический анализ представлений / Д.В. Погонцева // Социальная психология и общество. – 2011. – Т. 2, № 1. – С. 73–82.
87. Погонцева, Д.В. Виды дискриминации по внешнему облику / Д.В. Погонцева // Психология и психотехника. – 2013. – Т. 9, № 60. – С. 858–861. DOI: 10.7256/2070-8955.2013.9.9106
88. Погонцева, Д.В., Лабунская, В.А. Лукизм: лицо, тело, душа / Д.В. Погонцева, В.А. Лабунская // Лицо человека в пространстве общения / отв. ред. К.И. Ананьева, В.А. Барабанщиков, А.А. Демидов. – М.: Московский институт психоанализа; Когито-Центр, 2016. – С. 56–72.
89. Погонцева, Д.В., Прокопьева, А.Е. Принятие дискриминационного поведения по отношению к женщинам с различным этнокультурным оформлением

- внешнего облика: возрастной аспект / Д.В. Погонцева, А.Е. Прокопьева // *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. 794–799.
90. Потанина, Е.А. Проблема стигматизации и романтизации психических расстройств в современном обществе / Е.А. Потанина // *Социология в современном мире: наука, образование, творчество*. – 2021. – № 13. – С. 171–174.
91. Раев, В.К. Дихотомический метод уменьшения информационной неопределенности / В.К. Раев // *Перспективы науки и образования*. – 2017. – Т. 2, № 26. – С. 7–11.
92. Рассказова, Е.И., Мигунова, Ю.М. Позитивный и негативный прайминг как фактор возникновения телесных ощущений в норме (на примере ощущений в области головы и шеи) / Е.И. Рассказова, Ю.М. Мигунова // *Экспериментальная психология*. – 2018. – Т. 11, № 3. – С. 94–107. DOI: 10.17759/exppsy.2018110307
93. Росс, Л., Нисбетт, Р. Человек и ситуация / Л. Росс, Р. Нисбетт. – М.: Аспект Пресс, 1999. – 429 с.
94. Руднев, В.П. Энциклопедический словарь культуры XX века / В.П. Руднев. – М.: Аграф, 1997. – 608 с.
95. Руссо, Ж.-Ж. Об общественном договоре, или принципы политического права / Ж.-Ж. Руссо. – М.: ЮРАЙТ, 1762/2018. – 147 с.
96. Рягузова, Е.В. Личностные репрезентации взаимодействия «Я – Другой»: социально-психологический анализ: дис. ... д-ра психол. наук: 19.00.05 / Рягузова Елена Владимировна. – Саратов, 2012. – 470 с.
97. Савельева, О.А. Типы репрезентаций пространственной информации в рабочей памяти: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Савельева Ольга Александровна. – М., 2022. – 236 с.

98. Сергиенко, Е.А. Восприятие и действие: взгляд на проблему с позиций онтогенетических исследований / Е.А. Сергиенко // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2004. – Т. 1, № 2. – С. 16–38.
99. Слюсарева, Н.А. Теория Ф. де Соссюра в свете современной лингвистики / Н.А. Слюсарева. – М.: Наука, 1975. – 112 с.
100. Смит, А. Исследование о природе и причинах богатства народов / А. Смит. – М.: АСТ, 1776/2022. – 1072 с.
101. Соколова, Е.Е. Как А.Н. Леонтьев оживил спинозизм в марксистской психологии, или о неявном философском основании теории деятельности / Е.Е. Соколова // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2019. – Т. 16, № 4. – С. 654–673. DOI: 10.17323/1813-8918-2019-4-654-673
102. Спиноза, Б. Этика / Б. Спиноза. – М.: Азбука, 1677/2021. – 336 с.
103. Степанов, Ю.С. Константы. Словарь русской культуры / Ю.С. Степанов. – М.: Академический проект, 2004. – 992 с.
104. Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология / Т.Г. Стефаненко. – М.: ИП РАН, Академический проект, 1999. – 320 с.
105. Тимощук, Е.А. Феноменологическая модель познания / Е.А. Тимощук // Humanitarian Vector. – 2019. – Т. 14, № 4. – С. 115–124. DOI: 10.21209/1996-7853-2019-14-4-115-124
106. Урманцев, Ю.А. Общая теория систем / Ю.А. Урманцев. – М.: USRR, 2021. – 400 с.
107. Фаликман, М.В., Койфман, А.Я. Виды прайминга в исследованиях восприятия и перцептивного внимания / М.В. Фаликман, А.Я. Койфман // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 2005. – № 3. – С. 86–97.
108. Фромм, Э. Бегство от свободы / Э. Фромм. – М.: Издательская группа «Прогресс», МПСИ, 1941/2006. – 248 с.
109. Фромм, Э. Душа человека. Ее способность к добру и злу / Э. Фромм. – М.: Республика, 1964/1992. – 430 с.
110. Харари, Ю.Н. Sapiens. Краткая история человечества / Ю.Н. Харари. – М.: Синдбад, 2021. – 520 с.

111. Холодная, М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума / М.А. Холодная. – СПб.: Питер, 2004. – 384 с.
112. Хьелл, Л., Зигглер, Д. Теории личности: Основные положения, исследования и применение / Л. Хьелл, Д. Зигглер. – СПб.: Питер Пресс, 1997. – 608 с.
113. Чепракова, Е.А. Устойчивые формы агрессии у современных подростков: результаты лонгитюдного исследования / Е.А. Чепракова // Психологическая наука и образование. – 2011. – Т. 3, № 3. – С. 141–150.
114. Чистопольская, А.В. Представление о высокоуровневых и низкоуровневых процессах в когнитивной психологии. Теория изменения репрезентации С. Ольссона с позиции уровня подхода / А.В. Чистопольская, Н.Ю. Лазарева, П.Н. Маркина, И.Ю. Владимиров // Вестник ЯрГУ. Серия Гуманитарные науки. – 2019. – Т. 3, № 49. – С. 94–101.
115. Шипилов, А.В. «Свои», «чужие» и другие / А.В. Шипилов. – М.: Прогресс–Традиция, 2008. – 568 с.
116. Шишкина, И.А. Особенности восприятия другого человека интеллектуально одаренными подростками / И.А. Шишкина // Сибирский психологический журнал. – 2012. – № 43. – С. 43–47.
117. Штихве, Р. Амбивалентность, индифферентность и социология чужого / Р. Штихве // Социология и социальная антропология. – 1998. – Т. 1, № 1. – С. 41–52.
118. Щебетенко, С.А. Восприятие иммигрантов россиянами: эффекты когнитивной нагрузки, стереотипности и черт личности / С.А. Щебетенко // Психологический журнал. – 2010. – Т. 31, № 2. – С. 28–38.
119. Щебетенко, С.А. Стереотип и социальная угроза как факторы восприятия иммигрантов русскими / С.А. Щебетенко, М.В. Балева, Д.С. Корниенко // Вестник Пермского государственного института искусства и культуры. – 2007. – Т. 3, № 1. – С. 57–69.
120. Adam, A. Beauty is in the eye of the beautiful: Enhanced eyelashes increase perceived health and attractiveness / A. Adam // Evolutionary behavioral sciences. – 2021. – Vol. 15, № 4. – P. 356–367. DOI: 10.1037/ebs0000192



121. Adorno, T.W. The authoritarian personality / T.W. Adorno, E. Frenkel-Brunswik, D.J. Levinson, R.N. Sanford. – New York: Harpers, 1950. – 1072 p.
122. Alaei, R. People attribute humanness to men and women differently based on their facial appearance / R. Alaei, J.C. Deska, K. Hugenberg, N.O. Rule // Journal of personality and social psychology. – 2022. – Vol. 123, № 2. – P. 400–422. DOI: 10.1037/pspi0000364
123. Alexopoulos, T. I, me, mine: Automatic attentional capture by self-related stimuli / T. Alexopoulos, D. Muller, F. Ric, C. Marendaz // European journal of social psychology. – 2012. – Vol. 42, № 6. – P. 770–779. DOI: 10.1002/ejsp.1882
124. Alicke, M.D. Global self-evaluation as determined by the desirability and controllability of trait adjectives / M.D. Alicke // Journal of personality and social psychology. – 1985. – Vol. 49, № 6. – P. 1621–1630. DOI: 10.1037/0022-3514.49.6.1621
125. Alicke, M.D. Personal contact, individuation, and the better-than-average effect / M.D. Alicke, M.L. Klotz, D.L. Breitenbecher, T.J. Yurak, D.S. Vredenburg // Journal of personality and social psychology. – 1995. – Vol. 68, № 5. – P. 804–825. DOI:10.1037/0022-3514.68.5.804
126. Allport, G.W. The nature of prejudice / G.W. Allport. – Garden City, NY: Doubleday, 1954. – 537 p.
127. Allport, G.W. The person in psychology: Selected essays / G.W. Allport. – Boston: Beacon Press, 1968. – 440 p.
128. Amabile, T.M., Glazebrook, A.H. A negativity bias in interpersonal evaluation / T.M. Amabile, A.H. Glazebrook // Journal of experimental social psychology. – 1982. – Vol. 18, № 1. – P. 1–22. DOI: 10.1016/0022-1031(82)90078-6
129. Ambady, N. The perils of pondering: Intuition and thin slice judgments / N. Ambady // Psychological Inquiry. – 2010. – Vol. 21, № 4. – P. 271–278. DOI: 10.1080/1047840X.2010.524882
130. Ames, D.R. Strategies for social inference: a similarity contingency model of projection and stereotyping in attribute prevalence estimates / D.R. Ames // Journal

- of personality and social psychology. – 2004. – Vol. 87, № 5. – P. 573–585. DOI: 10.1037/0022-3514.87.5.573
131. Amodio, D.M. Alternative mechanisms for regulating racial responses according to internal vs external cues / D.M. Amodio, J.T. Kubota, E. Harmon-Jones, P.G. Devine // *Social cognitive and affective neuroscience*. – 2006. – Vol. 1, № 1. – P. 26–36. DOI: 10.1093/scan/nsl002
132. Anderson, C. Kilduff, G.J. Why do dominant personalities attain influence in face-to-face groups? The competence-signaling effects of trait dominance / C. Anderson, G.J. Kilduff // *Journal of personality and social psychology*. – 2009. – Vol. 96, № 2. – P. 491–503. DOI: 10.1037/a0014201
133. Anderson, E. The visual impact of gossip / E. Anderson, E.H. Siegel, E. Bliss-Moreau, L.F. Barrett // *Science (New York, N.Y.)*. – 2011. – Vol. 332, № 6036. – P. 1446–1448. DOI: 10.1126/science.1201574
134. Anderson, J.R. The development of self-recognition: a review / J.R. Anderson // *Developmental psychobiology*. – 1984. – Vol. 17, № 1. – P. 35–49. DOI: 10.1002/dev.420170104
135. Anderson, N.H. Integration theory applied to cognitive responses and attitudes / N.H. Anderson // *Cognitive responses in persuasion* / R. Petty, T.M. Ostrom, T.C. Brock (Eds.). – New York: Psychology Press, 2014. – P. 361–397. DOI: 10.4324/9781315803012
136. Aslin, R.N., Newport, E.L. Statistical learning: From acquiring specific items to forming general rules / R.N. Aslin, E.L. Newport // *Current directions in psychological science*. – 2012. – Vol. 21, № 3. – P. 170–176. DOI: 10.1177/0963721412436806
137. Awh, E. Top-down versus bottom-up attentional control: A failed theoretical dichotomy / E. Awh, A.V. Belopolsky, J. Theeuwes // *Trends in cognitive sciences*. – 2012. – Vol. 16, № 8. – P. 437–443. DOI: 10.1016/j.tics.2012.06.010
138. Back, M.D. Nestler, S. Accuracy of judging personality / M.D. Back, S. Nestler // *The social psychology of perceiving others accurately* / J.A. Hall, M.S. Mast,

- T.V. West (Eds.). – Cambridge University Press, 2016. – P. 98–124. DOI: 10.1017/CBO9781316181959.005
139. Bago, B. Intuition rather than deliberation determines selfish and prosocial choices / B. Bago, J.-F. Bonnefon, W. De Neys // *Journal of experimental psychology: General*. – 2021. – Vol. 150, № 6. – P. 1081–1094. DOI: 10.1037/xge0000968
140. Baumeister, R.F. The self / R.F. Baumeister // *The handbook of social psychology* / D.T. Gilbert, S.T. Fiske, G. Lindzey (Eds.). – Boston, MA: McGraw-Hill, 1998. – P. 680–740.
141. Baumeister, R.F. Bad is stronger than good / R.F. Baumeister, E. Bratslavsky, C. Finkenauer, K.D. Vohs // *Review of general psychology*. – 2001. – Vol. 5, № 4. – P. 323–370. DOI: 10.1037/1089-2680.5.4.323
142. Bechara, A. Decision making, impulse control and loss of willpower to resist drugs: A neurocognitive perspective / A. Bechara // *Nature Neuroscience*. – 2005. – Vol. 8, № 11. – P. 1458–1463. DOI: 10.1038/nn1584
143. Bem, D.J. Self-perception: An alternative interpretation of cognitive dissonance phenomena / D.J. Bem // *Psychological Review*. – 1967. – Vol. 74, № 3. – P. 183–200. DOI: 10.1037/h0024835
144. Berg, C.A., Sternberg, R.J. Adults' conceptions of intelligence across the adult life span / C.A. Berg, R.J. Sternberg // *Psychology and aging*. – 1992. – Vol. 7, № 2. – P. 221–231. DOI: 10.1037//0882-7974.7.2.221
145. Bergsieker, H.B. To be liked versus respected: Divergent goals in interracial interactions / H.B. Bergsieker, J.N. Shelton, J.A. Richeson // *Journal of personality and social psychology*. – 2010. – Vol. 99, № 2. – P. 248–264. DOI: 10.1037/a0018474
146. Bettencourt, B.A. Status differences and in-group bias: A meta-analytic examination of the effects of status stability, status legitimacy, and group permeability / B.A. Bettencourt, K. Charlton, N. Dorr, D.L. Hume // *Psychological bulletin*. – 2001. – Vol. 127, № 4. – P. 520–542. DOI: 10.1037//0033-2909.127.4.520

147. Bianchi, M. What do you mean by “European”? Evidence of spontaneous ingroup projection / M. Bianchi, A. Mummendey, M.C. Steffens, V. Yzerbyt // *Personality and social psychology bulletin*. – 2010. – Vol. 36, № 7. – P. 960–974. DOI: 10.1177/0146167210367488
148. Bickart, K.C. Amygdala volume and social network size in humans / C.I. Wright, R.J. Dautoff, B.C. Dickerson, L.F. Barrett // *Nature neuroscience*. – 2011. – Vol. 14, № 2. – P. 163–164. DOI: 10.1038/nn.2724
149. Blair, I.V., Banaji, M.R. Automatic and controlled processes in stereotype priming / I.V. Blair, M.R. Banaji // *Journal of personality and social psychology*. – 1996. – Vol. 70, № 6. – P. 1142–1163. DOI: 10.1037/0022-3514.70.6.1142
150. Blass, E.M. Classical conditioning in newborn humans 2–48 hours of age / E.M. Blass, J.R. Ganchrow, J.E. Steiner // *Infant behavior & development*. – 1984. – Vol. 7, № 2. – P. 223–235. DOI: 10.1016/S0163-6383(84)80060-0
151. Bleda, P.R. Toward a clarification of the role of cognitive and affective processes in the similarity-attraction relationship / P.R. Bleda // *Journal of personality and social psychology*. – 1974. – Vol. 29, № 3. – P. 368–373. DOI: 10.1037/h0036003
152. Boer, D., Fischer, R. How and when do personal values guide our attitudes and sociality? Explaining cross-cultural variability in attitude–value linkages / D. Boer, R. Fischer // *Psychological bulletin*. – 2013. – Vol. 139, № 5. – P. 1113–1147. DOI: 10.1037/a0031347
153. Bond, C.F., Brockett, D.R. A social context-personality index theory of memory for acquaintances / C.F. Bond, D.R. Brockett // *Journal of personality and social psychology*. – 1987. – Vol. 52, № 6. – P. 1110–1121. DOI: 10.1037/0022-3514.52.6.1110
154. Borkeuau, P., Liebler, A. Convergence of stranger ratings of personality and intelligence with self-ratings, partner ratings, and measured intelligence / P. Borkeuau, A. Liebler // *Journal of personality and social psychology*. – 1993. – Vol. 65, № 3. – P. 546–553. DOI: 10.1037/0022-3514.65.3.546

155. Borkenau, P., Liebler, A. Observable attributes as manifestations and cues of personality and intelligence / P. Borkenau, A. Liebler // *Journal of personality*. – 1995. – Vol. 63, № 1. – P. 1–25. DOI: 10.1111/j.1467-6494.1995.tb00799.x
156. Borkenau, P. Thin slices of behavior as cues of personality and intelligence / P. Borkenau, N. Mauer, R. Riemann, F.M. Spinath, A. Angleitner // *Journal of personality and social psychology*. – 2004. – Vol. 86, № 4. – P. 599–614. DOI: 10.1037/0022-3514.86.4.599
157. Bornstein, R.F. Exposure and affect: Overview and meta-analysis of research, 1968–1987 / R.F. Bornstein // *Psychological bulletin*. – 1989. – Vol. 106, № 2. – P. 265–289. DOI: 10.1037/0033-2909.106.2.265
158. Braem, S., Egner, T. Getting a grip on cognitive flexibility / S. Braem, T. Egner // *Current directions in psychological science*. – 2018. – Vol. 27, № 6. – P. 470–476. DOI: 10.1177/0963721418787475
159. Brambilla, M.. Looking for honesty: The primary role of morality (vs. sociability and competence) in information gathering / M. Brambilla, P. Rusconi, S. Sacchi, P. Cherubini // *European journal of social psychology*. – 2011. – Vol. 41, № 2. – P. 135–143. DOI: 10.1002/ejsp.744
160. Brewer, M.B. A dual process model of impression formation / M.B. Brewer // *A dual process model of impression formation* / T.K. Srull, R.S. Wyer Jr. (Eds.). – Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1988. – №. 1. – P. 1–36.
161. Brewer, M.B. The social self: On being the same and different at the same time / M.B. Brewer // *Personality and social psychology bulletin*. – 1991. – Vol. 17, № 5. – P. 475–482. DOI: 10.1177/0146167291175001
162. Brewer, M.B. The importance of being we: Human nature and intergroup relations / M.B. Brewer // *American psychologist*. – 2007. – Vol. 62, № 8. – P. 728–738. DOI: 10.1037/0003-066X.62.8.728
163. Bruce, N.D., Tsotsos, J.K. Saliency, attention, and visual search: an information theoretic approach / N.D. Bruce, J.K. Tsotsos // *Journal of vision*. – 2009. – Vol. 9, № 3. – P. 1–24. DOI: 10.1167/9.3.5

164. Brunswik, E. Perception and the representative design of psychological experiments / E. Brunswik. – University of California Press, 1956. – 154 p.
165. Budner, S. Intolerance of ambiguity as a personality variable / S. Budner // Journal of personality. – 1962. – Vol. 30, № 1. – P. 29–50. DOI: 10.1111/j.1467-6494.1962.tb02303.x
166. Buehler, R. Exploring the “planning fallacy”: Why people underestimate their task completion times / R. Buehler, D. Griffin, M. Ross // Journal of personality and social psychology. – 1994. – Vol. 67, № 3. – P. 366–381. DOI: 10.1037/0022-3514.67.3.366
167. Byrne, D. Interpersonal attraction and attitude similarity / D. Byrne // The journal of abnormal and social psychology. – 1961. – Vol. 62, № 3. – P. 713–715. DOI: 10.1037/h0044721
168. Byrne, D. The Attraction Paradigm. / D. Byrne. – New York: Academic Press, 1971. – 474 p.
169. Call, J., Tomasello, M. Does the chimpanzee have a theory of mind? 30 years later / J. Call, M. Tomasello // Trends in cognitive sciences. – 2008. – Vol. 12, № 5. – P. 187–192. DOI: 10.1016/j.tics.2008.02.010
170. Chaiken, S. Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion / S. Chaiken // Journal of personality and social psychology. – 1980. – Vol. 39, № 5. – P. 752–766. DOI: 10.1037/0022-3514.39.5.752
171. Chapdelaine, A. Matchmaker, matchmaker, can you make me a match? Predicting liking between two unacquainted persons / A. Chapdelaine, D.A. Kenny, K.M. LaFontana // Journal of personality and social psychology. – 1994. – Vol. 67, № 1. – P. 83–91. DOI: 10.1037/0022-3514.67.1.83
172. Chartrand, T.L., Bargh, J.A. The chameleon effect: The perception–behavior link and social interaction / T.L. Chartrand, J.A. Bargh // Journal of personality and social psychology. – 1999. – Vol. 76, № 6. – P. 893–910. DOI: 10.1037/0022-3514.76.6.893

173. Chen, S., Chaiken, S. The heuristic-systematic model in its broader context / S. Chen, S. Chaiken // *Dual-process theories in social psychology* / S. Chaiken, Y. Trope (Eds.). – Guilford Press, 1999. – P. 73–96.
174. Chen, W. Beauty hinders attention switch in change detection: the role of facial attractiveness and distinctiveness / W. Chen, C.H. Liu, K. Nakabayashi // *PloS one*. – 2012. – Vol. 7, № 2. – Art. e32897. DOI: 10.1371/journal.pone.0032897
175. Cheng, Y.D. Classifying adults' and children's faces by sex: computational investigations of subcategorical feature encoding / Y.D. Cheng, A.J. O'Toole, H. Abdi // *Cognitive science*. – 2001. – Vol. 25, № 5. – P. 819–838. DOI: 10.1016/S0364-0213(01)00054-4
176. Chikkerur, S. What and where: A Bayesian inference theory of attention / S. Chikkerur, T. Serre, C. Tan, T. Poggio // *Vision research*. – 2010. – Vol. 50, № 22. – P. 2233–2247. DOI: 10.1016/j.visres.2010.05.013
177. Choi, I. Causal attribution across cultures: Variation and universality / I. Choi, R.E. Nisbett, A. Norenzayan // *Psychological bulletin*. – 1999. – Vol. 125, № 1. – P. 47–63. DOI: 10.1037/0033-2909.125.1.47
178. Choi, J.K., Bowles, S. The coevolution of parochial altruism and war / J.K. Choi, S. Bowles // *Science (New York, N.Y.)*. – 2007. – Vol. 318, № 5850. – P. 636–640. DOI: 10.1126/science.1144237
179. Clark, A. Perceiving as predicting / A. Clark // *Perception and its modalities*. – Oxford University Press, 2015. – P. 23–43.
180. Coats, S. Overlapping mental representations of self and in-group: Reaction time evidence and its relationship with explicit measures of group identification / S. Coats, E.R. Smith, H.M. Claypool, M.J. Banner // *Journal of experimental social psychology*. – 2000. – Vol. 36, № 3. – P. 304–315. DOI: 10.1006/jesp.1999.1416
181. Collins, R.L. Among the better ones: Upward assimilation in social comparison / R.L. Collins // *Handbook of social comparison: Theory and research* / J. Suls, L. Wheeler (Eds.). – New York, NY: Kluwer Academic – Plenum Press Publishers, 2000. – P. 141–158. DOI: 10.1007/978-1-4615-4237-7\_9

182. Comfort, W.E. Implicit responses in the judgment of attractiveness in faces with differing levels of makeup / W.E. Comfort, B.N. de Andrade, T.S.H. Wingenbach, D. Causeur, P.S. Boggio // *Psychology of aesthetics, creativity, and the arts*. – 2023. – Vol. 17, № 1. – P. 29–42. DOI: 10.1037/aca0000408
183. Conrey, F.R. Separating multiple processes in implicit social cognition: The quad model of implicit task performance / F.R. Conrey, J.W. Sherman, B. Gawronski, K. Hugenberg, C.J. Groom // *Journal of personality and social psychology*. – 2005. – Vol. 89, № 4. – P. 469–487. DOI: 10.1037/0022-3514.89.4.469
184. Constable, M.D. Affective compatibility with the self modulates the self-prioritisation effect / M.D. Constable, M.L. Becker, Y.I. Oh, G. Knoblich // *Cognition & emotion*. – 2021. – Vol. 35, № 2. – P. 291–304. DOI: 10.1080/02699931.2020.1839383
185. Cook, D., Kesner, R.P. Caudate nucleus and memory for egocentric localization / D. Cook, R.P. Kesner // *Behavioral & neural biology*. – 1988. – Vol. 49, № 3. – P. 332–343. DOI: 10.1016/S0163-1047(88)90338-X
186. Cosmides, L., Tooby, J. Cognitive adaptations for social exchange / L. Cosmides, J. Tooby // *The adapted mind: Evolutionary psychology and the generation of culture* / J.H. Barkow, L. Cosmides, J. Tooby (Eds.). – Oxford University Press, 1992. – P. 163–228.
187. Cottrell, C.A. What do people desire in others? A sociofunctional perspective on the importance of different valued characteristics / C.A. Cottrell, S.L. Neuberg, N.P. Li // *Journal of personality and social psychology*. – 2007. – Vol. 92, № 2. – P. 208–231. DOI: 10.1037/0022-3514.92.2.208
188. Craik, F.I.M., Lockhart, R.S. Levels of processing: A framework for memory research / F.I.M. Craik, R.S. Lockhart // *Journal of verbal learning and verbal behavior*. – 1972. – Vol. 11, № 6. – P. 671–684. DOI: 10.1016/S0022-5371(72)80001-X
189. Crandall, C.S. Prejudice against fat people: Ideology and self-interest / C.S. Crandall // *Journal of personality and social psychology*. – 1994. – Vol. 66, № 5. – P. 882–894. DOI: 10.1037/0022-3514.66.5.882



190. Critcher, C.R., Dunning, D. Egocentric pattern projection: how implicit personality theories recapitulate the geography of the self / C.R. Critcher, D. Dunning // *Journal of personality and social psychology*. – 2009. – Vol. 97, № 1. – P. 1–16. DOI: 10.1037/a0015670
191. Critcher, C.R. Causal trait theories: a new form of person knowledge that explains egocentric pattern projection / C.R. Critcher, D. Dunning, S.C. Rom // *Journal of personality and social psychology*. – 2015. – Vol. 108, № 3. – P. 400–416. DOI: 10.1037/pspa0000019
192. Crocker, J. Downward comparison, prejudice, and evaluations of others: effects of self-esteem and threat / J. Crocker, L.L. Thompson, K.M. McGraw, C. Ingerman // *Journal of personality and social psychology*. – 1987. – Vol. 52, № 5. – P. 907–916. DOI: 10.1037//0022-3514.52.5.907
193. Crosby, F. Recent unobtrusive studies of Black and White discrimination and prejudice: A literature review / F. Crosby, S. Bromley, L. Saxe // *Psychological bulletin*. – 1980. – Vol. 87, № 3. – P. 546–563. DOI: 10.1037/0033-2909.87.3.546
194. Cuddy, A.J. The BIAS map: behaviors from intergroup affect and stereotypes / A.J.Cuddy, S.T. Fiske, P. Glick // *Journal of personality and social psychology*. – 2007. – Vol. 92, № 4. – P. 631–648. DOI: 10.1037/0022-3514.92.4.631
195. De Houwer, J. How do people evaluate objects? A brief review / J. De Houwer // *Social and personality psychology compass*. – 2009. – Vol. 3, № 1. – P. 36–48. DOI: 10.1111/j.1751-9004.2008.00162.x
196. De Pittà, M., Brunel, N. modulation of synaptic plasticity by glutamatergic gliotransmission: A modeling study / M. De Pittà, N. Brunel // *Neural plasticity*. – 2016. – Art. 7607924. DOI: 10.1155/2016/7607924
197. de Vignemont, F. Frames of reference in social cognition / F. de Vignemont // *Quarterly journal of experimental psychology*. – 2008. – Vol. 61, № 1. – P. 90–100. DOI: 10.1080/17470210701508764
198. de Waal, F.B. Putting the altruism back into altruism: the evolution of empathy / F.B. de Waal // *Annual review of psychology*. – 2008. – №. 59. – P. 279–300. DOI: 10.1146/annurev.psych.59.103006.093625

199. Del Giudice, M. Self-regulation in an evolutionary perspective / M. Del Giudice // Handbook of biobehavioral approaches to self-regulation / G.H.E. Gendolla, M. Tops, S.L. Koole (Eds.). – Springer Science / Business Media, 2015. – P. 25–41. DOI: 10.1007/978-1-4939-1236-0\_3
200. Del Popolo Cristaldi, F. Does your past define you? The role of previous visual experience in subjective reactions to new affective pictures and sounds / F. Del Popolo Cristaldi, F. Gambarota, S. Oosterwijk // Emotion. – 2023. – Vol. 23, № 5. – P. 1317–1333. DOI: 10.1037/emo0001168
201. Dennett, D.C. Beliefs about beliefs / D.C. Dennett // Behavioral and brain sciences. – 1978. – Vol. 1, № 4. – P. 568–570. DOI: 10.1017/S0140525X00076664
202. Dennett, D.C. Freedom evolves / D.C. Dennett. – Penguin, 2004. – 368 p.
203. Deutsch, R., Strack, F. Duality models in social psychology: From dual processes to interacting systems / R. Deutsch, F. Strack // Psychological inquiry. – 2006. – Vol. 17, № 3. – P. 166–172. DOI: 10.1207/s15327965pli1703\_2
204. Devine, P.G. Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components / P.G. Devine // Journal of personality and social psychology. – 1989. – Vol. 56, № 1. – P. 5–18. DOI: 10.1037/0022-3514.56.1.5
205. Devine, P.G., Elliot, A.J. Are racial stereotypes really fading? The Princeton Trilogy revisited / P.G. Devine, A.J. Elliot // Personality and social psychology bulletin. – 1995. – Vol. 21, № 11. – P. 1139–1150. DOI: 10.1177/01461672952111002
206. DeWall, C. Social exclusion and early-stage interpersonal perception: Selective attention to signs of acceptance / C. DeWall, J. Maner, D. Rouby // Journal of personality and social psychology. – 2009. – Vol. 96, № 4. – P. 729–741. DOI: 10.1037/a0014634
207. DeYoung, C.G. Higher-order factors of the Big Five in a multi-informant sample / C.G. DeYoung // Journal of personality and social psychology. – 2006. – Vol. 91, № 6. – P. 1138–1151. DOI: 10.1037/0022-3514.91.6.1138
208. DeYoung, C.G. Cybernetic Big Five Theory / C.G. DeYoung // Journal of research in personality. – 2015. – №. 56. – P. 33–58. DOI: 10.1016/j.jrp.2014.07.004

209. Dion, K.K. Physical attractiveness and evaluation of children's transgressions / K.K. Dion // *Journal of personality and social psychology*. – 1972. – Vol. 24, № 2. – P. 207–213. DOI: 10.1037/h0033372
210. Dreisbach, G., Fröber, K. On how to be flexible (or not): Modulation of the stability-flexibility balance / G. Dreisbach, K. Fröber // *Current directions in psychological science*. – 2019. – Vol. 28, № 1. – P. 3–9. DOI: 10.1177/0963721418800030
211. Dunbar, R. *Grooming, gossip and the evolution of language* / R. Dunbar. – Harvard University Press, 1998. – 242 p.
212. Dunbar, R. The social brain hypothesis and its implications for social evolution / R. Dunbar // *Annals of human biology*. – 2009. – Vol. 36, № 5. – P. 562–572. DOI: 10.1080/03014460902960289
213. Duncan, B.L. Differential social perception and attribution of intergroup violence: Testing the lower limits of stereotyping of Blacks / B.L. Duncan // *Journal of personality and social psychology*. – 1976. – Vol. 34, № 4. – P. 590–598. DOI: 10.1037/0022-3514.34.4.590
214. Dweck, C.S. From needs to goals and representations: Foundations for a unified theory of motivation, personality, and development / C.S. Dweck // *Psychological review*. – 2017. – Vol. 124, № 6. – P. 689–719. DOI: 10.1037/rev0000082
215. Efrain, M.G., Patterson, E.W.J. Voters vote beautiful: The effect of physical appearance on a national election / M.G. Efrain, E.W.J. Patterson // *Canadian journal of behavioral science*. – 1974. – Vol. 6, № 4. – P. 352–356. DOI: 10.1037/h0081881
216. Eiser, J.R. Optimism, pessimism and the direction of self-other comparisons / J.R. Eiser, S. Pahl, Y.R.A. Prins // *Journal of experimental social psychology*. – 2001. – Vol. 37, № 1. – P. 77–84. DOI: 10.1006/jesp.2000.1438
217. Elsaadawy, N., Carlson, E.N. Do you make a better or worse impression than you think? / N. Elsaadawy, E.N. Carlson // *Journal of personality and social psychology*. – 2022. – Vol. 123, № 6. – P. 1407–1420. DOI: 10.1037/pspp0000434
218. Elsaadawy, N. How do people think about the impressions they make on others? The attitudes and substance of metaperceptions / N. Elsaadawy, E.N. Carlson,

- J.M. Chung, B.S. Connelly // *Journal of personality and social psychology*. – 2023. – Vol. 124, № 3. – P. 640–658. DOI: 10.1037/pspp0000433
219. Enock, F. Self and team prioritisation effects in perceptual matching: Evidence for a shared representation / F. Enock, J. Sui, M. Hewstone, G.W. Humphreys // *Acta psychologica*. – 2018. – №. 182. – P. 107–118. DOI: 10.1016/j.actpsy.2017.11.011
220. Fazio, R.H. On the costs of accessible attitudes: Detecting that the attitude object has changed / R.H. Fazio, J.E. Ledbetter, T. Towles-Schwen // *Journal of personality and social psychology*. – 2000. – Vol. 78, № 2. – P. 197–210. DOI: 10.1037/0022-3514.78.2.197
221. Fazio, R.H., Towles-Schwen, T. The MODE model of attitude-behavior processes / R.H. Fazio, T. Towles-Schwen // *Dual-process theories in social psychology* / S. Chaiken, Y. Trope (Eds.). – Guilford Press, 1999. – P. 97–116.
222. Fecteau, J.H. Neural correlates of automatic and goal-driven biases in orienting spatial attention / J.H. Fecteau, A.H. Bell, D.P. Munoz // *Journal of neurophysiology*. – 2004. – Vol. 92, № 3. – P. 1728–1737. DOI: 10.1152/jn.00184.2004
223. Fecteau, J.H., Munoz, D.P. Salience, relevance, and firing: A priority map for target selection / J.H. Fecteau, D.P. Munoz // *Trends in cognitive sciences*. – 2006. – Vol. 10, № 8. – P. 382–390. DOI: 10.1016/j.tics.2006.06.011
224. Fehr, E. Egalitarianism in young children / E. Fehr, H. Bernhard, B. Rockenbach // *Nature*. – 2008. – Vol. 454, № 7208. – P. 1079–1083. DOI: 10.1038/nature07155
225. Feingold, A. Good-looking people are not what we think / A. Feingold // *Psychological bulletin*. – 1992. – Vol. 111, № 2. – P. 304–341. DOI: 10.1037/0033-2909.111.2.304
226. Feldman, H., Friston, K.J. Attention, uncertainty, and free-energy / H. Feldman, K.J. Friston // *Frontiers in human neuroscience*. – 2010. – №. 4. – Art. 215. DOI: 10.3389/fnhum.2010.00215
227. Feldman, J. Minimization of Boolean complexity in human concept learning / J. Feldman // *Nature*. – 2000. – Vol. 407, № 6804. – P. 630–633. DOI: 10.1038/35036586

228. Festinger, L. A theory of social comparison processes / L. Festinger // *Human relations*. – 1954. – №. 7. – P. 117–140. DOI: 10.1177/001872675400700202
229. Festinger, L. A theory of cognitive dissonance / L. Festinger. – Stanford University Press, 1957. – 291 p.
230. Fischer, I. Friend or foe: Subjective expected relative similarity as a determinant of cooperation / I. Fischer // *Journal of experimental psychology: General*. – 2009. – Vol. 138, № 3. – P. 341–350. DOI: 10.1037/a0016073
231. Fiske, S.T. Attention and weight in person perception: The impact of negative and extreme behavior / S.T. Fiske // *Journal of personality and social psychology*. – 1980. – Vol. 38, № 6. – P. 889–906. DOI: 10.1037/0022-3514.38.6.889
232. Fiske, S.T. Stereotype Content: Warmth and competence endure / S.T. Fiske // *Current directions in psychological science*. – 2018. – Vol. 27, № 2. – P. 67–73. DOI: 10.1177/0963721417738825
233. Fiske, S.T. A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition / S.T. Fiske, A.J.C. Cuddy, P. Glick, J. Xu // *Journal of personality and social psychology*. – 2002. – Vol. 82, № 6. – P. 878–902. DOI: 10.1037/0022-3514.82.6.878
234. Fiske, S.T., Neuberg, S.L. A continuum of impression formation from category based to individuating processes: Influences of information and motivation on attention and interpretation / S.T. Fiske, S.L. Neuberg // *Advances in experimental social psychology* / M.P. Zanna (Ed.). – San Diego, CA: Academic Press, 1990. – Vol. 23. – P. 1–74.
235. Fiske, S.T. (Dis)respecting versus (Dis)liking: Status and interdependence predict ambivalent stereotypes of competence and warmth / S.T. Fiske, J. Xu, A.C. Cuddy, P. Glick // *Journal of social issues*. – 1999. – Vol. 55, № 3. – P. 473–489. DOI: 10.1111/0022-4537.00128
236. Flesson, W., Jayawickreme, E. Whole Trait Theory / W. Flesson, E. Jayawickreme // *Journal of research in personality*. – 2015. – №. 56. – P. 82–92. DOI: 10.1016/j.jrp.2014.10.009

237. Förster, J. The effect of global versus local processing styles on assimilation versus contrast in social judgment / J. Förster, N. Liberman, S. Kuschel // *Journal of personality and social psychology*. – 2008. – Vol. 94, № 4. – P 579–599. DOI: 10.1037/0022-3514.94.4.579
238. Fossum, R.J. The social perceptions of the highly intelligent: Master's theses / R.J. Fossum. – Fort Hays State University, FHSU Scholars Repository, 2011. – 58 p. DOI: 10.58809/PAYG6129
239. Frieze, I.H. Attractiveness and income for men and women in management / I.H. Frieze, J.E. Olson, J. Russell // *Journal of applied social psychology*. – 1991. Vol. 21, № 13. – P. 1039–1057. DOI: 10.1111/j.1559-1816.1991.tb00458.x
240. Frith, U., de Vignemont, F. Egocentrism, allocentrism, and Asperger syndrome / U. Frith, F. de Vignemont // *Consciousness and cognition*. – 2005. – Vol. 14, № 4. – P. 719–738. DOI: 10.1016/j.concog.2005.04.006
241. Fuhrman, R.W. On the trait implications of social behaviors: Kindness, intelligence, goodness, and normality ratings for 400 behavior statements / R.W. Fuhrman, G.V. Bodenhausen, M. Lichtenstein // *Behavior research methods, instruments & computers*. – 1989. – Vol. 21, № 6. – P. 587–597. DOI: 10.3758/BF03210581
242. Funder, D.C. On the accuracy of personality judgment: a realistic approach / D.C. Funder // *Psychological review*. – 1995. – Vol. 102, № 4. – P. 652–670. DOI: 10.1037/0033-295x.102.4.652
243. Funder, D.C. *Personality judgment: A realistic approach to person perception* / D.C. Funder. – Academic Press, 1999. – 238 p.
244. Furnham, A., Marks, J. Tolerance of Ambiguity: A Review of the recent literature / A. Furnham, J. Marks // *Psychology*. – 2013. – Vol. 4, № 9. – P. 717–728. DOI: 10.4236/psych.2013.49102
245. Furnham, A. The dark triad of personality: A 10 year review / A. Furnham, S.C. Richards, D.L. Paulhus // *Social and personality psychology compass*. – 2013. – Vol. 7, № 3. – P. 199–216. DOI: 10.1111/spc3.12018
246. Galigani, M. Like the back of my hand: Visual ERPs reveal a specific change detection mechanism for the bodily self / M. Galigani, I. Ronga, C. Fossataro,

- V. Bruno, N. Castellani, A. Rossi Sebastiano, B. Forster, F. Garbarini // *Cortex*. – 2021. – №. 134. – P. 239–252. DOI: 10.1016/j.cortex.2020.10.014
247. Gantman, A.P., Van Bavel, J.J. The moral pop-out effect: enhanced perceptual awareness of morally relevant stimuli / A.P. Gantman, J.J. Van Bavel // *Cognition*. – 2014. – Vol. 132, № 1. – P. 22–29. DOI: 10.1016/j.cognition.2014.02.007
248. Gawronski, B., Bodenhausen, G.V. Associative and propositional processes in evaluation: An integrative review of implicit and explicit attitude change / B. Gawronski, G.V. Bodenhausen // *Psychological bulletin*. – 2006. – Vol. 132, № 5. – P. 692–731. DOI: 10.1037/0033-2909.132.5.692
249. Gawronski, B., Bodenhausen, G.V. The Associative–propositional evaluation model: theory, evidence, and open questions / B. Gawronski, G.V. Bodenhausen // *Advances in experimental social psychology*. – 2011. – №. 44. – P. 59–127. DOI: 10.1016/B978-0-12-385522-0.00002-0
250. Gawronski, B. When “just say no” is not enough: Affirmation versus negation training and the reduction of automatic stereotype activation / B. Gawronski, R. Deutsch, S. Mbirikou, B. Seibt, F. Strack // *Journal of experimental social psychology*. – 2008. – Vol. 44, № 2. – P. 370–377. DOI: 10.1016/j.jesp.2006.12.004
251. Geddert, R., Egner, T. No need to choose: Independent regulation of cognitive stability and flexibility challenges the stability-flexibility trade-off / R. Geddert, T. Egner // *Journal of experimental psychology: General*. – 2022. – Vol. 151, № 12. – P. 3009–3027. DOI: 10.1037/xge0001241
252. Gelfand, M. Differences between tight and loose cultures: A 33-nation study / M. Gelfand, J. Raver, L. Nishii, L. Leslie, J. Lun, B. Lim, L. Duan, A. Almaliach, S. Ang, J. Arnadottir, Z. Aycan, K. Boehnke, P. Boski, R. Cabecinhas, D. Chan, J. Chhokar, A. D’Amato, M. Ferrer, I. Fischlmayr, S. Yamaguchi // *Science*. – 2011. – Vol. 332, № 6033. – P. 1100–1104. DOI: 10.1126/science.1197754
253. Ghasemi, O. Logical intuition is not really about logic / O. Ghasemi, S. Handley, S. Howarth, I.R. Newman, V.A. Thompson // *Journal of experimental psychology: General*. – 2022. – Vol. 151, № 9. – P. 2009–2028. DOI: 10.1037/xge0001179

254. Gidon, A. Dendritic action potentials and computation in human layer 2/3 cortical neurons / A. Gidon, T.A. Zolnik, P. Fidzinski, F. Bolduan, A. Papoutsi, P. Poirazi, M. Holtkamp, I. Vida, M.E. Larkum // *Science*. – 2020. – Vol. 367, № 6473. – P. 83–87. DOI: 10.1126/science.aax6239
255. Gilbert, A.N. Hedonic and social determinants of facial displays to odors / A.N. Gilbert, A.J. Fridlund, J. Sabini // *Chemical senses*. – 1987. – Vol. 12, № 2. – P. 355–363. DOI: 10.1093/chemse/12.2.355
256. Glass, D. Periodic and aperiodic noise: The safety-signal hypothesis and noise aftereffects / D. Glass, M. Snyder, J. Singer // *Physiological Psychology*. – 2013. – Vol. 1, № 14. – P. 361–363. DOI: 10.3758/BF03326943
257. Goffman, E. *Behavior in public places* / E. Goffman. – New York: The Free Press, 1963. – 248 p.
258. Goldstein, N.J., Cialdini, R.B. The spyglass self: A model of vicarious self-perception / N.J. Goldstein, R.B. Cialdini // *Journal of personality and social psychology*. – 2007. – Vol. 92, № 3. – P. 402–417. DOI: 10.1037/0022-3514.92.3.402
259. Golubickis, M. Parts of me: Identity-relevance moderates self-prioritization / M. Golubickis, J.K. Falbén, N.S.P. Ho, J. Sui, W.A. Cunningham, C. Neil Macrae // *Consciousness and cognition*. – 2020. – №. 77. – Art. 102848. DOI: 10.1016/j.concog.2019.102848
260. Golubickis, M., Ho, N.S.P., Falbén, J.K., Mine or mother's? Exploring the self-ownership effect across cultures / M. Golubickis, N.S.P. Ho, J.K. Falbén, K.M. Mackenzie, A. Boschetti, W.A. Cunningham, C.N. Macrae // *Culture and brain*. – 2019. – Vol. 7, № 1. – P. 1–25. DOI: 10.1007/s40167-018-0068-0
261. Goodwin, G.P. Moral character predominates in person perception and evaluation / G.P. Goodwin, J. Piazza, P. Rozin // *Journal of personality and social psychology*. – 2014. – Vol. 106, № 1. – P. 148–168. DOI: 10.1037/a0034726
262. Gottman, J. *Why marriages succeed or fail* / J. Gottman. – New York: Simon & Schuster, 1994. – 240 p.



263. Graham, J., Haidt, J. Sacred values and evil adversaries: A moral foundations approach / J. Graham, J. Haidt // *The social psychology of morality: Exploring the causes of good and evil* / M. Mikulincer, P.R. Shaver (Eds.). – American psychological association, 2012. – P. 11–31. DOI: 10.1037/13091-001
264. Grammer, K. Darwinian aesthetics: sexual selection and the biology of beauty / K. Grammer, B. Fink, A.P. Møller, R. Thornhill // *Biological reviews of the Cambridge Philosophical Society*. – 2003. – Vol. 78, № 3. – P. 385–407. DOI: 10.1017/s1464793102006085
265. Green, L.J.S. Contrast effects in backward evaluative conditioning: Exploring effects of affective relief/disappointment versus instructional information / L.J.S. Green, C.C. Luck, B. Gawronski, O.V. Lipp // *Emotion*. – 2021. – Vol. 21, № 2. – P. 350–359. DOI: 10.1037/emo0000701
266. Greenaway, K.H., Cruwys, T. The source model of group threat: Responding to internal and external threats / K.H. Greenaway, T. Cruwys // *The American Psychologist*. – 2019. – Vol. 74, № 2. – P. 218–231. DOI: 10.1037/amp0000321
267. Greenwald, A.G. Measuring individual differences in implicit cognition: The implicit association test / A.G. Greenwald, D.E. McGhee, J.L.K. Schwartz // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1998. – Vol. 74, № 6. – P. 1464–1480. DOI: 10.1037/0022-3514.74.6.1464
268. Grigoryev, D. Mapping ethnic stereotypes and their antecedents in Russia: The stereotype content model / D. Grigoryev, S.T. Fiske, A. Batkhina // *Frontiers in Psychology*. – 2019. – Vol. 10, № 1643. – P. 1–21. DOI: 10.3389/fpsyg.2019.01643
269. Grijalva, E. Narcissism and leadership: A meta-analytic review of linear and nonlinear relationships / E. Grijalva, P. Harms, D. Newman, B. Gaddis, R. Fraley // *Personnel Psychology*. – 2015. – Vol. 68, № 1. – P. 1–47. DOI: 10.1111/peps.12072
270. Grimes, A., Kitchen, P.J. Researching mere exposure effects to advertising – theoretical foundations and methodological implications / A. Grimes, P.J. Kitchen // *International Journal of Market Research*. – 2007. – Vol. 49, № 2. – P. 191–219. DOI: 10.1177/147078530704900205

271. Gunnar, M.R. Effects of temporal predictability on the reactions of 1-year-olds to potentially frightening toys / M.R. Gunnar, K. Leighton, R. Peleaux // *Developmental Psychology*. – 1984. – Vol. 20, № 3. – P. 449–458. DOI: 10.1037/0012-1649.20.3.449
272. Hackel, L.M., Mende-Siedlecki, P. Two modes of social impressions and their effects on choice / L.M. Hackel, P. Mende-Siedlecki // *Journal of Experimental Psychology: General*. – 2023. – Advance online publication. DOI: 10.1037/xge0001432
273. Hagemeyer, B. Double dissociation between implicit and explicit affiliative motives: A closer look at socializing behavior in dyadic interactions / B. Hagemeyer, M. Dufner, J.J.A. Denissen // *Journal of Research in Personality*. – 2016. – №. 65. – P. 89–93. DOI: 10.1016/j.jrp.2016.08.003
274. Haidt, J. The emotional dog and its rational tail: A social intuitionist approach to moral judgment / J. Haidt // *Psychological Review*. – 2001. – Vol. 108, № 4. – P. 814–834. DOI: 10.1037/0033-295X.108.4.814
275. Haidt, J., Graham, J. When morality opposes justice: Conservatives have moral intuitions that liberals may not recognize / Haidt J., Graham J. // *Social justice research*. – 2007. – Vol. 20, № 1. – P. 98–116. DOI: 10.1007/s11211-007-0034-z
276. Hamblen, J.L., Mueser, K.T. Transdiagnostic treatment of postdisaster reactions / J.L. Hamblen, K.T. Mueser // *Treatment for postdisaster distress: A transdiagnostic approach*. – American Psychological Association, 2021. – P. 21–37. DOI: 10.1037/0000237-002
277. Hamilton, D.L., Gifford, R.K. Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotypic judgments / D.L. Hamilton, R.K. Gifford // *Journal of experimental social psychology*. – 1976. – Vol. 12, № 4. – P. 392–407. DOI: 10.1016/S0022-1031(76)80006-6
278. Hamilton, D.L. Stereotype-based expectancies: Effects on information processing and social behavior / D.L. Hamilton, S.J. Sherman, C.M. Ruvolo // *Journal of social issues*. – 1990. – №. 46. – P. 35–60. DOI: 10.1111/j.1540-4560.1990.tb01922.x

279. Hare, R.D., Neumann, C.S. Psychopathy as a clinical and empirical construct / R.D. Hare, C.S. Neumann // *Annual review of clinical psychology*. – 2008. – №. 4. – P. 217–246. DOI: 10.1146/annurev.clinpsy.3.022806.091452
280. Haselton, M.G., Buss, D.M. Error management theory: A new perspective on biases in cross-sex mind reading / M.G. Haselton, D.M. Buss // *Journal of personality and social psychology*. – 2000. – Vol. 78, № 1. – P. 81–91. DOI: 10.1037/0022-3514.78.1.81
281. Hastie, R., Dawes, R.M. Rational choice in an uncertain world: The psychology of judgment and decision making / R. Hastie, R.M. Dawes. – Sage Publications, Inc, 2001. – 392 p.
282. He, D. What is good is beautiful (and what isn't, isn't): How moral character affects perceived facial attractiveness / D. He, C.I. Workman, X. He, A. Chatterjee // *Psychology of aesthetics, creativity, and the arts*. – 2022. – Advance online publication. DOI: 10.1037/aca0000454
283. Henderson, J.J.A., Anglin, J.M. Facial attractiveness predicts longevity / J.J.A. Henderson, J.M. Anglin // *Evolution and Human Behavior*. – 2003. – Vol. 24, № 5. – P. 351–356. DOI: 10.1016/S1090-5138(03)00036-9
284. Henry, S.E. Sex and locus of control as determinants of children's responses to peer versus adult praise / S.E. Henry, F.J. Medway, H.A. Scarbro // *Journal of educational psychology*. – 1979. – Vol. 71, № 5. – P. 604–612. DOI: 10.1037/0022-0663.71.5.604
285. Herbst, K.C. My head says yes but my heart says no: Cognitive and affective attraction as a function of similarity to the ideal self / K.C. Herbst, L. Gaertner, C.A. Insko // *Journal of personality and social psychology*. – 2003. – Vol. 84, № 6. – P. 1206–1219. DOI: 10.1037/0022-3514.84.6.1206
286. Hermer, L., Spelke, E.S. A geometric process for spatial reorientation in young children / L. Hermer, E.S. Spelke // *Nature*. – 1994. – Vol. 370, № 6484. – P. 57–59. DOI:10.1038/370057a0

287. Herr, P.M. On the consequences of priming: Assimilation and contrast effects / P.M. Herr, S.J. Sherman, R.H. Fazio // *Journal of experimental social psychology*. – 1983. – Vol. 19, № 4. – P. 323–340. DOI: 10.1016/0022-1031(83)90026-4
288. Hester, N. Perceived femininity and masculinity contribute independently to facial impressions / N. Hester, B.C. Jones, E. Hehman // *Journal of experimental psychology: General*. – 2021. – Vol. 150, № 6. – P. 1147–1164. DOI: 10.1037/xge0000989
289. Hirschmüller, S. The dual lens model: a comprehensive framework for understanding self-other agreement of personality judgments at zero acquaintance / S. Hirschmüller, B. Egloff, S. Nestler, M.D. Back // *Journal of personality and social psychology*. – 2013. – Vol. 104, № 2. – P. 335–353. DOI: 10.1037/a0030383
290. Hodges, B.H. Effect of valence on relative weighting in impression formation / B.H. Hodges // *Journal of personality and social psychology*. – 1974. – Vol. 30, № 3. – P. 378–381. DOI: 10.1037/h0036890
291. Hofmann, W. A meta-analysis on the correlation between the implicit association test and explicit self-report measures / W. Hofmann, B. Gawronski, T. Gschwendner, H. Le, M. Schmitt // *Personality & social psychology bulletin*. – 2005. – Vol. 31, № 10. – P. 1369–1385. DOI: 10.1177/0146167205275613
292. Holzleitner, I.J. Comparing theory-driven and data-driven attractiveness models using images of real women's faces / I.J. Holzleitner, A.J. Lee, A.C. Hahn, M. Kandrik, J. Bovet, J.P. Renoult, D. Simmons, O. Garrod, L.M. DeBruine, B.C. Jones // *Journal of experimental psychology. Human perception and performance*. – 2019. – Vol. 45, № 12. – P. 1589–1595. DOI: 10.1037/xhp0000685
293. Hoorens, V. Self-favoring biases, self-presentation, and the self-other asymmetry in social comparison / V. Hoorens // *Journal of personality*. – 1995. – Vol. 63, № 4. – P. 793–817. DOI: 10.1111/j.1467-6494.1995.tb00317.x
294. Houston, M.A. A comprehensive literature review of Mode Deactivation Therapy / M.A. Houston, J.A. Apsche, C.K. Bass // *International journal of behavioral consultation and therapy*. – 2007. – Vol. 3, № 2. – P. 271–309. DOI: 10.1037/h0100804

295. Howell, B.M. Self-actualization and the tragedy of beauty / B.M. Howell, R. Diessner, R.M. Robinson // *Journal of humanistic psychology*. – 2020. – Vol. 60, № 2. – P. 227–243. DOI: 10.1177/0022167817696836
296. Hu, C.-P. Good me bad me: Prioritization of the good-self during perceptual decision-making / C.-P. Hu, Y. Lan, C.N. Macrae, J. Sui // *Collabra. Psychology*. – 2020. – Vol. 6, № 1. – Art. 20. DOI: 10.1525/collabra.301
297. Hu, X. Propositional versus dual-process accounts of evaluative conditioning: I. The effects of cooccurrence and relational information on implicit and explicit evaluations / X. Hu, B. Gawronski, R. Balas // *Personality and social psychology bulletin*. – 2017. – Vol. 43, № 1. – P. 17–32. DOI: 10.1177/0146167216673351
298. Hughes, B.T. Is perceived similarity more than assumed similarity? An interpersonal path to seeing similarity between self and others / B.T. Hughes, J.C. Flournoy, S. Srivastava // *Journal of personality and social psychology*. – 2021. – Vol. 121, № 1. – P. 184–200. DOI: 10.1037/pspp0000369
299. Human, L.J., Biesanz, J.C. Target adjustment and self-other agreement: Utilizing trait observability to disentangle judgeability and self-knowledge / L.J. Human, J.C. Biesanz // *Journal of personality and social psychology*. – 2011. – Vol. 101, № 1. – P. 202–216. DOI: 10.1037/a0023782
300. Humphreys, G.W., Sui, J. Attentional control and the self: The self-attention network (SAN) / G.W. Humphreys, J. Sui // *Cognitive neuroscience*. – 2016. – Vol. 7, № 1–4. – P. 5–17. DOI: 10.1080/17588928.2015.1044427
301. Hunt, C. Anxiety sensitivity and intolerance of uncertainty facilitate associations between generalized Pavlovian fear and maladaptive avoidance decisions / C. Hunt, S.E. Cooper, M.P. Hartnell, S. Lissek // *Journal of Abnormal Psychology*. – 2019. – Vol. 128, № 4. – P. 315–326. DOI: 10.1037/abn0000422
302. Isaacson, J.S., Scanziani, M. How inhibition shapes cortical activity / J.S. Isaacson, M. Scanziani // *Neuron*. – 2011. – Vol. 72, № 2. – P. 231–243. DOI: 10.1016/j.neuron.2011.09.027
303. Ito, T.A. Toward a comprehensive understanding of executive cognitive function in implicit racial bias / T.A. Ito, N.P. Friedman, B.D. Bartholow, J. Correll,

- C. Loersch, L.J. Altamirano, A. Miyake // *Journal of personality and social psychology*. – 2015. – Vol. 108, № 2. – P. 187–218. DOI: 10.1037/a0038557
304. Jackson, J.W. Realistic group conflict theory: A review and evaluation of the theoretical and empirical literature / J.W. Jackson // *The psychological record*. – 1993. – Vol. 43, № 3. – P. 395–413.
305. Jackson, P.L. How do we perceive the pain of others? A window into the neural processes involved in empathy / P.L. Jackson, A.N. Meltzoff, J. Decety // *NeuroImage*. – 2005. – Vol. 24, № 3. – P. 771–779. DOI: 10.1016/j.neuroimage.2004.09.006
306. Ji, L.J. Culture, control, and perception of relationships in the environment / L.J. Ji, K. Peng, R.E. Nisbett // *Journal of personality and social psychology*. – 2000. – Vol. 78, № 5. – P. 943–955. DOI: 10.1037/0022-3514.78.5.943
307. John, O.P. Paradigm shift to the integrative big five trait taxonomy / O.P. John, L.P. Naumann, C.J. Soto // *Handbook of personality. Theory and research*. – The Guilford Press, 2008. – P. 114–158.
308. John, O.P., Robins, R.W. Accuracy and bias in self-perception: Individual differences in self-enhancement and the role of narcissism / O.P. John, R.W. Robins // *Journal of personality and social psychology*. – 1994. – Vol. 66, № 1. – P. 206–219. DOI: 10.1037/0022-3514.66.1.206
309. Jones, D.N., Paulhus, D.L. Machiavellianism / D.N. Jones, D.L. Paulhus // *Handbook of individual differences in social behavior*. – The Guilford Press, 2009. – P. 93–108.
310. Jones, E.E., Davis, K.E. From acts to dispositions the attribution process in person perception / E.E. Jones, K.E. Davis // *Advances in experimental social psychology*. – 1965. – № 2. – P. 219–266. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60107-0
311. Jones, E.E., Nisbett, R.E. The actor and the observer: Divergent perceptions of the causes of behavior / E.E. Jones, R.E. Nisbett // *Attribution: Perceiving the causes of behavior*. – 1987. – P. 79–94.

312. Jones, S.C., Panitch, D. The self-fulfilling prophecy and interpersonal attraction / S.C. Jones, D. Panitch // *Journal of experimental social psychology*. – 1971. – Vol. 7, № 3. – P. 356–366. DOI: 10.1016/0022-1031(71)90034-5
313. Judd, C. Fundamental dimensions of social judgment: understanding the relations between judgments of competence and warmth / C. Judd, L. James-Hawkins, V. Yzerbyt, Y. Kashima // *Journal of personality and social psychology*. – 2005. – Vol. 89, № 6. – P. 899–913. DOI: 10.1037/0022-3514.89.6.899
314. Jung, K. Perception of facial attractiveness requires some attentional resources: implications for the “automaticity” of psychological adaptations / K. Jung, E. Ruthruff, J.M. Tybur, N. Gaspelin, G. Miller // *Evolution and human behavior*. – 2012. – Vol. 33, № 3. – P. 241–250. DOI: 10.1016/j.evolhumbehav.2011.10.001
315. Kahneman, D., Tversky, A. Prospect theory: An analysis of decision under risk / D. Kahneman, A. Tversky // *Econometrica*. – 1979. – Vol. 47, № 2. – P. 263–291. DOI: 10.2307/1914185
316. Kalick, S.M. Does human facial attractiveness honestly advertise health? Longitudinal data on an evolutionary question / S.M. Kalick, L.A. Zebrowitz, J.H. Langlois, R.M. Johnson // *Psychological Science*. – 1998. – Vol. 9, № 1. – P. 8–13. DOI: 10.1111/1467-9280.00002
317. Kanai, R. Human parietal cortex structure predicts individual differences in perceptual rivalry / R. Kanai, B. Bahrami, G. Rees // *Current biology*. – 2010. – Vol. 20, № 18. – P. 1626–1630. DOI: 10.1016/j.cub.2010.07.027
318. Kandel, E.R. Principles of neural science / E.R. Kandel, J.H. Schwartz, T.M. Jessell, S.A. Siegelbaum, A.J. Hudspeth. – New York: McGraw-Hill, 2013. – 1709 p.
319. Kaplan, A., Garner, J.K. A complex dynamic systems perspective on identity and its development: The dynamic systems model of role identity / A. Kaplan, J.K. Garner // *Developmental Psychology*. – 2017. – Vol. 53, № 11. – P. 2036–2051. DOI: 10.1037/dev0000339
320. Kappers, A.M. Haptic space processing – allocentric and egocentric reference frames / A.M. Kappers // *Canadian journal of experimental psychology*. – 2007. – Vol. 61, № 3. – P. 208–218. DOI: 10.1037/cjep2007022

321. Kedia, G. The neural correlates of beauty comparison / G. Kedia, T. Mussweiler, P. Mullins, D.E. Linden // *Social cognitive and affective neuroscience*. – 2014. – Vol. 9, № 5. – P. 681–688. DOI: 10.1093/scan/nst026
322. Kelley, H.H. The processes of causal attribution / H.H. Kelley // *American psychologist*. – 1973. – Vol. 28, № 2. – P. 107–128. DOI: 10.1037/h0034225
323. Klatzky, R.L. Allocentric and egocentric spatial representations: Definitions, distinctions, and interconnections / R.L. Klatzky // *Spatial cognition* / C. Freksa, C. Habel, K.F. Wender (Eds.). – Springer, Berlin, Heidelberg, 1998. – P. 1–17.
324. Klein, S.B. Trait judgments about the Self: Evidence from the encoding specificity paradigm / S.B. Klein, J. Loftus, A.E. Plog // *Personality and social psychology bulletin*. – 1992. – Vol. 18, № 6. – P. 730–735. DOI: 10.1177/014616729218
325. Kohlberg, L. The development of children's orientations toward a moral order: I. Sequence in the development of moral thought / L. Kohlberg // *Vita Humana*. – 1963. – Vol. 6, № 1-2. – P. 11–33.
326. Kohlberg, L. Stage and sequence: The cognitive-developmental approach to socialization / L. Kohlberg // *Handbook of socialization theory and research* / D.A. Goslin (Ed.). – Chicago: Rand McNally, 1969. – P. 347–480.
327. Körner, R., Schütz, A. Friends know us even when they are different from us: Accuracy and bias in self–other perceptions of the Big Five / R. Körner, A. Schütz // *Journal of individual differences*. – 2023. – Vol. 44, № 3. – P. 181–189. DOI: 10.1027/1614-0001/a000391
328. Kraus, M.W., Keltner, D. Social class rank, essentialism, and punitive judgment / M.W. Kraus, D. Keltner // *Journal of personality and social psychology*. – 2013. – Vol. 105, № 2. – P. 247–261. DOI: 10.1037/a0032895
329. Kruger, J., Gilovich, T. Actions, intentions, and self-assessment: The road to self-enhancement is paved with good intentions / J. Kruger, T. Gilovich // *Personality and social psychology bulletin*. – 2004. – Vol. 30, № 3. – P. 328–339. DOI: 10.1177/0146167203259932
330. Kunda, Z. The case for motivated reasoning / Z. Kunda // *Psychological bulletin*. – 1990. – Vol. 108, № 3. – P. 480–498. DOI: 10.1037/0033-2909.108.3.480



331. Kurzban, R., Can race be erased? Coalitional computation and social categorization / R. Kurzban, J. Tooby, L. Cosmides // *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. – 2001. – Vol. 98, № 26. – P. 15387–15392. DOI: 10.1073/pnas.251541498
332. Lambert, A.J., Wyer, R.S. Stereotypes and social judgment: The effects of typicality and group heterogeneity / A.J. Lambert, R.S. Wyer // *Journal of personality and social psychology*. – 1990. – Vol. 59, № 4. – P. 676–691. DOI: 10.1037/0022-3514.59.4.676
333. Langlois, J.H., Roggman, L.A. Attractive Faces Are Only Average / J.H. Langlois, L.A. Roggman // *Psychological science*. – 1990. – Vol. 1, № 2. – P. 115–121. DOI: 10.1111/j.1467-9280.1990.tb00079.x
334. LaPrelle, J. Interpersonal attraction and descriptions of the traits of others: Ideal similarity, self similarity, and liking / J. LaPrelle, R.H. Hoyle, C.A. Insko, P. Bernthal // *Journal of research in personality*. – 1990. – Vol. 24, № 2. – P. 216–240. DOI: 10.1016/0092-6566(90)90018-2
335. Lassiter, G.D. Further evidence of a robust point-of-view bias in videotaped confessions / G.D. Lassiter, M.J. Beers, A.L. Geers, I.M. Handley, P.J. Munhall, P.E. Weiland // *Current psychology: A journal for diverse perspectives on diverse psychological issues*. – 2002. – Vol. 21, № 3. – P. 265–288. DOI: 10.1007/s12144-002-1018-7
336. Laumann, E.O. Sexual dysfunction in the United States: prevalence and predictors / E.O. Laumann, A. Paik, R.C. Rosen // *JAMA*. – 1999. – Vol. 281, № 6. – P. 537–544. DOI: 10.1001/jama.281.6.537
337. Leach, C.W. Group virtue: the importance of morality (vs. competence and sociability) in the positive evaluation of in-groups / C.W. Leach, N. Ellemers, M. Barreto // *Journal of personality and social psychology*. – 2007. – Vol. 93, № 2. – P. 234–249. DOI: 10.1037/0022-3514.93.2.234
338. LeBarr, A.N., Shedden, J.M. Psychological ownership: The implicit association between self and already-owned versus newlyowned objects / A.N. LeBarr,

- J.M. Shedden // *Consciousness and cognition*. – 2017. – №. 48. – P. 190–197. DOI: 10.1016/j.concog.2016.11.012
339. Ledgerwood, A., Chaiken, S. Priming us and them: Automatic assimilation and contrast in group attitudes / A. Ledgerwood, S. Chaiken // *Journal of personality and social psychology*. – 2007. – Vol. 93, № 6. – P. 940–956. DOI: 10.1037/0022-3514.93.6.940
340. Leslie, A.M., Keeble, S. Do six-month-old infants perceive causality? / A.M. Leslie, S. Keeble // *Cognition*. – 1987. – Vol. 25, № 3. – P. 265–288. DOI: 10.1016/S0010-0277(87)80006-9
341. Lewis, M., Ramsay, D. Development of self-recognition, personal pronoun use, and pretend play during the 2nd year / M. Lewis, D. Ramsay // *Child development*. – 2004. – Vol. 75, № 6. – P. 1821–1831. DOI: 10.1111/j.1467-8624.2004.00819.x
342. Liberman, N., Trope, Y. The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: A test of temporal construal theory / N. Liberman, Y. Trope // *Journal of personality and social psychology*. – 1998. – Vol. 75, № 1. – P. 5–18. DOI: 10.1037/0022-3514.75.1.5
343. Lieberman, M.D. Social cognitive neuroscience: a review of core processes / M.D. Lieberman // *Annual review of psychology*. – 2007. – №. 58. – P. 259–289. DOI: 10.1146/annurev.psych.58.110405.085654
344. Lieberman, M.D., Pfeifer, J.H. The self and social perception: three kinds of questions in social cognitive neuroscience / M.D. Lieberman, J.H. Pfeifer // *Cognitive neuroscience of emotional and social behavior* / A. Easton, N. Emery (Eds.). – Philadelphia, PA: Psychol. Press, 2005. – P. 195–235.
345. Lindell, A.K., Lindell, K.L. Beauty captures the attention of the beholder / A.K. Lindell, K.L. Lindell // *Journal of Cognitive Psychology*. – 2014. – Vol. 26, № 7. – P. 768–780. DOI: 10.1080/20445911.2014.963111
346. Lippmann, W. *Public Opinion* / W. Lippmann. – USA: BN Publishing, 2007. – 272 p.

347. Lithfous, S. Allocentric but not egocentric orientation is impaired during normal aging: an ERP study / S. Lithfous, A. Dufour, F. Blanc, O. Després // *Neuropsychology*. – 2014. – Vol. 28, № 5. – P. 761–771. DOI: 10.1037/neu0000084
348. Little, A.H. Classical conditioning and retention of the infant's eyelid response: effects of age and interstimulus interval / A.H. Little, L.P. Lipsitt, C. Rovee-Collier // *Journal of experimental child psychology*. – 1984. – Vol. 37, № 3. – P. 512–524. DOI: 10.1016/0022-0965(84)90074-2
349. Lockhart, K.L. When saying “I’m best” is benign: Developmental shifts in perceptions of boasting / K.L. Lockhart, M.K. Goddu, F.C. Keil // *Developmental psychology*. – 2018. – Vol. 54, № 3. – P. 521–535. DOI: 10.1037/dev0000443
350. Lockwood, P. Motivation by positive or negative role models: Regulatory focus determines who will best inspire us / P. Lockwood, C.H. Jordan, Z. Kunda // *Journal of personality and social psychology*. – 2002. – Vol. 83, № 4. – P. 854–864. DOI: 10.1037/0022-3514.83.4.854
351. Lockwood, P., Kunda, Z. Increasing the salience of one's best selves can undermine inspiration by outstanding role models / P. Lockwood, Z. Kunda // *Journal of personality and social psychology*. – 1999. – Vol. 76, № 2. – P. 214–228. DOI: 10.1037/0022-3514.76.2.214
352. Lord, C.G. Schemas and images as memory aids: Two modes of processing social information / C.G. Lord // *Journal of personality and social psychology*. – 1980. – Vol. 38, № 2. – P. 257–269. DOI: 10.1037/0022-3514.38.2.257
353. Machunsky, M., Meiser, T. Cognitive components of ingroup projection: Prototype projection contributes to biased prototypicality judgments in group perception / M. Machunsky, T. Meiser // *Social psychology*. – 2014. – Vol. 45, № 1. – P. 15–30. DOI: 10.1027/1864-9335/a000156
354. Macrae, C.N. Self-relevance enhances the benefits of attention on perception / C.N. Macrae, A. Visokomogilski, M. Golubickis, A. Sahraie // *Visual cognition*. – 2018. – Vol. 26, № 7. – P. 475–481. DOI: 10.1080/13506285.2018.1498421
355. Ma-Kellams, C. I am against us? Unpacking cultural differences in ingroup favoritism via dialecticism / C. Ma-Kellams, J. Spencer-Rodgers, K. Peng //

- Personality & social psychology bulletin. – 2011. – Vol. 37, № 1. – P. 15–27. DOI: 10.1177/0146167210388193
356. Mallan, K.M. Affect, attention, or anticipatory arousal? Human blink startle modulation in forward and backward affective conditioning / K.M. Mallan, O.V. Lipp, M. Libera // *International journal of psychophysiology*. – 2008. – Vol. 69, № 1. – P. 9–17. DOI: 10.1016/j.ijpsycho.2008.02.005
357. Malle, B.F. The actor-observer asymmetry in attribution: A (surprising) meta-analysis / B.F. Malle // *Psychological bulletin*. – 2006. – Vol. 132, № 6. – P. 895–919. DOI: 10.1037/0033-2909.132.6.895
358. Malloy, T.E., Albright, L. Interpersonal perception in a social context / T.E. Malloy, L. Albright // *Journal of personality and social psychology*. – 1990. – Vol. 58, № 3. – P. 419–428. DOI: 10.1037/0022-3514.58.3.419
359. Markon, K.E. Modeling psychopathology structure: a symptom-level analysis of Axis I and II disorders / K.E. Markon // *Psychological medicine*. – 2010. – Vol. 40, № 2. – P. 273–288. DOI: 10.1017/S0033291709990183
360. Marr, D. Vision: a computational investigation into the human representation and processing of visual information / D. Marr. – W.H. Freeman and company, 1982. – 428 p.
361. Mascalzoni, E. The cradle of causal reasoning: Newborns' preference for physical causality / E. Mascalzoni, L. Regolin, G. Vallortigara, F. Simion // *Developmental Science*. – 2013. – Vol. 16, № 3. – P. 327–335. DOI: 10.1111/desc.12018
362. Matute, H. Illusions of causality: How they bias our everyday thinking and how they could be reduced / H. Matute, F. Blanco, I. Yarritu, M. Díaz-Lago, M.A. Vadillo, I. Barberia // *Frontiers in psychology*. – 2015. – №. 6. – Art. 888. DOI: 10.3389/fpsyg.2015.00888
363. McAdams, D.P. Power, intimacy, and the life story: Personological inquiries into identity / D.P. McAdams. – New York: Guilford Press, 1985. – 336 p.
364. McCabe, K.O., Fleeson, W. Are traits useful? Explaining trait manifestations as tools in the pursuit of goals / K.O. McCabe, W. Fleeson // *Journal of personality*

- and social psychology. – 2016. – Vol. 110, № 2. – P. 287–301. DOI: 10.1037/a0039490
365. McClelland, J.L., Rumelhart, D.E. An interactive activation model of context effects in letter perception: I. An account of basic findings / J.L. McClelland, D.E. Rumelhart // *Psychological review*. – 1981. – Vol. 88, № 5. – P. 375–407. DOI: 10.1037/0033-295X.88.5.375
366. McCrae, R.R., Costa, P.T., Jr. The five-factor theory of personality / R.R. McCrae, P.T. Costa, Jr. // *Handbook of personality: Theory and research* / O.P. John, R.W. Robins, L.A. Pervin (Eds.). – The Guilford Press, 2008. – P. 159–181.
367. McCrea, S.M. Construal level mind-sets moderate self- and social stereotyping / S.M. McCrea, F. Wieber, A.L. Myers // *Journal of personality and social psychology*. – 2012. – Vol. 102, № 1. – P. 51–68. DOI: 10.1037/a0026108
368. McCulloch, W.S., Pitts, W.H. A logical calculus of the ideas immanent in nervous activity / W.S. McCulloch, W.H. Pitts // *Bulletin of mathematical biophysics*. – 1943. – Vol. 5, № 4. – P. 115–133. DOI: 10.1007/BF02478259
369. McPherson, M. Birds of a feather: Homophily in social networks / M. McPherson, L. Smith-Lovin, J.M. Cook // *Annual review of sociology*. – 2001. – Vol. 27, № 1. – P. 415–444. DOI: 10.1146/annurev.soc.27.1.415
370. Mealey, L., Symmetry and perceived facial attractiveness: A monozygotic co-twin comparison / L. Mealey, R. Bridgstock, G.C. Townsend // *Journal of personality and social psychology*. – 1999. – Vol. 76, № 1. – P. 151–158. DOI: 10.1037/0022-3514.76.1.151
371. Mendoza-Denton, R. Person x Situation interactionism in self-encoding (I am...when...): Implications for affect regulation and social information processing / R. Mendoza-Denton, O. Ayduk, W. Mischel, Y. Shoda, A. Testa // *Journal of personality and social psychology*. – 2001. – Vol. 80, № 4. – P. 533–544. DOI: 10.1037//0022-3514.80.4.533
372. Merton, R.K. “The Self-Fulfilling Prophecy” / R.K. Merton // *The Antioch review*. – 1948. – Vol. 8, № 2. – P. 193–210. DOI: 10.2307/4609267

373. Mesoudi, A. Cultural evolution: how Darwinian theory can explain human culture and synthesize the social sciences / A. Mesoudi // *The British journal for the philosophy of science*. – 2019. – Vol. 70, № 3. – P. 773–805. DOI: 10.7208/chicago/9780226520452.001.0001
374. Miller, S.L. Self-protective biases in group categorization: Threat cues shape the psychological boundary between “us” and “them” / S.L. Miller, J.K. Maner, D.V. Becker // *Journal of personality and social psychology*. – 2010. – Vol. 99, № 1. – P. 62–77. DOI: 10.1037/a0018086
375. Misch, A. Anticipation of future cooperation eliminates minimal ingroup bias in children and adults / A. Misch, M. Paulus, Y. Dunham // *Journal of experimental psychology: General*. – 2021. – Vol. 150, № 10. – P. 2036–2056. DOI: 10.1037/xge0000899
376. Mischel, W. *Personality and assessment* / W. Mischel. – Psychology Press, 1968. – 380 p.
377. Mischel, W., Shoda, Y. A cognitive-affective system theory of personality: Reconceptualizing situations, dispositions, dynamics, and invariance in personality structure / W. Mischel, Y. Shoda // *Psychological review*. – 1995. – Vol. 102, № 2. – P. 246–268. DOI: 10.1037/0033-295X.102.2.246;
378. Mischel, W., Shoda, Y. Reconciling processing dynamics and personality dispositions / W. Mischel, Y. Shoda // *Annual review of psychology*. – 1998. – №. 49. – P. 229–258. DOI: 10.1146/annurev.psych.49.1.229
379. Molenaar, P.C.M., Campbell, C.G. The new person-specific paradigm in psychology / P.C.M. Molenaar, C.G. Campbell // *Current directions in psychological science*. – 2009. – Vol. 18, № 2. – P. 112–117. DOI: 10.1111/j.1467-8721.2009.01619.x
380. Molouki, S., Pronin, E. Self and other / S. Molouki, E. Pronin // *APA handbook of personality and social psychology*. V. 1. Attitudes and social cognition / M. Mikulincer, P.R. Shaver, E. Borgida, J.A. Bargh (Eds.). – American Psychological Association, 2015. – P. 387–414. DOI: 10.1037/14341-013

381. Montague, R. The proper treatment of quantification in ordinary English / R. Montague // *Philosophy, language, and artificial intelligence* / J. Kulas, J.H. Fetzer, T.L. Rankin (Eds.). – New York, NY: Springer, 1973. – P. 17–34.
382. Montoya, R.M. Is actual similarity necessary for attraction? A meta-analysis of actual and perceived similarity / R.M. Montoya, R.S. Horton, J. Kirchner // *Journal of social and personal relationships*. – 2008. – Vol. 25, № 6. – P. 889–922. DOI: 10.1177/0265407508096700
383. Moore, D.A., Small, D.A. Error and bias in comparative judgment: On being both better and worse than we think we are / D.A. Moore, D.A. Small // *Journal of personality and social psychology*. – 2007. – Vol. 92, № 6. – P. 972–989. DOI: 10.1037/0022-3514.92.6.972
384. Moran, J.M. What can the organization of the brain's default mode network tell us about self-knowledge? / J.M. Moran, W.M. Kelley, T.F. Heatherton // *Frontiers in human neuroscience*. – 2013. – № 7. – Art. 391. DOI: 10.3389/fnhum.2013.00391
385. Moran, T., Bar-Anan, Y. The effect of object-valence relations on automatic evaluation / T. Moran, Y. Bar-Anan // *Cognition and emotion*. – 2013. – Vol. 27, № 4. – P. 743–752. DOI: 10.1080/02699931.2012.732040
386. Moser, E.I. Grid cells and cortical representation / E.I. Moser, Y. Roudi, M.P. Witter, C. Kentros, T. Bonhoeffer, M.B. Moser // *Nature reviews. Neuroscience*. – 2014. – Vol. 15, № 7. – P. 466–481. DOI: 10.1038/nrn3766
387. Moskowitz, G.B. Preconscious control of stereotype activation through chronic egalitarian goals / G.B. Moskowitz, P.M. Gollwitzer, W. Wasel, B. Schaal // *Journal of personality and social psychology*. – 1999. – Vol. 77, № 1. – P. 167–184. DOI: 10.1037/0022-3514.77.1.167
388. Mou, W. Roles of egocentric and allocentric spatial representations in locomotion and reorientation / W. Mou, T.P. McNamara, B. Rump, C. Xiao // *Journal of experimental psychology: Learning, memory, and cognition*. – 2006. – Vol. 32, № 6. – P. 1274–1290. DOI: 10.1037/0278-7393.32.6.1274
389. Mullen, B., Riordan, C.A. Self-serving attributions for performance in naturalistic settings: A meta-analytic review / B. Mullen, C.A. Riordan // *Journal of applied*

- social psychology. – 1988. – Vol. 18, № 1. – P. 3–22. DOI: 10.1111/j.1559-1816.1988.tb00001.x
390. Murphy, N.A. Appearing smart: the impression management of intelligence, person perception accuracy, and behavior in social interaction / N.A. Murphy // *Personality & social psychology bulletin*. – 2007. – Vol. 33, № 3. – P. 325–339. DOI: 10.1177/0146167206294871
391. Murphy, N.A. Accurate intelligence assessments in social interactions: mediators and gender effects / N.A. Murphy, J.A. Hall, C.R. Colvin // *Journal of personality*. – 2003. – Vol. 71, № 3. – P. 465–493. DOI: 10.1111/1467-6494.7103008
392. Murphy, N.A. Who's smart? Beliefs about the expression of intelligence in social behavior / N.A. Murphy, J.A. Hall, L.S. LeBeau // *Representative research in social psychology*. – 2001. – №. 25. – P. 34–42.
393. Mussweiler, T. Comparison processes in social judgment: Mechanisms and consequences / T. Mussweiler // *Psychological review*. – 2003. – Vol. 110, № 3. – P. 472–489. DOI: 10.1037/0033-295X.110.3.472
394. Mussweiler, T. The Ups and downs of social comparison: Mechanisms of assimilation and contrast / T. Mussweiler, K. Rüter, K. Epstude // *Journal of personality and social psychology*. – 2004. – Vol. 87, № 6. – P. 832–844. DOI: 10.1037/0022-3514.87.6.832
395. Mussweiler, T., Strack, F. Consequences of social comparison: Selective accessibility, assimilation, and contrast / T. Mussweiler, F. Strack // *Handbook of social comparison: Theory and research*. – New York, NY: Kluwer Academic / Plenum Press Publishers, 2000. – P. 253–270. DOI: 10.1007/978-1-4615-4237-7\_13
396. Naukkarinen, O. Why beauty still cannot be measured / O. Naukkarinen // *Contemporary Aesthetics*. – 2010. – Vol. 8 / A. Arbor (Ed.). – MI: Michigan Publishing, University of Michigan Library. URL: <http://hdl.handle.net/2027/spo.7523862.0008.007> (дата обращения: 20.08.2023).
397. Nestler, S., Back, M.D. Using cross-classified structural equation models to examine the accuracy of personality judgments / S. Nestler, M.D. Back //



- Psychometrika. – 2017. – Vol. 82, № 2. – P. 475–497. DOI: 10.1007/s11336-015-9485-6
398. Newman, I.R. Rule-based reasoning is fast and belief-based reasoning can be slow: Challenging current explanations of belief-bias and base-rate neglect / I.R. Newman, M. Gibb, V.A. Thompson // *Journal of experimental psychology: Learning, memory, and cognition*. – 2017. – Vol. 43, № 7. – P. 1154–1170. DOI: 10.1037/xlm0000372
399. Nisbett, R.E., Wilson, T.D. Telling more than we can know: Verbal reports on mental processes / R.E. Nisbett, T.D. Wilson // *Psychological review*. – 1977. – Vol. 84, № 3. – P. 231–259. DOI: 10.4324/9780203496398-13
400. North, M.S., Fiske, S.T. A prescriptive intergenerational-tension ageism scale: Succession, identity, and consumption (SIC) / M.S. North, S.T. Fiske // *Psychological assessment*. – 2013. – Vol. 25, № 3. – P. 706–713. DOI: 10.1037/a0032367
401. Nussinson, R. Come a bit closer: Approach motor actions lead to feeling similar and behaviorally assimilating to others / R. Nussinson, B. Seibt, M. Häfner, F. Strack // *Social cognition*. – 2010. – Vol. 28, № 1. – P. 40–58. DOI: 10.1521/soco.2010.28.1.40
402. O’Keefe, J. Place units in the hippocampus of the freely moving rat / J. O’Keefe // *Experimental neurology*. – 1976. – Vol. 51, № 1. – P. 78–109. DOI: 10.1016/0014-4886(76)90055-8
403. O’Keefe, J., Dostrovsky, J. The hippocampus as a spatial map: Preliminary evidence from unit activity in the freely-moving rat / J. O’Keefe, J. Dostrovsky // *Brain research*. – 1971. – №. 34. – P. 171–175. DOI: 10.1016/0006-8993(71)90358-1
404. Ohman, A. The face in the crowd revisited: A threat advantage with schematic stimuli / A. Ohman, D. Lundqvist, F. Esteves // *Journal of personality and social psychology*. – 2001. – Vol. 80, № 3. – P. 381–396. DOI: 10.1037/0022-3514.80.3.381
405. Olson, M.A. Evidence for the underestimation of implicit in-group favoritism among low status groups / M.A. Olson, M.T. Crawford, W. Devlin // *Journal of*

- experimental social psychology. – 2009. – Vol. 45, № 5. – P. 1111–1116. DOI: 10.1016/j.jesp.2009.06.021
406. Olson, M.A., Fazio, R.H. Implicit attitude formation through classical conditioning / M.A. Olson, R.H. Fazio // Psychological science. – 2001. – Vol. 12, № 5. – P. 413–417. DOI: 10.1111/1467-9280.00376
407. Olson, M.A. Implicit learning of evaluative vs. Non-evaluative covariations: The role of dimension accessibility / M.A. Olson, R.V. Kendrick, R.H. Fazio // Journal of experimental social psychology. – 2009. – Vol. 45, № 2. – P. 398–403. DOI: 10.1016/j.jesp.2008.10.007
408. Oosterhof, N.N., Todorov, A. The functional basis of face evaluation / N.N. Oosterhof, A. Todorov // Proceedings of the National academy of sciences of the United States of America. – 2008. – Vol. 105, № 32. – P. 11087–11092. DOI: 10.1073/pnas.0805664105
409. Osterholz, S. Lens and dual lens models / S. Osterholz, S.M. Breil, S. Nestler, M.D. Back // The Oxford handbook of accurate personality judgment / T.D. Letzring, J.S. Spain (Eds.). – Oxford University Press. – 2021. – P. 45–60.
410. Over, H., Carpenter, M. Eighteen-month-old infants show increased helping following priming with affiliation / H. Over, M. Carpenter // Psychological science. – 2009. – Vol. 20, № 10. – P. 1189–1193. DOI: 10.1111/j.1467-9280.2009.02419.x
411. Pahl, S., Eiser, J.R. Valence, comparison focus and self-positivity biases: Does it matter whether people judge positive or negative traits? / S. Pahl, J.R. Eiser // Experimental psychology. – 2005. – Vol. 52, № 4. – P. 303–309. DOI: 10.1027/1618-3169.52.4.303
412. Park, B., Kraus, S. Consensus in initial impressions as a function of verbal information / B. Park, S. Kraus // Personality and social psychology bulletin. – 1992. – Vol. 18, № 4. – P. 439–446. DOI: 10.1177/0146167292184007
413. Paulhus, D.L. Screening for dark personalities: The Short Dark Tetrad (SD4) / D.L. Paulhus, E.E. Buckels, P.D. Trapnell, D.N. Jones // European journal of psychological assessment. – 2021. – Vol. 37, № 3. – P. 208–222. DOI: 10.1027/1015-5759/a000602

414. Paulhus, D.L., John, O.P. Egoistic and moralistic biases in self-perception: The interplay of self-deceptive styles with basic traits and motives / D.L. Paulhus, O.P. John // *Journal of personality*. – 1998. – Vol. 66, № 6. – P. 1025–1060. DOI: 10.1111/1467-6494.00041
415. Paulhus, D.L., Williams, K.M. The Dark Triad of personality: narcissism, Machiavellianism, and psychopathy / D.L. Paulhus, K.M. Williams // *Journal of research in personality*. – 2002. – Vol. 36, № 6. – P. 556–563. DOI: 10.1016/S0092-6566(02)00505-6
416. Payne, B.K. Prejudice and perception: The role of automatic and controlled processes in misperceiving a weapon / B.K. Payne // *Journal of personality and social psychology*. – 2001. – Vol. 81, № 2. – P. 181–192. DOI: 10.1037/0022-3514.81.2.181
417. Payne, B.K., Gawronski, B. A history of implicit social cognition: Where is it coming from? Where is it now? Where is it going? / B.K. Payne, B. Gawronski // *Handbook of implicit social cognition: Measurement, theory, and applications*. – The Guilford Press, 2010. – P. 1–15.
418. Perner, J., Wimmer, H. “John thinks that Mary thinks that...”: Attribution of second-order beliefs by 5- to 10-year-old children / J. Perner, H. Wimmer // *Journal of experimental child psychology*. – 1985. – Vol. 39, № 3. – P. 437–471. DOI: 10.1016/0022-0965(85)90051-7
419. Pettigrew, T.F., Hammann, K. Gordon Willard Allport: The nature of prejudice / T.F. Pettigrew, K. Hammann // *Classics of social science* / S. Salzborn (Ed.). – Wiesbaden, Germany: Springer, 2014. – P. 174–178.
420. Petty, R.E., Cacioppo, J.T. The elaboration likelihood model of persuasion / R.E. Petty, J.T. Cacioppo // *Advances in experimental social psychology*. – Vol. 19 / L. Berkowitz (Ed.). – San Diego, CA: Academic Press, 1986. – P. 123–205.
421. Petty, R.E., Wegener, D.T. Attitude change: Multiple roles for persuasion variables / R.E. Petty, D.T. Wegener // *The handbook of social psychology*. – Vol. 1 / D. Gilbert, S. Fiske, G. Lindzey (Eds.). – Oxford University Press, 1998. – P. 323–390.

422. Phills, C.E. Mind the gap: Increasing associations between the self and blacks with approach behaviors / C.E. Phills, K. Kawakami, E. Tabi, D. Nadolny, M. Inzlicht // *Journal of personality and social psychology*. – 2011. – Vol. 100, № 2. – P. 197–210. DOI: 10.1037/a0022159
423. Piaget, J. *The moral judgement of the child*. – New York: Free Press, 1932/1997. – 416 p.
424. Piantadosi, S.T. The logical primitives of thought: Empirical foundations for compositional cognitive models / S.T. Piantadosi, J.B. Tenenbaum, N.D. Goodman // *Psychological review*. – 2016. – Vol. 123, № 4. – P. 392–424. DOI: 10.1037/a0039980
425. Pietraszewski, D. Intergroup processes: Principles from an evolutionary perspective // *Social psychology: Handbook of basic principles (3rd edition)* / P. Van Lange, E.T. Higgins, A.W. Kruglanski (Eds.). – New York: Guilford, 2019. – P. 373–391.
426. Pleban, R., Tesser, A. The effects of relevance and quality of another's performance on interpersonal closeness / R. Pleban, A. Tesser // *Social psychology quarterly*. – 1981. – Vol. 44, № 3. – P. 278–285. DOI: 10.2307/3033841
427. Poirazi, P., Mel, B.W. Impact of active dendrites and structural plasticity on the memory capacity of neural tissue / P. Poirazi, B.W. Mel // *Neuron*. – 2001. – Vol. 29, № 3. – P. 779–796. DOI: 10.1016/s0896-6273(01)00252-5
428. Pollack, J.S. Negotiating with those like me: Similarity salience increases positive attitudes in imagined negotiation with an out-group member / J.S. Pollack, E.J. Parks-Stamm, N. Shaw, A.S. Weiner // *Peace and conflict: Journal of peace psychology*. – 2022. – Vol. 28, № 4. – P. 521–527. DOI: 10.1037/pac0000621
429. Pollmann, M., Finkenauer, C. Empathic forecasting: how do we predict other people's feelings? / M. Pollmann, C. Finkenauer // *Cognition and emotion*. – 2009. – Vol. 23, № 5. – P. 978-1001. DOI: 10.1080/02699930802264895
430. Posten, A.C., Mussweiler, T. When distrust frees your mind: The stereotype-reducing effects of distrust / A.C. Posten, T. Mussweiler // *Journal of personality and social psychology*. – 2013. – Vol. 105, № 4. – P. 567–584. DOI: 10.1037/a0033170

431. Pratto, F. Social dominance orientation: A personality variable predicting social and political attitudes / F. Pratto, J. Sidanius, L.M. Stallworth, B.F. Malle // *Journal of personality and social psychology*. – 1994. – Vol. 67, № 4. – P. 741–763. DOI: 10.1037/0022-3514.67.4.741
432. Premack, D.G., Woodruff, G. Does the chimpanzee have a theory of mind? / D.G. Premack, G. Woodruff // *Behavioral and brain sciences*. – 1978. – Vol. 1, № 4. – P. 515–526. DOI: 10.1017/S0140525X00076512
433. Prentice, D.A. Familiarity and differences in self- and other-representations / D.A. Prentice // *Journal of personality and social psychology*. – 1990. – Vol. 59, № 3. – P. 369–383. DOI: 10.1037//0022-3514.59.3.369
434. Priester, J.R., Petty, R.E. Extending the bases of subjective attitudinal ambivalence: Interpersonal and intrapersonal antecedents of evaluative tension / J.R. Priester, R.E. Petty // *Journal of personality and social psychology*. – 2001. – Vol. 80, № 1. – P. 19–34. DOI: 10.1037/0022-3514.80.1.19
435. Pronin, E. Objectivity in the eye of the beholder: Divergent perceptions of bias in Self versus Others / E. Pronin, T. Gilovich, L. Ross // *Psychological review*. – 2004. – Vol. 111, № 3. – P. 781–799. DOI: 10.1037/0033-295X.111.3.781
436. Pronin, E., Ross, L. Temporal differences in trait self-ascription: when the self is seen as an other / E. Pronin, L. Ross // *Journal of personality and social psychology*. – 2006. – Vol. 90, № 2. – P. 197–209. DOI: 10.1037/0022-3514.90.2.197
437. Pronin, E. Everyday magical powers: the role of apparent mental causation in the overestimation of personal influence / E. Pronin, D.M. Wegner, K. McCarthy, S. Rodriguez // *Journal of personality and social psychology*. – 2006. – Vol. 91, № 2. – P. 218–231. DOI: 10.1037/0022-3514.91.2.218
438. Pylyshyn, Z.W. What the mind's eye tells the mind's brain: A critique of mental imagery / Z.W. Pylyshyn // *Psychological bulletin*. – 1973. – Vol. 80, № 1. – P. 1–24. DOI: 10.1037/h0034650
439. Rao, R.P., Ballard, D.H. Predictive coding in the visual cortex: a functional interpretation of some extra-classical receptive-field effects / R.P. Rao,

- D.H. Ballard // *Nature neuroscience*. – 1999. – Vol. 2, № 1. – P. 79–87. DOI: 10.1038/4580
440. Raskin, R., Terry, H. A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity / R. Raskin, H. Terry // *Journal of personality and social psychology*. – 1988. – Vol. 54, № 5. – P. 890–902. DOI: 10.1037//0022-3514.54.5.890
441. Ratcliff, J.J. The hidden consequences of racial salience in videotaped interrogations and confessions / J.J. Ratcliff, G.D. Lassiter, V.M. Jager, M.J. Lindberg, J.K. Elek, A.E. Hasinski // *Psychology, public policy, and law*. – 2010. – Vol. 16, № 2. – P. 200–218. DOI: 10.1037/a0018482
442. Ratner, K.G. Visualizing minimal ingroup and outgroup faces: Implications for impressions, attitudes, and behavior / K.G. Ratner, R. Dotsch, D.H. Wigboldus, A. van Knippenberg, D.M. Amodio // *Journal of personality and social psychology*. – 2014. – Vol. 106, № 6. – P. 897–911. DOI: 10.1037/a0036498
443. Raty, H., Snellman, L. Children's images of an intelligent person / H. Raty, L. Snellman // *Journal of social behavior & personality*. – 1997. – Vol. 12, № 3. – P. 773–784.
444. Rau, R. What is the structure of perceiver effects? On the importance of global positivity and trait-specificity across personality domains and judgment contexts / R. Rau, E.N. Carlson, M.D. Back, M. Barranti, J.E. Gebauer, L.J. Human, D. Leising, S. Nestler // *Journal of personality and social psychology*. – 2021. – Vol. 120, № 3. – P. 745–764. DOI: 10.1037/pspp0000278
445. Rau, R. Positivity in peer perceptions over time: Personality explains variation at zero-acquaintance, popularity explains differential change / R. Rau, E.N. Carlson, M. Dufner, K. Geukes, L. Kraft, S. Krause, L. Nikoleizig, S. Nestler, M.D. Back // *Journal of personality and social psychology*. – 2022. – Vol. 123, № 2. – P. 423–443. DOI: 10.1037/pspp0000407
446. Rauthmann, J.F., Kolar, G.P. The perceived attractiveness and traits of the Dark Triad: Narcissists are perceived as hot, Machiavellians and psychopaths not /

- J.F. Rauthmann, G.P. Kolar // *Personality and individual differences*. – 2013. – Vol. 54, № 5. – P. 582–586. DOI: 10.1016/j.paid.2012.11.005
447. Reynolds, D.J., Jr., Gifford, R. The sounds and sights of intelligence: A lens model channel analysis / D.J. Reynolds, Jr., R. Gifford // *Personality and Social Psychology Bulletin*. – 2001. – Vol. 27, № 2. – P. 187–200. DOI: 10.1177/0146167201272005
448. Richards, C.L. Epigenetics: Linking genotype and phenotype in development and evolution / C.L. Richards // *Integrative and comparative biology*. – 2012. – Vol. 52, № 4. – P. 547–549. DOI: 10.1093/icb/ics108
449. Roese, N.J., Olson, J.M. Better, stronger, faster: Self-serving judgement, affect regulation, and the optimal vigilance hypothesis / N.J. Roese, J.M. Olson // *Perspectives on psychological science*. – 2007. – Vol. 2, № 2. – P. 124–141. DOI: 10.1111/j.1745-6916.2007.00033.x
450. Roese, N.J., Vohs, K.D. “Hindsight bias” / N.J. Roese, K.D. Vohs // *Perspectives on psychological science*. – 2012. – №. 7. – P. 411–426. DOI: 10.1177/1745691612454303
451. Rosenbaum, M.E. The repulsion hypothesis: On the nondevelopment of relationships / M.E. Rosenbaum // *Journal of personality and social psychology*. – 1986. – Vol. 51, № 6. – P. 1156–1166. DOI: 10.1037/0022-3514.51.6.1156
452. Rosenberg, S. A multidimensional approach to the structure of personality impressions / S. Rosenberg, C. Nelson, P.S. Vivekananthan // *Journal of personality and social psychology*. – 1968. – Vol. 9, № 4. – P. 283–294. DOI: 10.1037/h0026086
453. Ross, L. The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process / L. Ross // *Advances in experimental social psychology*. – Vol. 10. / L. Berkowitz (Ed.). – New York: Academic Press, 1977. – P. 173–220. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60357-3
454. Ross, L., Ward, A. Naive realism in everyday life: Implications for social conflict and misunderstanding / L. Ross, A. Ward // *Values and knowledge* / E.S. Reed,

- E. Turiel, T. Brown (Eds.). – Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1996. – P. 103–135.
455. Ross, M., Sicoly, F. Egocentric biases in availability and attribution / M. Ross, F. Sicoly // *Journal of personality and social psychology*. – 1979. – Vol. 37, № 3. – P. 322–336. DOI: 10.1037/0022-3514.37.3.322
456. Rudman, L.A., Goodwin, S.A. Gender differences in automatic in-group bias: Why do women like women more than men like men? / L.A. Rudman, S.A. Goodwin // *Journal of personality and social psychology*. – 2004. – Vol. 87, № 4. – P. 494–509. DOI: 10.1037/0022-3514.87.4.494
457. Rudolph, A. Easier when done than said!: Implicit self-esteem predicts observed or spontaneous behavior, but not self-reported or controlled behavior / A. Rudolph, M. Schröder-Abé, M. Riketta, A. Schütz // *Journal of psychology*. – 2010. – Vol. 218, № 1. – P. 12–19. DOI: 10.1027/0044-3409/a000003
458. Ryan, R.M., Deci, E.L. Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being / R.M. Ryan, E.L. Deci // *American Psychologist*. – 2000. – Vol. 55, № 1. – P. 68–78. DOI: 10.1037/0003-066X.55.1.68
459. Salovey, P., Rodin, J. Provoking jealousy and envy: Domain relevance and self-esteem threat / P. Salovey, J. Rodin // *Journal of social and clinical psychology*. – 1991. – Vol. 10, № 4. – P. 395–413. DOI: 10.1521/jscp.1991.10.4.395
460. Sarkar, A. Knowledge of wealth shapes social impressions / A. Sarkar, D. Nithyanand, F. Sella, R. Sarkar, I. Mäkelä, R. Cohen Kadosh, A. Elliot, J. Thompson // *Journal of experimental psychology: Applied*. – 2020. – Vol. 28, № 1. DOI: 10.1037/xap0000304
461. Savitsky, K. The closeness-communication bias: Increased egocentrism among friends versus strangers / K. Savitsky, B. Keysar, N. Epley, T. Carter, A. Swanson // *Journal of experimental social psychology*. – 2011. – Vol. 47, № 1. – P. 269–273. DOI: 10.1016/j.jesp.2010.09.005
462. Schäfer, S. Distinctiveness effects in self-prioritization / S. Schäfer, D. Wentura, C. Frings // *Visual cognition*. – 2017. – Vol. 25, № 1–3. – P. 399–411. DOI: 10.1080/13506285.2017.1346739



463. Schäfer, S. When selfprioritization crosses the senses: Crossmodal self-prioritization demonstrated between vision and touch / S. Schäfer, A.K. Wesslein, C. Spence, C. Frings // *British journal of psychology*. – 2020. – Vol. 112, № 3. – P. 573–584. DOI: 10.1111/bjop.12483
464. Scheller, M., Sui, J. The power of the self: Anchoring information processing across contexts / M. Scheller, J. Sui // *Journal of experimental psychology. Human perception and performance*. – 2022. – Vol. 48, № 9. – P. 1001–1021. DOI: 10.1037/xhp0001017
465. Schwarz, N., Bless, H. Mental construal processes: The Inclusion/Exclusion Model / N. Schwarz, H. Bless // *Assimilation and contrast in social psychology* / D.A. Stapel, J. Suls (Eds.). – Psychology Press, 2007. – P. 119–141.
466. Sears, D.O. The person-positivity bias / D.O. Sears // *Journal of personality and social psychology*. – 1983. – Vol. 44, № 2. – P. 233–250. DOI: 10.1037/0022-3514.44.2.233
467. Selfhout, M. In the eye of the beholder: Perceived, actual, and peer-rated similarity in personality, communication, and friendship intensity during the acquaintanceship process / M. Selfhout, J. Denissen, S. Branje, W. Meeus // *Journal of personality and social psychology*. – 2009. – Vol. 96, № 6. – P. 1152–1165. DOI: 10.1037/a0014468
468. Sels, L. Partner-expected affect: How you feel now is predicted by how your partner thought you felt before / L. Sels, E. Ceulemans, P. Kuppens // *Emotion*. – 2017. – Vol. 17, № 7. – P. 1066–1077. DOI: 10.1037/emo0000304
469. Senghas, A. Intergenerational influence and ontogenetic development in the emergence of spatial grammar in Nicaraguan sign language / A. Senghas // *Cognitive development*. – 2003. – Vol. 18, № 4. – P. 511–531. DOI: 10.1016/j.cogdev.2003.09.006
470. Sezer, O. Humblebragging: A distinct and ineffective self-presentation strategy / O. Sezer, F. Gino, M.I. Norton // *Journal of personality and social psychology*. – 2018. – Vol. 114, № 1. – P. 52–74. DOI: 10.1037/pspi0000108

471. Shackelford, T.K., Larsen, R.J. Facial attractiveness and physical health / T.K. Shackelford, R.J. Larsen // *Evolution and human behavior*. – 1999. – Vol. 20, № 1. – P. 71–76. DOI: 10.1016/S1090-5138(98)00036-1
472. Shadlen, M.N., Newsome, W.T. The variable discharge of cortical neurons: Implications for connectivity, computation, and information coding / M.N. Shadlen, W.T. Newsome // *The journal of neuroscience*. – 1998. – Vol. 18, № 10. – P. 3870–3896. DOI: 10.1523/JNEUROSCI.18-10-03870
473. Shenhav, A. Decomposing the motivation to exert mental effort / A. Shenhav, M.P. Fahey, I. Grahek // *Current directions in psychological science*. – 2021. – Vol. 30, № 4. – P. 307–314. DOI: 10.1177/09637214211009510
474. Sherman, J.W. Attentional processes in stereotype formation: A common model for category accentuation and illusory correlation / J.W. Sherman, J.K. Kruschke, S.J. Sherman, E.J. Percy, J.V. Petrocelli, F.R. Conrey // *Journal of personality and social psychology*. – 2009. – Vol. 96, № 2. – P. 305–323. DOI: 10.1037/a0013778
475. Sherman, R.A. The independent effects of personality and situations on real-time expressions of behavior and emotion / R.A. Sherman, J.F. Rauthmann, N.A. Brown, D.G. Serfass, A.B. Jones // *Journal of personality and social psychology*. – 2015. – Vol. 109, № 5. – P. 872–888. DOI: 10.1037/pspp0000036
476. Sherman, S.J., Gorkin, L. Attitude bolstering when behavior is inconsistent with central attitudes / S.J. Sherman, L. Gorkin // *Journal of experimental social psychology*. – 1980. – Vol. 16, № 4. – P. 388–403. DOI: 10.1016/0022-1031(80)90030-X
477. Shweder, R.A., Haidt, J. The future of moral psychology: Truth, intuition, and the pluralist way / R.A. Shweder, J. Haidt // *Psychological science*. – 1993. – Vol. 4, № 6. – P. 360–365. DOI: 10.1111/j.1467-9280.1993.tb00582.x
478. Shweder, R.A. The “big three” of morality (autonomy, community, and divinity), and the “big three” explanations of suffering / R.A. Shweder, N.C. Much, M. Mahapatra, L. Park // *Morality and health* / A. Brandt, P. Rozin (Eds.). – New York: Routledge, 1997. – P. 119–169.

479. Silvia, P. Self-awareness and emotional intensity / P. Silvia // *Cognition & emotion*. – 2002. – Vol. 16, № 2. – P. 195–216. DOI: 10.1080/02699930143000310
480. Simon, B. When self-categorization makes sense: The role of meaningful social categorization in minority and majority members' self-perception / B. Simon, C. Hastedt, B. Aufderheide // *Journal of personality and social psychology*. – 1997. – Vol. 73, № 2. – P. 310–320. DOI: 10.1037/0022-3514.73.2.310
481. Skinner, A.L. Acquiring group bias: Observing other people's nonverbal signals can create social group biases / A.L. Skinner, K.R. Olson, A.N. Meltzoff // *Journal of personality and social psychology*. – 2020. – Vol. 119, № 4. – P. 824–838. DOI: 10.1037/pspi0000218
482. Sloman, S.A. The empirical case for two systems of reasoning / S.A. Sloman // *Psychological bulletin*. – 1996. – Vol. 119, № 1. – P. 3–22. DOI: 10.1037/0033-2909.119.1.3
483. Smith, P.K., Trope, Y. You focus on the forest when you're in charge of the trees: Power priming and abstract information processing / P.K. Smith, Y. Trope // *Journal of personality and social psychology*. – 2006. – Vol. 90, № 3. – P. 578–596. DOI: 10.1037/0022-3514.90.4.578
484. Snyder, M., Swann, W.B. Hypothesis-testing processes in social interaction / M. Snyder, W.B. Swann // *Journal of personality and social psychology*. – 1978. – Vol. 36, № 11. – P. 1202–1212. DOI: 10.1037/0022-3514.36.11.1202
485. Soler, C. Facial attractiveness in men provides clues to semen quality / C. Soler, M. Núñez, R. Gutiérrez, J. Núñez, P. Medina, M. Sancho, J. Álvarez, A. Núñez // *Evolution and human behavior*. – 2003. – Vol. 24, № 3. – P. 199–207. DOI: 10.1016/S1090-5138(03)00013-8
486. Srivastava, S. Perceiving others' personalities: Examining the dimensionality, assumed similarity to the self, and stability of perceiver effects / S. Srivastava, S. Guglielmo, J.S. Beer // *Journal of personality and social psychology*. – 2010. – Vol. 98, № 3. – P. 520–534. DOI: 10.1037/a0017057

487. Stanovich, K.E., West, R.F. Individual differences in reasoning: Implications for the rationality debate? / K.E. Stanovich, R.F. West // Behavioral and brain sciences. – 2000. – Vol. 23, № 5. – P. 645–665. DOI: 10.1017/S0140525X00003435
488. Stanovich, K.E. Myside bias, rational thinking, and intelligence / K.E. Stanovich, R.F. West, M.E. Toplak // Current directions in psychological science. – 2013. – Vol. 22, № 4. – P. 259–264. DOI: 10.1177/0963721413480174
489. Stapel, D.A., Koomen, W. I, we, and the effects of others on me: How self-construal level moderates social comparison effects / D.A. Stapel, W. Koomen // Journal of personality and social psychology. – 2001. – Vol. 80, № 5. – P. 766–781. DOI: 10.1037/0022-3514.80.5.766
490. Stellar, J.E., Willer, R. Unethical and inept? The influence of moral information on perceptions of competence / J.E. Stellar, R. Willer // Journal of personality and social psychology. – 2018. – Vol. 114, № 2. – P. 195–210. DOI: 10.1037/pspa0000097
491. Stevens, G. Education and attractiveness in marriage choices / G. Stevens, D. Owens, E.C. Schaefer // Social psychology quarterly. – 1990. – Vol. 53, № 1. – P. 62–70. DOI: 10.2307/2786870
492. Stevens, S.T. Political exclusion and discrimination in social psychology: Lived experiences and solutions / S.T. Stevens, L. Jussim, S.M. Anglin, R. Contrada, C.A. Welch, J.S. LaBrecque, M. Motyl, J. Duarte, S. Terbeck, W. Sowden, J. Edlund, W.K. Campbell // The politics of social psychology / J.T. Crawford, L.J. Jussim (Eds.). – New York, NY: Routledge, 2017. – P. 210–244. DOI: 10.4324/9781315112619
493. Storms, M.D. Videotape and the attribution process: Reversing actors' and observers' points of view / M.D. Storms // Journal of personality and social psychology. – 1973. – Vol. 27, № 2. – P. 165–175. DOI: 10.1037/h0034782
494. Strack, F., Deutsch, R. Reflective and impulsive determinants of social behavior / F. Strack, R. Deutsch // Personality and social psychology review: An official journal of the society for personality and social psychology. – 2004. – Vol. 8, № 3. – P. 220–247. DOI: 10.1207/s15327957pspr0803\_1

495. Strack, F., Deutsch, R. The duality of everyday life: Dual-process and dual system models in social psychology / F. Strack, R. Deutsch // *APA handbook of personality and social psychology*. – Vol. 1. Attitudes and social cognition / M. Mikulincer, P.R. Shaver, E. Borgida, J.A. Bargh (Eds.). – American Psychological Association, 2015. – P. 891–927. DOI: 10.1037/14341-028
496. Sui, J. Electrophysiological correlates of self-prioritization / J. Sui, X. He, M. Golubickis, S.L. Svensson, C. Neil Macrae // *Consciousness and cognition*. – 2023. – Vol. 108. – Art. 103475. DOI: 10.1016/j.concog.2023.103475
497. Sui, J. Perceptual effects of social salience: Evidence from self-prioritization effects on perceptual matching / J. Sui, X. He, G.W. Humphreys // *Journal of experimental psychology. Human perception and performance*. – 2012. – Vol. 38, № 5. – P. 1105–1117. DOI: 10.1037/a0029792
498. Sui, J., Humphreys, G.W. The integrative self: How self-reference integrates perception and memory / J. Sui, G.W. Humphreys // *Trends in cognitive sciences*. – 2015. – Vol. 19, № 12. – P. 719–728. DOI: 10.1016/j.tics.2015.08.015
499. Sui, J., Liu, C.H. Can beauty be ignored? Effects of facial attractiveness on covert attention / J. Sui, C.H. Liu // *Psychonomic bulletin & review*. – 2009. – Vol. 16, № 2. – P. 276–281. DOI: 10.3758/PBR.16.2.276
500. Swire, B. The role of familiarity in correcting inaccurate information / B. Swire, U.K.H. Ecker, S. Lewandowsky // *Journal of experimental psychology: Learning, memory, and cognition*. – 2017. – Vol. 43, № 12. – P. 1948–1961. DOI: 10.1037/xlm0000422
501. Symons, C.S., Johnson, B.T. The self-reference effect in memory: A meta-analysis / C.S. Symons, B.T. Johnson // *Psychological bulletin*. – 1997. – Vol. 121, № 3. – P. 371–394. DOI: 10.1037/0033-2909.121.3.371
502. Tajfel, H. Cognitive aspects of prejudice / H. Tajfel // *Journal of social issues*. – 1969. – Vol. 25, № 4. – P. 79–97. DOI: 10.1111/j.1540-4560.1969.tb00620.x
503. Tajfel, H. Experiments in intergroup discrimination / H. Tajfel // *Scientific American*. – 1970. – Vol. 223, № 5. – P. 96–102.

504. Tajfel, H., Turner, J. An integrative theory of intergroup conflict / H. Tajfel, J. Turner // *Intergroup relations: Essential readings* / M.A. Hogg, D. Abrams (Eds.). – Psychology Press, 2001. – P. 94–109.
505. Tan, D.T., Singh, R. Attitudes and attraction: A developmental study of the similarity attraction and dissimilarity repulsion hypotheses / D.T. Tan, R. Singh // *Personality and social psychology bulletin*. – 1995. – Vol. 21, № 9. – P. 975–986. DOI: 10.1177/0146167295219011
506. Taube, J.S. Head-direction cells recorded from the postsubiculum in freely moving rats. II. Effects of environmental manipulations / J.S. Taube, R.U. Muller, J.B. Ranck, Jr. // *The journal of neuroscience: The official journal of the society for neuroscience*. – 1990. – Vol. 10, № 2. – P. 436–447. DOI: 10.1523/JNEUROSCI.10-02-00436.1990
507. Taylor, S.E., Fiske, S.T. Salience, attention, and attribution: Top of the head phenomena / S.E. Taylor, S.T. Fiske // *Advances in experimental social psychology*. – 1978. – №. 11. – P. 249–288. DOI: 10.1016/s0065-2601(08)60009-x
508. Taylor, S.E. Categorical and contextual bases of person memory and stereotyping / S.E. Taylor, S.T. Fiske, N.L. Etcoff, A.J. Ruderman // *Journal of personality and social psychology*. – 1978. – Vol. 36, № 7. – P. 778–793. DOI: 10.1037/0022-3514.36.7.778
509. ten Brinke, L. Psychopathic personality traits predict competitive wins and cooperative losses in negotiation / L. ten Brinke, P.J. Black, S. Porter, D.R. Carney // *Personality and individual differences*. – 2015. – №. 79. – P. 116–122. DOI: 10.1016/j.paid.2015.02.001
510. Tesser, A. Toward a self-evaluation maintenance model of social behavior / A. Tesser // *Advances in experimental social psychology. Social psychological studies of the self: Perspectives and programs* / L. Berkowitz (Ed.). – Academic Press, 1988. – Vol. 21. – P. 181–227.
511. Tesser, A., Campbell, J. Self-definition: The impact of the relative performance and similarity of others / A. Tesser, J. Campbell // *Social psychology quarterly*. – 1980. – Vol. 43, № 3. – P. 341–346. DOI: 10.2307/3033737

512. Tesser, A., Smith, J. Some effects of task relevance and friendship on helping: You don't always help the one you like / A. Tesser, J. Smith // *Journal of experimental social psychology*. – 1980. – Vol. 16, № 6. – P. 582–590. DOI: 10.1016/0022-1031(80)90060-8
513. Todorov, A. The obligatory nature of holistic processing of faces in social judgments / A. Todorov, V. Loehr, N.N. Oosterhof // *Perception*. – 2010. – Vol. 39, № 4. – P. 514–532. DOI: 10.1068/p6501
514. Tolman, E.C. Cognitive maps in rats and men / E.C. Tolman // *Psychological review*. – 1948. – Vol. 55, № 4. – P. 189–208. DOI: 10.1037/h0061626
515. Topolinski, S., Strack, F. The architecture of intuition: Fluency and affect determine intuitive judgments of semantic and visual coherence and judgments of grammaticality in artificial grammar learning / S. Topolinski, F. Strack // *Journal of experimental psychology: General*. – 2009. – Vol. 138, № 1. – P. 39–63. DOI: 10.1037/a0014678
516. Tovote, P. Neuronal circuits for fear and anxiety / P. Tovote, J.P. Fadok, A. Lüthi // *Nature reviews. Neuroscience*. – 2015. – Vol. 16, № 6. – P. 317–331. DOI: 10.1038/nrn3945
517. Triandis, H.C. Allocentric versus idiocentric tendencies: Convergent and discriminant validation / H.C. Triandis, K. Leung, M.J. Villareal, F.I. Clack // *Journal of research in personality*. – 1985. – Vol. 19, № 4. – P. 395–415. DOI:10.1016/0092-6566(85)90008-X
518. Trippas, D. Logic brightens my day: Evidence for implicit sensitivity to logical validity / D. Trippas, S.J. Handley, M.F. Verde, K. Morsanyi // *Journal of experimental psychology: Learning, memory, and cognition*. – 2016. – Vol. 42, № 9. – P. 1448–1457. DOI: 10.1037/xlm0000248
519. Tskhay, K.O. Charisma in everyday life: Conceptualization and validation of the General Charisma Inventory / K.O. Tskhay, R. Zhu, C. Zou, N.O. Rule // *Journal of personality and social psychology*. – 2018. – Vol. 114, № 1. – P. 131–152. DOI: 10.1037/pspp0000159

520. Turiel, E. The development of social knowledge: Morality and convention / E. Turiel. – England: Cambridge University Press, 1983. – 252 p.
521. Turk, D.J. Self-memory biases in explicit and incidental encoding of trait adjectives / D.J. Turk, S.J. Cunningham, C.N. Macrae // *Consciousness and cognition*. – 2008. – Vol. 17, № 3. – P. 1040–1045. DOI: 10.1016/j.concog.2008.02.004
522. Tversky, A., Kahneman, D. The framing of decisions and the psychology of choice / A. Tversky, D. Kahneman // *Science (New York, N.Y.)*. – 1981. – Vol. 211, № 4481. – P. 453–458. DOI: 10.1126/science.7455683
523. van der Heiden, L. Inter-individual differences in successful perspective taking during pain perception mediates emotional responsiveness in self and others: an fMRI study / L. van der Heiden, S. Scherpiet, L. Konicar, N. Birbaumer, R. Veit // *NeuroImage*. – 2013. – №. 65. – P. 387–394. DOI: 10.1016/j.neuroimage.2012.10.003
524. Van Dessel, P. The mere exposure instruction effect: Mere exposure instructions influence liking / P. Van Dessel, G. Mertens, C.T. Smith, J. De Houwer // *Experimental psychology*. – 2017. – Vol. 64, № 5. – P. 299–314. DOI: 10.1027/1618-3169/a000376
525. Vazire, S. Who knows what about a person? The self–other knowledge asymmetry (SOKA) model / S. Vazire // *Journal of personality and social psychology*. – 2010. – Vol. 98, № 2. – P. 281–300. DOI: 10.1037/a0017908
526. Walther, E., Langer, T. Attitude formation and change through association: An evaluative conditioning account / E. Walther, T. Langer // *Attitudes and attitude change* / W.D. Crano, R. Prislin (Eds.). – Psychology Press, 2008. – P. 87–109.
527. Wang, R.F., Spelke, E.S. Updating egocentric representations in human navigation / R.F. Wang, E.S. Spelke // *Cognition*. – 2000. – Vol. 77, № 3. – P. 215–250. DOI: 10.1016/s0010-0277(00)00105-0
528. Wang, Y.A. Egocentric anchoring-and-adjustment underlies social inferences about known others varying in similarity and familiarity / Y.A. Wang, A.J. Simpson, A.R. Todd // *Journal of experimental psychology: General*. – 2023. – Vol. 152, № 4. – P. 1011–1029. DOI: 10.1037/xge0001313



529. Weber, J.G. The nature of ethnocentric attribution bias: In-group protection or enhancement? / J.G. Weber // *Journal of experimental social psychology*. – 1994. – №. 30. – P. 482–504. DOI: 10.1006/jesp.1994.1023
530. Werner, C., Parmelee, P. Similarity of activity preferences among friends: Those who play together stay together / C. Werner, P. Parmelee // *Social psychology quarterly*. – 1979. – Vol. 42, № 1. – P. 62–66. DOI: 10.2307/3033874
531. Wessels, N.M. Differential associations of knowing and liking with accuracy and positivity bias in person perception / N.M. Wessels, J. Zimmermann, J.C. Biesanz, D. Leising // *Journal of personality and social psychology*. – 2020. – Vol. 118, № 1. – P. 149–171. DOI: 10.1037/pspp0000218
532. Wetzel, C.G., Insko, C.A. The similarity–attraction relationship: Is there an ideal one? / C.G. Wetzel, C.A. Insko // *Journal of experimental social psychology*. – 1982. – Vol. 18, № 3. – P. 253–276. DOI: 10.1016/0022-1031(82)90053-1
533. Wicker, B. Both of us disgusted in my insula: The common neural basis of seeing and feeling disgust / B. Wicker, C. Keysers, J. Plailly, J.P. Royet, V. Gallese, G. Rizzolatti // *Neuron*. – 2003. – Vol. 40, № 3. – P. 655–664. DOI: 10.1016/s0896-6273(03)00679-2
534. Wicklund, R.A. Objective self-awareness / R.A. Wicklund // *Advances in experimental social psychology*. – 1975. – №. 8. – P. 233–275. DOI: 10.1016/S0065-2601(08)60252-X
535. Wiggins, J.S. Agency and communion as conceptual coordinates for the understanding and measurement of interpersonal behavior / J.S. Wiggins // *Thinking clearly about psychology: Essays in honor of Paul E. Meehl*. – Vol. 1. Matters of public interest; Vol. 2. Personality and psychopathology / D. Cicchetti, W.M. Grove (Eds.). – University of Minnesota Press, 1991. – P. 89–113.
536. Wills, T.A. Downward comparison principles in social psychology / T.A. Wills // *Psychological bulletin*. – 1981. – Vol. 90, № 2. – P. 245–271. DOI: 10.1037/0033-2909.90.2.245
537. Wilson, T.D. The pleasures of uncertainty: prolonging positive moods in ways people do not anticipate / T.D. Wilson, D.B. Centerbar, D.B. Kermer, D.T. Gilbert

- // *Journal of personality and social psychology*. – 2005. – Vol. 88, № 1. – P. 5–21. DOI: 10.1037/0022-3514.88.1.5
538. Wilson, T.D. A model of dual attitudes / T.D. Wilson, S. Lindsey, T.Y. Schooler // *Psychological review*. – 2000. – Vol. 107, № 1. – P. 101–126. DOI: 10.1037/0033-295X.107.1.101
539. Wojciszke, B. Morality and competence in person- and self-perception / B. Wojciszke // *European review of social psychology*. – 2005. – №. 16. – P. 155–188. DOI: 10.1080/10463280500229619
540. Wozniak, M., Knoblich, G. Self-prioritization of fully unfamiliar stimuli / M. Wozniak, G. Knoblich // *Quarterly journal of experimental psychology: Human experimental psychology*. – 2019. – Vol. 72, № 8. – P. 2110–2120. DOI: 10.1177/1747021819832981
541. Wright, A.G., Simms, L.J. A metastructural model of mental disorders and pathological personality traits / A.G. Wright, L.J. Simms // *Psychological medicine*. – 2015. – Vol. 45, № 11. – P. 2309–2319. DOI: 10.1017/S0033291715000252
542. Zajonc, R.B. Attitudinal effects of mere exposure / R.B. Zajonc // *Journal of personality and social psychology*. – 1968. – Vol. 9, № 2. – P. 1–27. DOI: 10.1037/h0025848
543. Zajonc, R.B. Feeling and thinking: Preferences need no inferences / R.B. Zajonc // *American psychologist*. – 1980. – Vol. 35, № 2. – P. 151–175. DOI: 10.1037/0003-066X.35.2.151
544. Zárate, M.A. Neurocognitive underpinnings of face perception: Further evidence of distinct person and group perception processes / M.A. Zárate, C.J. Stoeber, M.K. MacLin, C.J. Arms-Chavez // *Journal of personality and social psychology*. – 2008. – Vol. 94, № 1. – P. 108–115. DOI: 10.1037/0022-3514.94.1.108
545. Zebrowitz, L.A. Looking smart and looking good: Facial cues to intelligence and their origins / L.A. Zebrowitz, J.A. Hall, N.A. Murphy, G. Rhodes // *Personality and social psychology bulletin*. – 2002. – Vol. 28, № 2. – P. 238–249. DOI: 10.1177/0146167202282009

546. Zebrowitz, L.A., Montepare, J.M. Social psychological face perception: Why appearance matters / L.A. Zebrowitz, J.M. Montepare // *Social and personality psychology compass*. – 2008. – Vol. 2, № 3. – A. 1497. DOI: 10.1111/j.1751-9004.2008.00109.x
547. Zebrowitz, L.A., Rhodes, G. Sensitivity to “bad genes” and the anomalous face overgeneralization effect: Cue validity, cue utilization, and accuracy in judging intelligence and health / L.A. Zebrowitz, G. Rhodes // *Journal of nonverbal behavior*. – 2004. – Vol. 28, № 3. – P. 167–185. DOI: 10.1023/B:JONB.0000039648.30935.1b
548. Zelli, A. The distinction between beliefs legitimizing aggression and deviant processing of social cues: testing measurement validity and the hypothesis that biased processing mediates the effects of beliefs on aggression. Conduct Problems Prevention Research Group / A. Zelli, K.A. Dodge, J.E. Lochman, R.D. Laird // *Journal of personality and social psychology*. – 1999. – Vol. 77, № 1. – P. 150–166. DOI: 10.1037//0022-3514.77.1.150
549. Zhang, H., Ekstrom, A. Human neural systems underlying rigid and flexible forms of allocentric spatial representation / H. Zhang, A. Ekstrom // *Human brain mapping*. – 2013. – Vol. 34, № 5. – P. 1070–1087. DOI: 10.1002/hbm.21494
550. Zhou, L.-F. Twofold advantages of face processing with or without visual awareness / L.-F. Zhou, K. Wang, L. He, M. Meng // *Journal of experimental psychology: Human perception and performance*. – 2021. – Vol. 47, № 6. – P. 784–794. DOI: 10.1037/xhp0000915
551. Zimmermann, J. Integrating structure and dynamics in personality assessment: First steps toward the development and validation of a personality dynamics diary / J. Zimmermann, W.C. Woods, S. Ritter, M. Happel, O. Masuhr, U. Jaeger, C. Spitzer, A.G.C. Wright // *Psychological assessment*. – 2019. – Vol. 31, № 4. – P. 516–531. DOI: 10.1037/pas0000625

## **ПРИЛОЖЕНИЯ**

### Шкала общего отношения к объекту восприятия

Щебетенко С.А., Балева М.В., Корниенко Д.С. Стереотип и социальная угроза как факторы восприятия иммигрантов русскими // Вестник Пермского государственного института искусства и культуры. 2007. 3(1). С. 57–69.

**Инструкция.** Ниже приведено несколько утверждений о девушке из видеоролика. Определите степень Вашего согласия с каждым из них.

совершенно не согласен	не согласен	скорее не согласен	нечто среднее	скорее согласен	согласен	совершенно согласен
1	2	3	4	5	6	7

1. Мне понравился этот человек	1	2	3	4	5	6	7
2. На мой взгляд, он/она является умным человеком	1	2	3	4	5	6	7
3. Этот человек вызвал у меня отвращение	1	2	3	4	5	6	7
4. Я разделяю ценности этого человека	1	2	3	4	5	6	7
5. Я не представляю, как бы я жил(а) по соседству с этим человеком	1	2	3	4	5	6	7
6. Мне было приятно слышать ответы этого человека	1	2	3	4	5	6	7
7. Я не представляю, о чем можно поговорить с этим человеком	1	2	3	4	5	6	7
8. Я не хотел(а) бы ехать с этим человеком в одном купе	1	2	3	4	5	6	7
9. Мне было бы интересно встретиться с этим человеком	1	2	3	4	5	6	7
10. Этот человек вызывает у меня симпатию	1	2	3	4	5	6	7
11. Если бы этому человеку понадобилась моя помощь, я помог(ла) бы ему/ей	1	2	3	4	5	6	7
12. Этот человек мне <b>не</b> интересен	1	2	3	4	5	6	7
13. Я не стал(а) бы знакомиться с этим человеком	1	2	3	4	5	6	7
14. Этот человек раздражает меня	1	2	3	4	5	6	7
15. Образ жизни этого человека для меня неприемлем	1	2	3	4	5	6	7

**Ключ:**

Когнитивный компонент: +2,+4,-7(обратный),-12(обратный),-15(обратный)

Эмоциональный компонент: +1,-3(обратный),+6,+10,-14(обратный)

Поведенческий компонент: -5(обратный),-8(обратный),+9,+11,-13(обратный)

### **Ученые нашли способ повышения трудоспособности**

Ученые обнаружили, что люди отличаются друг от друга по реакции на звуковые воздействия во время работы. Большинство из нас реагирует на фоновые (негромкие) стимулы типа музыки, шума мотора, пения птиц или стука. Это проявляется в повышении эффективности труда: возрастает скорость выполнения несложных действий. При этом у одних людей эффективность работы возрастает при звуках низкой частоты, а у других людей – при звуках высокой частоты.

Участниками исследования стали студенты в возрасте 18-27 лет. В процессе эксперимента их просили выполнять несложные задания на классификацию. Каждому были предложены наборы из 100 картинок с изображением природных и искусственных объектов: насекомых, геометрических фигур, одежды, растений и др. Испытуемых просили как можно скорее разделить эти изображения на смысловые группы. Сообщалось, что эксперимент направлен на изучение особенностей восприятия. На протяжении всего времени работы на участников оказывалось слабое звуковое воздействие. Было обнаружено, что скорость выполнения работы в таких условиях выше, чем при работе в полной тишине. Варьирование частотой звука позволило выделить группы испытуемых, чувствительных к низкочастотным и высокочастотным колебаниям.

Конкретные механизмы влияния звуков разной частоты на ускорение работы еще предстоит изучить. Однако уже сейчас понятно, что данное открытие имеет перспективы практического применения. Так, зная, к какой из двух групп относится конкретный человек, можно целенаправленно управлять эффективностью его работы, добавляя фоновый звук низкой или высокой частоты. В данное время исследуются психологические особенности людей, чувствительных к разным звукам.

### **Ученые нашли способ повышения трудоспособности**

Ученые обнаружили, что люди отличаются друг от друга по реакции на звуковые воздействия во время работы. Большинство из нас реагирует на фоновые (негромкие) стимулы типа музыки, шума мотора, пения птиц или стука. Это проявляется в повышении эффективности труда: возрастает скорость выполнения несложных действий. При этом у одних людей эффективность работы возрастает при звуках низкой частоты, а у других людей – при звуках высокой частоты. Интересно, что принадлежность человека к той или иной группе можно с высокой вероятностью определить по внешности: цвету волос и чертам лица. Это значит, что данный признак имеет генетическую природу.

Участниками исследования стали студенты в возрасте 18-27 лет. В процессе эксперимента их просили выполнять несложные задания на классификацию. Каждому были предложены наборы из 100 картинок с изображением природных и искусственных объектов: насекомых, геометрических фигур, одежды, растений и др. Испытуемых просили как можно скорее разделить эти изображения на смысловые группы. Сообщалось, что эксперимент направлен на изучение особенностей восприятия. На протяжении всего времени работы на участников оказывалось слабое звуковое воздействие. Было обнаружено, что скорость выполнения работы в таких условиях выше, чем при работе в полной тишине. Варьирование частотой звука позволило выделить группы испытуемых, чувствительных к низкочастотным и высокочастотным колебаниям.

Конкретные механизмы влияния звуков разной частоты на ускорение работы еще предстоит изучить. Однако уже сейчас понятно, что данное открытие имеет перспективы практического применения. Так, зная, к какой из двух групп относится конкретный человек, можно целенаправленно управлять эффективностью его работы, добавляя фоновый звук низкой или высокой частоты. В данное время исследуются психологические особенности людей, чувствительных к разным звукам.

### **Ученые нашли способ повышения трудоспособности**

Ученые обнаружили, что при выполнении рабочих задач люди склонны мысленно моделировать определенный тип отношений с коллегами и сослуживцами. Такое моделирование способствует повышению эффективности труда. Примечательно, что одни люди считают коллег по работе склонными к сотрудничеству, а другие, наоборот, воспринимают их как конкурентов.

Участниками исследования стали студенты в возрасте 18-27 лет. В процессе эксперимента их просили решать логические задачи. Тестирование проводилось в групповой форме. В аудитории одновременно находилось от 15 до 20 человек, не знавших друг друга. До начала тестирования, до того, как студенты увидели других испытуемых, их спрашивали, могут ли они представить и описать их. Большинство студентов давали утвердительный ответ и затем характеризовали «будущих коллег по работе» как склонных к сотрудничеству или, наоборот, к соперничеству. По результатам исследования было обнаружено, что студенты, давшие предварительные оценки другим участникам, справились с заданиями быстрее, чем студенты, которые не смогли заранее описать своих «коллег».

Причины, побуждающие людей воспринимать окружающих как соратников или соперников, еще предстоит изучить. Предположительно, эти убеждения формируются под влиянием воспитания, предшествующего опыта, характера и мотивов поведения. Однако уже сейчас понятно, что данное открытие имеет перспективы практического применения. Простое осознание своего отношения к другим людям перед началом групповой работы способно повысить ее эффективность.



**Ученые нашли способ повышения трудоспособности**

Ученые обнаружили, что при выполнении рабочих задач люди склонны выбирать вспомогательные предметы разного «статуса». Такая разборчивость способствует повышению эффективности труда. Примечательно, что одни люди отдают предпочтение «высокостатусным», а другие – «низкостатусным» инструментам.

Участниками исследования стали студенты в возрасте 18-27 лет. В процессе эксперимента их просили решать логические задачи. Некоторые задачи требовали выбора рабочего места, использования канцелярских принадлежностей или электронных гаджетов. Оказалось, что большинство испытуемых проявляли постоянство в выборе этих предметов, отдавая предпочтение либо дорогим, либо дешевым. По результатам исследования было обнаружено, что студенты, демонстрирующие четкие предпочтения в выборе, справлялись с заданиями быстрее, чем студенты, которые вперемешку выбирали предметы любого – как «низкого», так и «высокого» статуса.

Причины, побуждающие людей делать соответствующий выбор, еще предстоит изучить. Предположительно, эти предпочтения формируются под влиянием воспитания, предшествующего опыта, характера и мотивов поведения. Однако уже сейчас понятно, что данное открытие имеет перспективы практического применения. Простое осознание своих статусных предпочтений в отношении предметов, необходимых для выполнения работы, способно повысить ее эффективность.



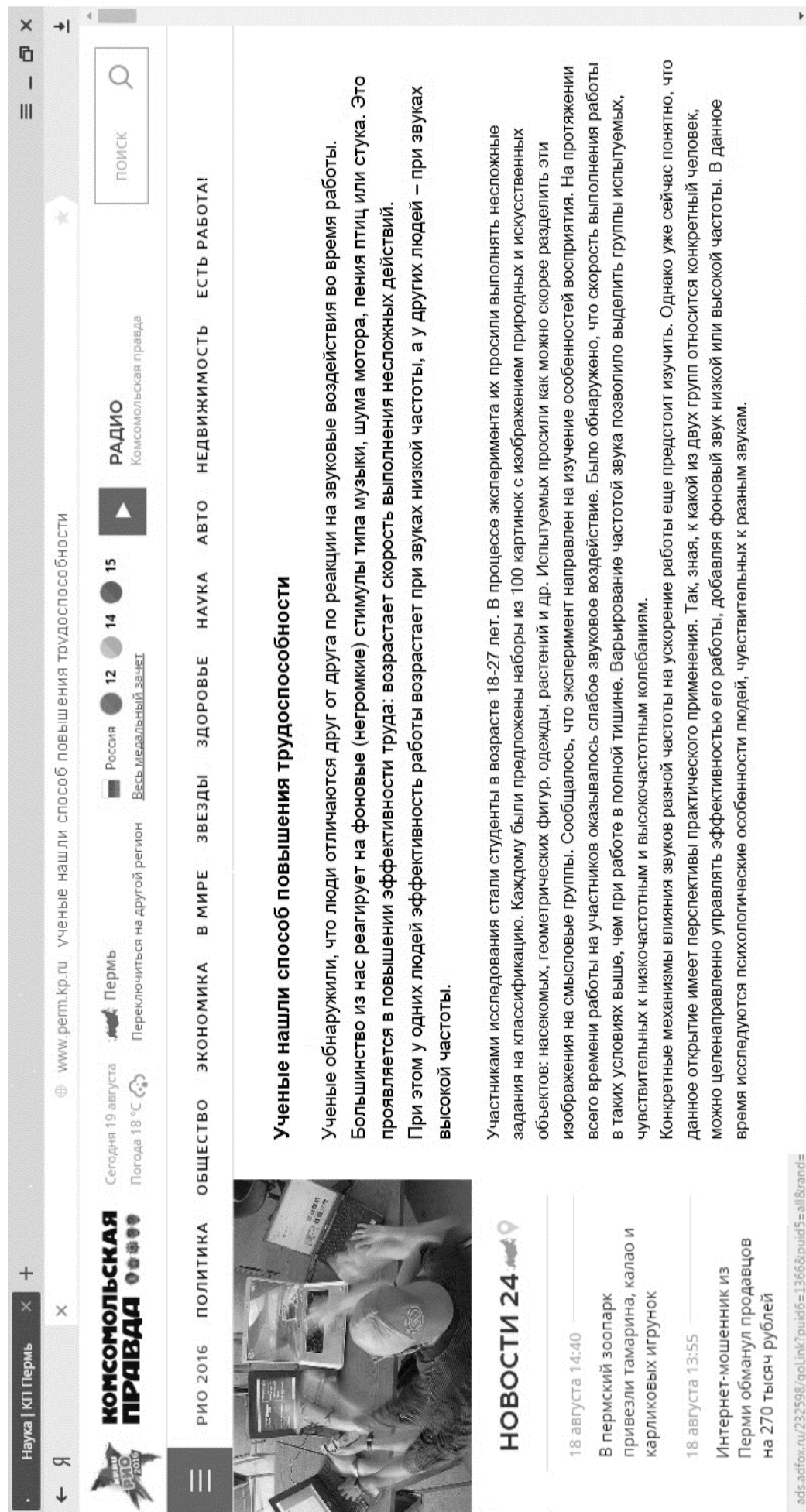
## Тест № 1. Инструкция.

В Интернете была опубликована информация об одном научном исследовании. Эту публикацию мы приведем ниже и просим Вас внимательно ознакомиться с ней.

После этого Вам будет предложено несколько вопросов и заданий, связанных с содержанием прочитанного текста.

Просим Вас работать вдумчиво и добросовестно. Соблюдайте предложенную последовательность заданий, переходите к следующему только после выполнения предыдущего.

Нам интересно Ваше мнение, мы не оцениваем Ваши знания или способности!



Наука | КП Пермь

www.perm.kp.ru ученые нашли способ повышения трудоспособности

Сегодня 19 августа

Россия

Пермь

Переключиться на другой регион

Погода 18 °C

Весь медальный зачет

РАДИО

КОМСОМОЛЬСКАЯ ПРАВДА

РИО 2016 ПОЛИТИКА ОБЩЕСТВО ЭКОНОМИКА В МИРЕ ЗВЕЗДЫ ЗДОРОВЬЕ НАУКА АВТО НЕДВИЖИМОСТЬ ЕСТЬ РАБОТА!

### Ученые нашли способ повышения трудоспособности

Ученые обнаружили, что люди отличаются друг от друга по реакции на звуковые воздействия во время работы. Большинство из нас реагирует на фоновые (негромкие) стимулы типа музыки, шума мотора, пения птиц или стука. Это проявляется в повышении эффективности труда: возрастает скорость выполнения несложных действий.

При этом у одних людей эффективность работы возрастает при звуках низкой частоты, а у других людей – при звуках высокой частоты.

Участниками исследования стали студенты в возрасте 18-27 лет. В процессе эксперимента их просили выполнять несложные задания на классификацию. Каждому были предложены наборы из 100 картинок с изображением природных и искусственных объектов: насекомых, геометрических фигур, одежды, растений и др. Испытуемых просили как можно скорее разделить эти изображения на смысловые группы. Сообщалось, что эксперимент направлен на изучение особенностей восприятия. На протяжении всего времени работы на участников оказывалось слабое звуковое воздействие. Было обнаружено, что скорость выполнения работы в таких условиях выше, чем при работе в полной тишине. Варьирование частотой звука позволило выделить группы испытуемых, чувствительных к низкочастотным и высокочастотным колебаниям.

Конкретные механизмы влияния звуков разной частоты на ускорение работы еще предстоит изучить. Однако уже сейчас понятно, что данное открытие имеет перспективы практического применения. Так, зная, к какой из двух групп относится конкретный человек, можно целенаправленно управлять эффективностью его работы, добавляя фоновый звук низкой или высокой частоты. В данное время исследуются психологические особенности людей, чувствительных к разным звукам.

18 августа 14:40

В пермский зоопарк привезли тамарина, калао и карликовых игрунок

18 августа 13:55

Интернет-мошенник из Перми обманул продавцов на 270 тысяч рублей

ads.adfox.ru/232598/goLink?puid6=1366&puid5=all&rand=

## ЗАДАНИЯ К ТЕКСТУ

Укажите, пожалуйста, свою фамилию и имя:

**Фамилия, имя** \_\_\_\_\_

Можно вписать псевдоним. Но он обязательно должен быть одинаковым на всех бланках!

1. Оцените, пожалуйста, по 10-балльной шкале, насколько важной является информация, представленная в тексте:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
совершенно не важна									чрезвычайно важна

2. К какой группе, на Ваш взгляд, относитесь Вы сами:

- скорее всего, моя работоспособность повышается при звуках низкой частоты
- скорее всего, моя работоспособность повышается при звуках высокой частоты

3. Психологи планируют исследовать психологические портреты людей, чья работоспособность повышается в условиях фоновых звуков. Высказывается предположение, что их личностный профиль не такой, как у людей, чья работоспособность не меняется при звуковом воздействии. Предполагается, что люди, реагирующие на звуки низкой и высокой частоты, также различаются по характеру.

Как Вы думаете, какие черты свойственны:

- людям, работающим более эффективно под воздействием звуков низкой частоты
- людям, работающим более эффективно под воздействием звуков высокой частоты
- людям, работающим более эффективно под воздействием звуков вообще (либо низкой, либо высокой частоты)

Людям, работающим более эффективно под воздействием звуков **низкой частоты**, свойственны следующие качества:

Отметьте необходимое (любое) число свойств в каждом столбике:

**Положительные качества:**

- аккуратные
- великодушные
- добросовестные
- общительные
- оптимистичные
- откровенные
- покладистые
- сдержанные
- серьезные
- скромные
- сосредоточенные
- спокойные

**Отрицательные качества:**

- безответственные
- вспыльчивые
- замкнутые
- легкомысленные
- неряшливые
- пессимистичные
- придирчивые
- рассеянные
- скрытные
- тревожные
- упрямые
- хвастливые

Людам, работающим более эффективно под воздействием звуков **высокой частоты**, свойственны следующие качества:

*Отметьте необходимое (любое) число свойств в каждом столбике:*

**Положительные качества:**

- аккуратные
- великодушные
- добросовестные
- общительные
- оптимистичные
- откровенные
- покладистые
- сдержанные
- серьезные
- скромные
- сосредоточенные
- спокойные

**Отрицательные качества:**

- безответственные
- вспыльчивые
- замкнутые
- легкомысленные
- неряшливые
- пессимистичные
- придирчивые
- рассеянные
- скрытные
- тревожные
- упрямые
- хвастливые

Людам, работающим более эффективно под воздействием **звуков вообще** (либо низкой, либо высокой частоты), свойственны следующие качества:

*Отметьте необходимое (любое) число свойств в каждом столбике:*

**Положительные качества:**

- аккуратные
- великодушные
- добросовестные
- общительные
- оптимистичные
- откровенные
- покладистые
- сдержанные
- серьезные
- скромные
- сосредоточенные
- спокойные

**Отрицательные качества:**

- безответственные
- вспыльчивые
- замкнутые
- легкомысленные
- неряшливые
- пессимистичные
- придирчивые
- рассеянные
- скрытные
- тревожные
- упрямые
- хвастливые

4. Представьте, что Вы писатель и сочиняете роман о людях, характер и даже судьба которых определяется тем, как они реагируют на фоновые звуки.

В романе два главных действующих лица. Один из них работает более эффективно при воздействии звуков низкой частоты, другой – высокой.

Выберите из представленного ниже списка те характеристики, с помощью которых можно было бы описать главных героев в тексте романа.

Герой, чувствительный к звукам **низкой** частоты:

**Его положительные качества**

- аккуратный
- проявляет спокойствие в сложных ситуациях
- великодушный
- верит в лучшее
- добросовестный
- легко прощает недостатки других
- любит делиться своими мыслями и планами
- любит общаться с людьми
- покладистый
- оптимистичный
- откровенный
- очень внимателен в работе
- общительный
- привык обо всем заботиться заранее
- с легкостью принимает чужую точку зрения
- сдержанный
- серьезный
- скромный
- сосредоточенный
- спокойный
- старается довести любое дело до конца
- стремится не выпячивать себя
- стремится поддерживать чистоту и порядок вокруг себя
- умеет подавлять свой гнев и раздражение

**Его отрицательные качества**

- безответственный
- всегда указывает другим на их недостатки
- вспыльчивый
- неряшливый
- замкнутый
- избегает общения с людьми
- никогда не делится своими мыслями и планами
- полагается на случай или везение
- придирчивый
- бывает, что бросает начатое дело
- пессимистичный
- не надеется ни на что хорошее
- легкомысленный
- открыто выражает гнев и раздражение
- не заботится о чистоте и порядке вокруг себя
- рассеянный
- скрытный
- тревожный
- упрямый
- хвастливый
- работая, с трудом сосредотачивается
- тревожится по разным поводам
- стремится всячески подчеркнуть свои достоинства
- с трудом принимает чужую точку зрения

Герой, чувствительный к звукам **высокой** частоты:

**Его положительные качества**

- аккуратный
- проявляет спокойствие в сложных ситуациях
- великодушный
- верит в лучшее
- добросовестный
- легко прощает недостатки других
- любит делиться своими мыслями и планами
- любит общаться с людьми
- покладистый
- оптимистичный
- откровенный
- очень внимателен в работе
- общительный
- привык обо всем заботиться заранее
- с легкостью принимает чужую точку зрения
- сдержанный
- серьезный
- скромный
- сосредоточенный
- спокойный
- старается довести любое дело до конца
- стремится не выпячивать себя
- стремится поддерживать чистоту и порядок вокруг себя
- умеет подавлять свой гнев и раздражение

**Его отрицательные качества**

- безответственный
- всегда указывает другим на их недостатки
- вспыльчивый
- неряшливый
- замкнутый
- избегает общения с людьми
- никогда не делится своими мыслями и планами
- полагается на случай или везение
- придирчивый
- бывает, что бросает начатое дело
- пессимистичный
- не надеется ни на что хорошее
- легкомысленный
- открыто выражает гнев и раздражение
- не заботится о чистоте и порядке вокруг себя
- рассеянный
- скрытный
- тревожный
- упрямый
- хвастливый
- работая, с трудом сосредотачивается
- тревожится по разным поводам
- стремится всячески подчеркнуть свои достоинства
- с трудом принимает чужую точку зрения

**Спасибо за участие! ☺**

Насколько **интересными** оказались для Вас эти задания?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
совсем не интересные очень интересные

Насколько **сложными** оказались для Вас эти задания?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10  
совсем не сложные очень сложные

## Таблицы с результатами эмпирических данных, описанных в § 4.3

Таблица 4.3.3. Значения переменной «прототипизация» при разных уровнях независимых факторов

Категория группы	Отнесение к большинству	Прототипизация	М	SE
этническая, фенотипически неявная	ин-группы	ин-группы	2,95	0,21
этническая, фенотипически неявная	ин-группы	аут-группы	1,99	0,17
этническая, фенотипически неявная	аут-группы	ин-группы	2,10	0,34
этническая, фенотипически неявная	аут-группы	аут-группы	2,59	0,27
этническая, фенотипически явная	ин-группы	ин-группы	2,91	0,22
этническая, фенотипически явная	ин-группы	аут-группы	2,43	0,18
этническая, фенотипически явная	аут-группы	ин-группы	2,17	0,33
этническая, фенотипически явная	аут-группы	аут-группы	2,40	0,27
идеологическая	ин-группы	ин-группы	3,24	0,25
идеологическая	ин-группы	аут-группы	2,15	0,20
идеологическая	аут-группы	ин-группы	3,07	0,35
идеологическая	аут-группы	аут-группы	2,29	0,28
стратификационная	ин-группы	ин-группы	2,83	0,25
стратификационная	ин-группы	аут-группы	1,47	0,20
стратификационная	аут-группы	ин-группы	2,75	0,35
стратификационная	аут-группы	аут-группы	1,68	0,28



**Таблица 4.3.4.** Статистическая значимость различий (p) в выраженности переменной «прототипизация» при разных уровнях независимых факторов

Сочетания уровней независимых факторов	Категория группы*	Отнесение к большинству/ меньшинству**	Прототипизация***	Сочетания уровней независимых факторов															
				{1}	{2}	{3}	{4}	{5}	{6}	{7}	{8}	{9}	{10}	{11}	{12}	{13}	{14}	{15}	{16}
{1}	1	1	1																
{2}	1	1	2	<b>0,00</b>															
{3}	1	2	1	<b>0,02</b>															
{4}	1	2	2		<b>0,10</b>	0,19													
{5}	2	1	1	0,89															
{6}	2	1	2		0,11			<b>0,05</b>											
{7}	2	2	1			0,88		<b>0,04</b>											
{8}	2	2	2				0,67		0,93	0,52									
{9}	3	1	1	0,32				0,28											
{10}	3	1	2		0,58				0,35		<b>0,00</b>								
{11}	3	2	1			<b>0,03</b>				<b>0,04</b>	0,66								
{12}	3	2	2				0,49			0,79		0,72	<b>0,04</b>						
{13}	4	1	1	0,69				0,79			0,20								
{14}	4	1	2		<b>0,08</b>				<b>0,00</b>			<b>0,04</b>			<b>0,00</b>				
{15}	4	2	1			0,14			0,18			0,47		0,84					
{16}	4	2	2				<b>0,04</b>			0,10			0,17		0,59	<b>0,00</b>			

*Примечание.* Порядковые номера в фигурных скобках обозначают варианты сочетания уровней независимых факторов. Приведены уровни значимости различий (p) только для сопоставимых между собой значений прототипизации, различающихся не более чем одним уровнем независимых факторов.

\* Категория воспринимаемой группы: 1 – этническая, фенотипически неявная; 2 – этническая, фенотипически явная; 3 – идеологическая; 4 – стратификационная;

\*\* Отнесение ин-группы: 1 – к большинству; 2 – к меньшинству;

\*\*\* Прототипизация: 1 – ин-группы; 2 – аут-группы.

**Таблица 4.3.6.** Значения переменной «стереотипизация» при разных уровнях независимых факторов

Категория группы	Отнесение к большинству	Протогипизация	М	SE
этническая, фенотипически неявная	ин-группы	ин-группы	-0,58	0,38
этническая, фенотипически неявная	ин-группы	аут-группы	2,58	0,27
этническая, фенотипически неявная	аут-группы	ин-группы	-2,69	0,67
этническая, фенотипически неявная	аут-группы	аут-группы	2,54	0,47
этническая, фенотипически явная	ин-группы	ин-группы	-0,17	0,41
этническая, фенотипически явная	ин-группы	аут-группы	2,39	0,28
этническая, фенотипически явная	аут-группы	ин-группы	0,21	0,65
этническая, фенотипически явная	аут-группы	аут-группы	2,71	0,46
идеологическая	ин-группы	ин-группы	-0,79	0,46
идеологическая	ин-группы	аут-группы	1,96	0,32
идеологическая	аут-группы	ин-группы	-1,46	0,67
идеологическая	аут-группы	аут-группы	2,85	0,47
стратификационная	ин-группы	ин-группы	-0,17	0,38
стратификационная	ин-группы	аут-группы	3,12	0,26
стратификационная	аут-группы	ин-группы	-0,95	0,53
стратификационная	аут-группы	аут-группы	3,00	0,37

**Таблица 4.3.7.** Статистическая значимость различий (p) в выраженности переменной «стереотипизация» при разных уровнях независимых факторов

Сочетания уровней независимых факторов	Категория группы*	Отнесение к большинству/ меньшинству**	Прототипизация***	Сочетания уровней независимых факторов															
				{1}	{2}	{3}	{4}	{5}	{6}	{7}	{8}	{9}	{10}	{11}	{12}	{13}	{14}	{15}	{16}
{1}	1	1	1																
{2}	1	1	2	<b>0,001</b>															
{3}	1	2	1	<b>0,01</b>															
{4}	1	2	2		0,96	<b>0,001</b>													
{5}	2	1	1	0,40															
{6}	2	1	2		0,70			<b>0,001</b>											
{7}	2	2	1			<b>0,001</b>		0,57											
{8}	2	2	2				0,83		0,62	<b>0,01</b>									
{9}	3	1	1	0,68				0,24											
{10}	3	1	2		0,24				0,42		<b>0,001</b>								
{11}	3	2	1			0,14				<b>0,04</b>	0,34								
{12}	3	2	2				0,71				0,87		0,21	<b>0,001</b>					
{13}	4	1	1	0,38				1,00				0,23							
{14}	4	1	2		0,24				0,13				<b>0,02</b>			<b>0,001</b>			
{15}	4	2	1			<b>0,02</b>				0,11				0,49		0,16			
{16}	4	2	2				0,53				0,69				0,84		0,83	<b>0,001</b>	

*Примечание.* Порядковые номера в фигурных скобках обозначают варианты сочетания уровней независимых факторов. Приведены уровни значимости различий (p) только для сопоставимых между собой значений прототипизации, различающихся не более чем одним уровнем независимых факторов.

\* Категория воспринимаемой группы: 1 – этническая, фенотипически неявная; 2 – этническая, фенотипически явная; 3 – идеологическая; 4 – стратификационная;

\*\* Отнесение ин-группы: 1 – к большинству; 2 – к меньшинству;

\*\*\* Прототипизация: 1 – ин-группы; 2 – аут-группы.