

УДК 159.9:316.6

DOI: 10.17072/2078-7898/2020-1-106-117

РОЛЬ КОГНИТИВНЫХ СТИЛЕЙ В ПРОЦЕССЕ СОЦИАЛЬНОЙ ПЕРЦЕПЦИИ КОНКРЕТНОГО И БЕЗЛИЧНОГО ДРУГОГО*

Балева Милена Валерьевна

Пермский государственный национальный исследовательский университет

Исследовались вклады когнитивных стилей в процесс социальной перцепции Другого, представленный феноменами стереотипизации и перцептивной предвзятости (ингруппового фаворитизма). Тестировалась гипотеза о снижении роли когнитивно-стилевых приемов обработки информации по мере усиления перцептивной четкости объекта восприятия. Уровень перцептивной четкости выступал в эксперименте как независимая переменная и задавался с помощью разных стимульных объектов. Уровень низкой перцептивной четкости был представлен описанием вымышленных групп людей, которые якобы обнаруживают повышенную чувствительность к звукам низкой или высокой частоты. Уровень средней перцептивной четкости — описанием узнаваемых (типичных) групп людей, которые отдают предпочтение «низкостатусным» или «высокостатусным» вещам. Уровень высокой четкости задавался визуальным предъявлением конкретного человека, якобы являющегося представителем группы людей, чувствительных к звукам низкой или высокой частоты. На уровне низкой и средней перцептивной четкости образ Другого визуально не конкретизировался. В исследовании приняли участие 305 студентов в возрасте от 17 до 22 лет ($M = 19,21$, $SD = 0,97$), из них 71 мужчина и 234 женщины. Было обнаружено, что когнитивные стили выступают наиболее надежными предикторами стереотипизации Другого в случае, когда его образ максимально обезличен, т.е. лишен типологической и визуальной определенности. При этом наиболее высокие значения стереотипизации наблюдаются при выраженной ригидности, полезависимости, импульсивности и когнитивной простоте. При восприятии конкретного, визуально определенного Другого стереотипизация его образа происходит «без участия» когнитивных стилей. Перцептивная предвзятость (ингрупповой фаворитизм) не обнаруживает влияния когнитивных стилей независимо от уровня перцептивной четкости объекта.

Ключевые слова: социальная перцепция, стереотипизация, перцептивная предвзятость, ингрупповой фаворитизм, когнитивные стили, уровень перцептивной четкости объекта.

THE ROLE OF COGNITIVE STYLES IN SOCIAL PERCEPTION OF THE SPECIFIED AND IMPERSONAL OTHER

Milena V. Baleva

Perm State University

The paper studies the contributions of cognitive styles to the process of stereotyping and perceptual bias (ingroup favoritism). It was suggested that the role of cognitive styles weakens in conditions of the object's perceptual clarity and amplifies in conditions of his/her perceptual nebulosity. In the experiment, the level of perceptual clarity appeared as an independent variable and was set using different stimulus objects. Low perceptual clarity was presented by a description of fictional groups of people sensitive to low or high frequency sounds. Medium perceptual clarity was characterized by a description of recognizable (typical) groups of people who preferred «low-status» or «high-status» things. The level of high clarity was set by visual presentation of a specific person allegedly being a representative of the group

* Исследование выполнено при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, проект 18-013-00329.

sensitive to low or high frequency sounds. At the level of low and medium perceptual clarity, the Other was not presented visually. The study involved 305 students aged 17 to 22 ($M = 19,21$, $SD = 0,97$), 71 male and 234 female. It was found that cognitive styles were the most reliable predictors for stereotyping of the Other when his/her image was as depersonalized as possible, i.e. devoid of typological and visual certainty. The highest values of stereotyping were observed upon pronounced rigidity, field-dependence, impulsivity and cognitive simplicity. When a specified, visually defined Other was perceived, cognitive styles did not affect the stereotyping. Perceptual bias (ingroup favoritism) did not change under the influence of cognitive styles, regardless of the perceptual clarity level.

Keywords: social perception, stereotyping, perceptual bias, ingroup favoritism, cognitive styles, perceptual clarity level.

Введение

Социальная перцепция с позиций атрибутивного и когнитивного подхода

В работах, посвященных социальной перцепции, можно выделить два подхода, которые направили ее дальнейшие исследования по расходящимся концептуальным путям. Эти подходы появились в начале 70-х гг. XX в. Первый из них сформировался в рамках теории атрибуции [Duncan B.L., 1976; Lambert A.J., Wyer R.S., 1990], а второй — в рамках когнитивного подхода [Bleda P.R., 1974; Hamilton D.L., Gifford R.K., 1976; Lord C.G., 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 C.N. et al., 2009], М. Мачунски и Т. Мейзера [Machunsky M., Meiser T., 2014], Э. Постен и Т. Масвейлера [Posten A.C., Mussweiler T., 2013], Б. Саймона и коллег [Simon B. 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 элиминируются [Балева М.В., Ковалева Г.В., 2019; Eiser R. et al., 2001; Pahl S., Eiser J.R., 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.

Дихотомический подход к социальной перцепции

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.

Ф. Страк и Р. Дейч [Strack F., Deutsch R., 2015] предлагают рассматривать идею дуализма с помощью яркой механической метафоры — гибридного автомобиля, впервые созданного «Порше» в начале XX в. и использующего в качестве альтернативных источников энергии двигатель внутреннего сгорания и электродвигатель. При большой скорости на дальние расстояния задействуется двигатель внутреннего сгорания, а при малой скорости на короткие расстояния — электродвигатель.

В социальной психологии можно выделить целый ряд дихотомических теорий, например: модель комплексной вероятности Дж. Качиоппо и Р. Петти [Petty R.E., Cacioppo J.T., 1986], модель эвристико-систематической аргументации Ш. Чайкен [Chaiken S., 1980], диссоциативную модель формирования предубеждений и стереотипов П. Дивайн [Devine P.G., 1989], а также дихотомический принцип объяснения фундаментальной ошибки атрибуции [Ross L., 1977].

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 М.В. и др., 2018]. Что касается характеристик объекта восприятия, то можно предположить, что они связаны, прежде всего, с его перцептивной четкостью [см.: Topolinski S., Strack F., 2009].

Целью нашего исследования является анализ вкладов когнитивных стилей в процесс социальной перцепции при экспериментальном манипулировании уровнем перцептивной четкости объекта восприятия. В качестве показателя перцептивной четкости рассматривается степень узнаваемости социального объекта. Она является минимальной при свободном (не ограниченном дополнительными условиями) 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.

Гипотезой исследования является предположение о том, что вклад когнитивных стилей в показатели социальной перцепции будет снижаться по мере экспериментального усиления перцептивной четкости (узнаваемости) объекта восприятия.

Метод

Участники

В исследовании приняли участие 305 студентов в возрасте от 17 до 22 лет ($M = 19,21$, $SD = 0,97$), из них 71 мужчина (23 %) и 234 женщины (77 %). Участие в исследовании было добровольным. Все испытуемые давали письменное согласие на обработку персональных данных.

Процедура

Исследование проводилось в группах по 7–25 чел. 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 — производились замеры показателей предвзятости и стереотипизации. Общая выборка участников была составлена из трех групп, в каждой из которых диагностика первого этапа была идентичной, а стимульная информация о Другом предъявлялась разными способами.

Стимульный материал

Во всех группах участникам предлагалось прочитать тексты искусственно сконструированных статей научно-популярного жанра, описывающих якобы выявленные учеными типы людей со специфическими характеристиками¹. Респонденты первой ($n = 103$) и третьей ($n = 98$) групп читали текст о людях, которые неосознанно реагируют на звуки низкой или высокой частоты, в результате чего начинают работать более эффективно. Респонденты второй ($n = 88$) группы 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. Далее предлагалось высказать предположение о собственной вероятной принадлежности к одной из групп.

После этого участникам третьей группы дополнительно показывали конкретного человека (юношам — юношу, девушкам — девушку), который якобы является представителем аутгруппы («чужой» по отношению к группе субъекта восприятия). Так, если респондент утверждал, что он, скорее всего, реагирует на звуки низкой частоты, ему сообщалось, что данный человек чувствителен, наоборот, к звукам высокой частоты. Предъявление конкретного объекта восприятия осуществлялось с помощью видеозаписи интервью, в ходе которого он/она отвечал(а) на вопросы о себе. Во время просмотра звук записи отключался; таким образом, участники

¹ В настоящей работе частично использованы диагностические материалы и первичные данные, полученные в предыдущем исследовании, выполненном при поддержке РФФИ, проект 16-16-59006.

могли наблюдать только за невербальным поведением человека. Запись длилась около трех 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.

Персонажами интервью выступили студенты мужского и женского пола, обучающиеся по специальности «Актерское искусство». В ходе интервью они отвечали на вопросы Короткого опросника Темной триады как абсолютно «хорошие» личности, т.е. давали ответы, соответствующие нулевой выраженности макиавелизма, нарциссизма и психопатии, сопровождая их конгруэнтными умеренными невербальными проявлениями.

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 групповую принадлежность для объектов восприятия с низкой и высокой перцептивной четкостью.

Диагностические методы

Для измерения когнитивных стилей использовались следующие методики: «АКТ-70» К.У. Эттриха (модификация классического варианта методики «Фигуры Готтшальдта») [Холодная М.А., 2004, с. 49], «Свободные ассоциации» Р. Гарднера [Холодная М.А., 2004, с. 69], «Сравнение похожих рисунков» Дж. Кагана [Холодная М.А., 2004, с. 79], «Свободная сортировка объектов» Р. Гарднера в модификации В.А. Колги [Колга В.А., 1976] и «Репертуарный тест» Дж. Келли [Хьюэлл Л., Зиглер Д., 1997, с. 457]. 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/полнезависимости — 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 – полнезависимость» (малое количество правильных ответов) трактовалась как *полезависимость*, а *высокая* (большое количество правильных ответов) — как *полнезависимость*.

Для измерения показателя перцептивной предвзятости была использована процедура, разработанная М. Мачунски и Т. Мейзером [Machunsky M., Meiser T., 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-групп, 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) прототипу и «своей» группе и (б) прототипу и «чужой» группе. В нашем исследовании в качестве протогрупп выступали люди, чья работо-

способность 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 протогруппы оценивались с помощью набора из 12 характеристик личности, каждая из которых была представлена парой антонимичных прилагательных (всего 24 характеристики). 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, обобщенно-личностная характеристика «упрямый» была дополнена описанием конкретного поведения — «категорически отказался принять точку зрения партнера». 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 M., Meiser T., 2014]. Сравнительный анализ показал статистически значимое преобладание показателя стереотипизации при описании представителя «чужой» группы по сравнению с описанием представителя «своей» ($F = 141,86$, $p < 0,001$). Отметим, что по мето-

дике 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 множественного регрессионного анализа в программе Statistica 10. В качестве зависимых переменных в регрессионные уравнения включались показатели предвзятости и стереотипизации, а в качестве независимых переменных — показатели когнитивных стилей. Регрессионные уравнения составлялись для каждой независимой переменной в каждой экспериментальной группе (всего 6 уравнений).

Для проверки соответствия показателей закону нормального распределения использовались методы описательной статистики (с фиксацией значений асимметрии и эксцесса). Проверка пригодности независимых переменных для включения в регрессионное уравнение осуществлялась с помощью корреляционного анализа (по Пирсону).

Результаты

Распределение показателей осуществлялось с помощью данных описательной статистики по значениям асимметрии и эксцесса. Поскольку основные статистические анализы проводились в трех экспериментальных группах по отдельности, значения асимметрии и эксцесса также оценивались в каждой из трех групп. Значения асимметрии ($|0,01| < A_s < |0,51|$) и эксцесса ($|0,05| < E_x < |0,98|$) оказались меньше 1, что свидетельствовало о возможности включения измеряемых показателей в регрессионный анализ — при условии отсутствия высокозначимых корреляций между независимыми переменными. Для исключения данного ограничения в каждой из трех экспериментальных групп исследовались взаимосвязи между показателями когнитивных стилей (табл. 2).

Таблица 1. Анализ распределения показателей

Table 1. Analysis of the indicators distribution

Показатели социальной перцепции и когнитивных стилей	Безличный Другой:				Конкретный Другой n = 98	
	Вымышленный n = 103		Типичный n = 77			
	As	Ex	As	Ex	As	Ex
Зависимые переменные						
Предвзятость к Другому	0,29	-0,05	-0,01	-0,64	0,20	0,94
Стереотипизация Другого	0,22	-0,98	0,24	0,89	-0,44	0,06
Независимые переменные						
Полезависимость – полнезависимость	0,16	-0,40	-0,51	0,43	-0,27	-0,82
Ригидный – гибкий познавательный контроль	0,49	0,41	-0,38	0,90	-0,07	-0,32
Рефлексивность – импульсивность	0,25	0,14	0,18	-0,61	0,47	-0,36
Синтетичность – аналитичность	0,28	-0,09	0,51	-0,53	0,22	-0,46
Когнитивная простота – сложность	0,34	-0,09	-0,47	-0,55	0,01	-0,59

Таблица 2. Корреляции независимых переменных в группах с разными перцептивными стимулами

Table 2. Correlations of independent variables in groups with different perceptual stimuli

Тип перцептивного стимула / Показатели когнитивных стилей	Полезависимость – полнезависимость	Ригидный – гибкий познавательный контроль
<i>Безличный вымышленный Другой</i>		
Рефлексивность – импульсивность	0,18	0,10
Синтетичность – аналитичность	0,18	0,01
Когнитивная простота – сложность	0,24*	0,04
<i>Безличный типичный Другой</i>		
Рефлексивность – импульсивность	0,12	0,15
Синтетичность – аналитичность	0,06	-0,14
Когнитивная простота – сложность	0,15	-0,01
<i>Конкретный Другой</i>		
Рефлексивность – импульсивность	-0,02	-0,09
Синтетичность – аналитичность	0,00	-0,01
Когнитивная простота – сложность	0,14	0,15

Примечание/Note: * — $p < 0,05$

По данным корреляционного анализа, большинство связей между независимыми переменными оказались незначимыми ($p > 0,05$). Единственная значимая корреляция была обнаружена в группе, оценивавшей безличный вымышленный образ Другого, между показателями полнезависимости и когнитивной сложности ($r = 0,24$, $p < 0,05$). Поскольку данная связь яв-

лялась слабой, коррелирующие переменные могли быть включены в уравнение регрессии.

В табл. 3 представлены показатели значимости регрессионных моделей перцептивной предвзятости к Другому и стереотипизации Другого в группах с разными типами предъявлявшихся перцептивных стимулов.

Таблица 3. Значимость регрессионных моделей социальной перцепции

Table 3. Regression models of social perception: significance values

Тип перцептивного стимула	R	R ²	F	p
<i>Модель перцептивной предвзятости к Другому</i>				
Безличный вымышленный Другой	0,16	0,02	0,49	0,782
Безличный типичный Другой	0,26	0,07	1,15	0,343
Конкретный Другой	0,21	0,05	0,87	0,505
<i>Модель стереотипизации Другого</i>				
Безличный вымышленный Другой	0,62	0,39	12,28	0,001
Безличный типичный Другой	0,38	0,15	2,75	0,024
Конкретный Другой	0,14	0,02	0,38	0,859

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 ве-

роятностью 39 % ($R = 0,62$; $F = 12,28$, $p < 0,001$) и отдельного безличного представителя типичной социальной группы с вероятностью 15 % ($R = 0,38$; $F = 2,75$, $p < 0,05$). При восприятии конкретного Другого вклад когнитивных стилей в его стереотипизацию оказался незначимым ($R = 0,14$; $F = 0,38$, $p > 0,05$).

В табл. 4 и 5 приводятся значения регрессионных переменных в значимых моделях стереотипизации безличного вымышленного Другого и безличного типичного Другого.

Таблица 4. Регрессионные коэффициенты независимых переменных в модели стереотипизации безличного вымышленного Другого

Table 4. Stereotyping model of an impersonal fictional Other: regression coefficients of independent variables

Показатели когнитивных стилей	B	SE(B)	β	SE(β)	r	p
Константа			8,05	1,08		
Полезависимость – полenezависимость	-0,44	0,08	-0,21	0,04	-0,47	0,000
Ригидный – гибкий познавательный контроль	-0,22	0,08	-0,47	0,17	-0,27	0,008
Рефлексивность – импульсивность	0,16	0,08	0,15	0,08	0,19	0,064
Синтетичность – аналитичность	0,09	0,08	0,07	0,07	0,10	0,302
Когнитивная простота – сложность	-0,18	0,08	-0,17	0,08	-0,22	0,032

Как видно из таблицы, наиболее существенный вклад в стереотипизацию отдельного безличного представителя вымышленной социальной группы внес ригидный познавательный контроль ($\beta = 0,47$; $r = 0,27$, $p < 0,01$). Значимый, однако существенно меньший вклад внесли поле-

зависимость ($\beta = 0,21$; $r = 0,47$, $p < 0,001$), когнитивная простота ($\beta = 0,17$; $r = 0,22$, $p < 0,05$) и (на уровне тенденции) импульсивность ($\beta = 0,15$; $r = 0,19$, $p < 0,10$). Вклад аналитичности – синтетичности оказался незначимым ($p > 0,10$).

Таблица 5. Регрессионные коэффициенты независимых переменных в модели стереотипизации безличного типичного Другого

Table 5. Stereotyping model of an impersonal typical Other: regression coefficients of independent variables

Показатели когнитивных стилей	B	SE(B)	β	SE(β)	r	p
Константа			6,64	2,02		
Полезависимость – полenezависимость	-0,26	0,10	-0,11	0,04	-0,27	0,014
Ригидный – гибкий познавательный контроль	-0,02	0,11	-0,07	0,28	-0,03	0,817
Рефлексивность – импульсивность	0,23	0,11	0,21	0,09	0,24	0,030
Синтетичность – аналитичность	-0,02	0,10	-0,02	0,10	-0,02	0,855
Когнитивная простота – сложность	-0,16	0,10	-0,24	0,15	-0,17	0,132

Как видно из таблицы, значимый вклад в стереотипизацию отдельного безличного представителя типичной социальной группы внесли импульсивность ($\beta = 0,21$; $r = 0,24$, $p < 0,05$) и полenezависимость ($\beta = 0,11$; $r = 0,27$, $p < 0,05$). Вклады остальных когнитивных стилей оказались незначимыми ($p > 0,10$).

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 определенности образа Другого, или сте-

пени его апперцептивной узнаваемости. Так, в случае когда образ Другого является максимально неопределенным в силу вымышленного критерия при описании группы его членства (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 апперцептивной определенности 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 конкретном предъявлении отдельного представителя узнаваемой (типичной) 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 (незнакомого) 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. Данное предположение нуждается, однако, в дополнительной проверке, направленной на выявление наиболее весомых невербальных факторов, определяющих категоризацию Другого.

Основываясь на данной интерпретации, можно выдвинуть предположение о том, 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 двух режимов мышления — медленного (пошагового) и быстрого (интуитивного), — обеспечивающих два типа реакций на внешние воздействия [см.: Канеман Д., 2018], а также с теорией первичного (down-up) и вторичного (up-down) распознавания объектов [McClelland J.L., Rumelhart D.E., 1981]. Второй тип реакции не требует энергетических затрат и осуществляется автоматически. Первый тип требует выделения внимания, сопровождается субъективно осознаваемым усилием и обеспечивает рациональную поэтапную обработку информации. Основываясь на полученных нами данных, можно выдвинуть гипотезу о соотношении когнитивных стилей и режимов мышления. Так, можно предположить, что преобладание быстрого режима мышления сопряжено со стилевыми проявлениями импульсивности, полезависимости, ригидности и когнитивной простоты. Наоборот, стилевой основой медленного мышления выступают рефлексивность, полнезависимость, гибкость и когнитивная сложность. При такой постановке вопроса отдельный интерес представляет устойчивость когнитивных стилей и,

соответственно, правомерность их рассмотрения в качестве специфических индивидуальных характеристик. Еще одной проблемой, которая возникает при осмыслении полученных результатов, является решение вопроса о механизмах стереотипизации при восприятии конкретного представителя аут-группы. Какие переменные берут на себя функции предикторов стереотипизации в данном случае? На наш взгляд, этот исследовательский вопрос задает перспективное направление дальнейших экспериментов в области социальной перцепции.

Отсутствие зависимости перцептивной предвзятости от когнитивно-стилевых особенностей личности было обнаружено нами в одном из предыдущих исследований [Балева М.В., 2017] и было воспроизведено на новых данных в отношении как 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.

Заключение

Результаты исследования позволяют сформулировать следующие выводы:

1. При определенных условиях восприятия Другого, заданных параметрами перцептивной безличности/конкретности и социальной типичности его образа, когнитивные стили выступают предикторами стереотипизации, но не влияют на выраженность предвзятости (ингруппового фаворитизма) со стороны субъекта восприятия.

2. Когнитивные стили выступают наиболее надежными предикторами стереотипизации Другого в том случае, когда его образ максимально обезличен, т.е. лишен типологической и визуальной определенности. При этом наиболее высокие значения стереотипизации наблюдаются при выраженной ригидности, полезависимости, импульсивности и когнитивной простоте.

3. При росте типологической определенности образа Другого, т.е. при узнаваемом типе условной социальной группы, которая служит критерием отнесения его к «своим» или «чужим», вклад когнитивных стилей в стереотипизацию снижается: сохраняется влияние импульсивности и полезависимости, но исчезает влияние ригидности и когнитивной простоты.

4. При восприятии конкретного, визуально определенного Другого, выступающего представителем вымышленной условной группы, стереотипизация его образа происходит «без участия» когнитивных стилей.

Полученные в настоящем исследовании результаты могут быть использованы при разработке приемов управления восприятием Другого с учетом индивидуально-личностных (стилевых) особенностей обработки информации. Кроме этого, выработка индивидуальных приемов альтернативной обработки информации при выраженной ригидности, полезависимости, импульсивности и когнитивной простоте может быть использована как один из ресурсов снижения стереотипных представлений об аут-группах.

Ограничения

В качестве ограничений настоящего исследования можно назвать специфический состав выборки, в которую вошли студенты вуза, преимущественно девушки.

Список литературы

- Балева М.В. Когнитивно-стилевые и контекстные факторы ингрупповой предвзятости и аутгрупповой стереотипизации при восприятии искусственных социальных групп // Социальная психология и общество. 2017. Т. 8, № 2. С. 67–84. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2017080205>
- Балева М.В., Гасимова В.А., Ковалева Г.В. Когнитивные механизмы стереотипизации Другого // Психологический журнал. 2018. Т. 39, № 3. С. 57–69. DOI: <https://doi.org/10.7868/S0205959218030054>
- Балева М.В., Ковалева Г.В. Субъектный и объектный фокус сравнения «Я – Другой» в процессе социальной перцепции // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2019. Вып. 3. С. 331–344. DOI: <https://doi.org/10.17072/2078-7898/2019-3-331-344>
- Канеман Д. Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ, 2018. 653 с.

Колга В.А. Дифференциально-психологическое исследование когнитивного стиля и обучаемости: дис. ... канд. психол. наук. Л., 1976. 164 с.

Холодная М.А. Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. СПб.: Питер, 2004. 384 с.

Хьелл Л., Зиглер Д. Теории личности: Основные положения, исследования и применение. СПб.: Питер Пресс, 1997. 608 с.

Bleda P.R. Toward a clarification of the role of cognitive and affective processes in the similarity-attraction relationship // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1974. Vol. 29, no. 3. P. 368–373. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0036003>

Chaiken S. Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1980. Vol. 39, no. 5. P. 752–766. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.39.5.752>

Devine P.G. Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1989. Vol. 56, no. 1. P. 5–18. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.1.5>

DeWall C., Maner J., Rouby D. Social exclusion and early-stage interpersonal perception: Selective attention to signs of acceptance // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2009. Vol. 96, no. 4. P. 729–741. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0014634>

Duncan B.L. Differential social perception and attribution of intergroup violence: Testing the lower limits of stereotyping of Blacks // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1976. Vol. 34, no. 4. P. 590–598. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.34.4.590>

Eiser J.R., Pahl S., Prins Y.R.A. Optimism, pessimism and the direction of Self–Other comparisons // *Journal of Experimental Social Psychology*. 2001. Vol. 37, no. 1. P. 77–84. DOI: <https://doi.org/10.1006/jesp.2000.1438>

Hamilton D.L., Gifford R.K. Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotypic judgments // *Journal of Experimental Social Psychology*. 1976. Vol. 12, no. 4. P. 392–407. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0022-1031\(76\)80006-6](https://doi.org/10.1016/S0022-1031(76)80006-6)

Lambert A.J., Wyer R.S. Stereotypes and social judgment: The effects of typicality and group heterogeneity // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1990. Vol. 59, no. 4. P. 676–691. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.4.676>

Lord C.G. Schemas and images as memory aids: Two modes of processing social information // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1980.

Vol. 38, no. 2. P. 257–269. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.38.2.257>

Machunsky M., Meiser T. Cognitive components of ingroup projection: Prototype projection contributes to biased prototypicality judgments in group perception // *Social Psychology*. 2014. Vol. 45, iss. 1. P. 15–30. DOI: <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000156>

McClelland J.L., Rumelhart D.E. An interactive activation model of context effects in letter perception: I. An account of basic findings // *Psychological Review*. 1981. Vol. 88, iss. 5. P. 375–407. DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.88.5.375>

Pahl S., Eiser J.R. Valence, comparison focus and self-positivity biases: Does it matter whether people judge positive or negative traits? // *Experimental Psychology*. 2005. Vol. 52, iss. 4. P. 303–310. DOI: <https://doi.org/10.1027/1618-3169.52.4.303>

Petty R.E., Cacioppo J.T. The elaboration likelihood model of persuasion // *Advances in experimental social psychology* / ed. by L. Berkowitz. San Diego, CA: Academic Press, 1986. Vol. 19. P. 123–205. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)

Posten A.C., Mussweiler T. When distrust frees your mind: The stereotype-reducing effects of distrust // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2013. Vol. 105, no. 4. P. 567–584. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0033170>

Ross L. The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process // *Advances in experimental social psychology* / ed. by L. Berkowitz. N.Y.: Academic Press, 1977. Vol. 10. P. 173–220. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60357-3](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60357-3)

Simon B., Hastorf C., Aufderheide B. When self-categorization makes sense: The role of meaningful social categorization in minority and majority members' self-perception // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1997. Vol. 73, no. 2. P. 310–320. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.2.310>

Strack F., Deutsch R. The duality of everyday life: Dual-process and dual-system models in social psychology // *APA Handbook of Personality and Social Psychology*. Vol. 1: Attitudes and Social Cognition / ed. by M. Mikulincer, P.R. Shaver, E. Borgida, J.A. Bargh. Washington, DC: American Psychological Association, 2015. P. 891–927. DOI: <https://doi.org/10.1037/14341-028>

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 learn-

ing // Journal of Experimental Psychology: General. 2009. Vol. 138, no 1. P. 39–63. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0014678>

Получено 17.11.2019

References

Baleva, M.V. (2017). *Kognitivno-stilevye i kontekstnye faktory ingruppovoy predvzyatosti i aut-gruppovoy stereotipizatsii pri vospriyatii iskusstvennykh sotsial'nykh grupp* [Cognitive styles and contextual variables as the factors of ingroup bias and outgroup stereotyping in the perception of artificial social groups]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society]. Vol. 8, no. 2, pp. 67–84. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2017080205>

Baleva, M.V., Gasimova, V.A. and Kovaleva, G.V. (2018). *Kognitivnye mekhanizmy stereotipizatsii Drugogo* [Cognitive mechanisms of stereotyping the Other]. *Psikhologicheskiy zhurnal* [Psychological Journal]. Vol. 39, no. 3, pp. 57–69. DOI: <https://doi.org/10.7868/S0205959218030054>

Baleva, M.V. and Kovaleva, G.V. (2019). *Sub'ektnyy i ob'ektnyy fokus sravneniya «Ya – Drugoy» v protsesse sotsial'noy pertseptsii* [Self–Other comparative focus in social perception]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psikhologiya. Sotsiologiya* [Perm University Herald. Philosophy. Psychology. Sociology]. Iss. 3, pp. 331–344. DOI: <https://doi.org/10.17072/2078-7898/2019-3-331-344>

Bleda, P.R. (1974). Toward a clarification of the role of cognitive and affective processes in the similarity-attraction relationship. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 29, no. 3, pp. 368–373. DOI: <https://doi.org/10.1037/h0036003>

Chaiken, S. (1980). Heuristic versus systematic information processing and the use of source versus message cues in persuasion. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 39, no. 5, pp. 752–766. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.39.5.752>

Devine, P.G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 56, no. 1, pp. 5–18. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.56.1.5>

DeWall, C., Maner, J. and Rouby, D. (2009). Social exclusion and early-stage interpersonal perception: Selective attention to signs of acceptance. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 96, no. 4, pp. 729–741. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0014634>

Duncan, B.L. (1976). Differential social perception and attribution of intergroup violence: Testing the lower limits of stereotyping of Blacks. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 34, no. 4, pp. 590–598. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.34.4.590>

Eiser, J.R., Pahl, S. and Prins, Y.R.A. (2001). Optimism, pessimism and the direction of Self–Other comparisons. *Journal of Experimental Social Psychology*. Vol. 37, pp. 77–84. DOI: <https://doi.org/10.1006/jesp.2000.1438>

Hamilton, D.L. and Gifford, R.K. (1976). Illusory correlation in interpersonal perception: A cognitive basis of stereotypic judgments. *Journal of Experimental Social Psychology*. Vol. 12, no. 4, pp. 392–407. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0022-1031\(76\)80006-6](https://doi.org/10.1016/S0022-1031(76)80006-6)

Kahneman, D. (2018). *Dumay medlenno... reshay bystro* [Thinking, fast and slow]. Moscow: AST Publ., 653 p.

Kh'ell, L. and Zigler, D. (1997) *Teorii lichnosti: Osnovnye polozheniya, issledovaniya i primeneniye* [Personality theories. Basic assumptions, research, and applications]. Saint-Petersburg: Piter Publ., 608 p.

Kholodnaya, M.A. (2004). *Kognitivnye stili. O prirode individual'nogo uma* [Cognitive styles. About the nature of the individual mind]. Saint-Petersburg: Piter Publ., 384 p.

Kolga, V.A. (1976). *Differentsial'no-psikhologicheskoe issledovanie kognitivnogo stilya i obuchaemosti: dis. ... kand. psikhol. nauk* [Differential-psychological study of cognitive style and learning: dissertation]. Leningrad, 164 p.

Lambert, A.J. and Wyer, R.S. (1990). Stereotypes and social judgment: The effects of typicality and group heterogeneity. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 59, no. 4, pp. 676–691. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.59.4.676>

Lord, C.G. (1980). Schemas and images as memory aids: Two modes of processing social information. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 38, no. 2, pp. 257–269. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.38.2.257>

Machunsky, M. and Meiser, T. (2014). Cognitive components of ingroup projection: Prototype projection contributes to biased prototypicality judgments in group perception. *Social Psychology*. Vol. 45, iss. 1, pp. 15–30. DOI: <https://doi.org/10.1027/1864-9335/a000156>

McClelland, J.L. and Rumelhart, D.E. (1981). An interactive activation model of context effects in letter perception: I. An account of basic findings. *Psy-*

chological Review. Vol. 88, no. 5, pp. 375–407. DOI: <https://doi.org/10.1037/0033-295X.88.5.375>

Pahl, S. and Eiser, J.R. (2005). Valence, comparison focus and self-positivity biases: Does it matter whether people judge positive or negative traits? *Experimental Psychology*. Vol. 52, no. 4, pp. 303–310. DOI: <https://doi.org/10.1027/1618-3169.52.4.303>

Petty, R.E. and Cacioppo, J.T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in experimental social psychology*, ed. by L. Berkowitz. San Diego, CA: Academic Press, vol. 19, pp. 123–205. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60214-2](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60214-2)

Posten, A.C. and Mussweiler, T. (2013). When distrust frees your mind: The stereotype-reducing effects of distrust. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 105, no. 4, pp. 567–584. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0033170>

Ross, L. (1977). The intuitive psychologist and his shortcomings: Distortions in the attribution process. *Advances in experimental social psychology*, ed. by L. Berkowitz. New York: Academic Press, vol. 10, pp. 173–220. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(08\)60357-3](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60357-3)

Simon, B., Hastedt, C. and Aufderheide, B. (1997). When self-categorization makes sense: The role of meaningful social categorization in minority and majority members' self-perception. *Journal of Personality and Social Psychology*. Vol. 73, no. 2, pp. 310–320. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.73.2.310>

Strack, F. and Deutsch, R. (2015). The duality of everyday life: Dual-process and dual-system models in social psychology. *APA Handbook of Personality and Social Psychology. Vol. 1: Attitudes and Social Cognition*, ed. by M. Mikulincer, P.R. Shaver, E. Borgida, J.A. Bargh. Washington, DC: American Psychological Association Publ., pp. 891–927. DOI: <https://doi.org/10.1037/14341-028>

Topolinski, S. and Strack, F. (2009). The architecture of intuition: Fluency and affect determine intuitive judgments of semantic and visual coherence and judgments of grammaticality in artificial grammar learning. *Journal of Experimental Psychology: General*. Vol. 138, no. 1, pp. 39–63. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0014678>

Received 17.11.2019

Об авторе

Балева Милена Валерьевна

кандидат психологических наук, доцент,
доцент кафедры психологии развития

Пермский государственный национальный
исследовательский университет,
614990, Пермь, ул. Букирева, 15;
e-mail: mlenabaleva@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>

About the author

Milena V. Baleva

Ph.D. in Psychology, Docent, Associate Professor
of the Department of Developmental Psychology

Perm State University,
15, Bukirev str., Perm, 614990, Russia;
e-mail: mlenabaleva@yandex.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Балева М.В. Роль когнитивных стилей в процессе социальной перцепции конкретного и безличного Другого // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2020. Вып. 1. С. 106–117. DOI: 10.17072/2078-7898/2020-1-106-117

For citation:

Baleva M.V. [The role of cognitive styles in social perception of the specified and impersonal Other]. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofia. Psihologia. Sociologia* [Perm University Herald. Philosophy. Psychology. Sociology], 2020, issue 1, pp. 106–117 (in Russian). DOI: 10.17072/2078-7898/2020-1-106-117