

Роль типа социальной группы и особенностей самоотношения в проявлениях социальной перцепции студентов

М.В. БАЛЕВА*,
ФГБОУ ВО ПГНИУ, Пермь, Россия,
milenabaleva@yandex.ru

Статья посвящена решению проблемы разрозненных исследований социальной перцепции групп разного типа, затрудняющей понимание фундаментальных механизмов восприятия Другого. Разные типы социальных групп выступают в исследовании как объекты восприятия и представлены описанием их искусственных аналогов, выделенных по этническому, идеологическому и стратификационному критериям. В качестве опосредующего фактора социального восприятия рассматриваются особенности самоотношения субъекта. В исследовании приняли участие 307 девушек и 109 юношей в возрасте от 17 до 22 лет ($M = 18,92$; $SD = 0,93$). Обнаружено, что при восприятии социальных групп разного типа предвзятость и стереотипизация проявляются с разной степенью интенсивности. Оба этих феномена в наибольшей степени выражены при восприятии «стратификационных» групп. В отношении собственной «идеологической» группы наблюдается также более выраженный ингрупповой фаворитизм, чем для групп иного типа. Показано, что оба полюса самоотношения (самопринятие и самоотвержение) играют фасилитирующую роль в проявлении ингруппового фаворитизма (предвзятости), но не «участвуют» в процессах аутгрупповой стереотипизации.

Ключевые слова: социальная перцепция, искусственная группа, типы социальных групп, самоотношение, ингрупповая предвзятость, аутгрупповая стереотипизация.

Введение

Феномен социального восприятия является одним из наиболее интересных и

показательных с точки зрения выраженной асимметрии восприятия себя и Другого, своей и чужой социальной группы. Проявлениями данной асимметрии вы-

Для цитаты:

Балева М.В. Роль типа социальной группы и особенностей самоотношения в проявлениях социальной перцепции студентов // Социальная психология и общество. 2019. Т.10. № 1. С. 53–69. doi: 10.17759/sps.2019100104

* Балева Милена Валерьевна — кандидат психологических наук, доцент, Пермский государственный национальный исследовательский университет (ФГБОУ ВО ПГНИУ), Пермь, Россия, milenabaleva@yandex.ru

ступают феномены стереотипизации и предвзятости. Первый проявляется в том, что члены своей группы воспринимаются более дифференцированно и индивидуалистично, а члены чужой группы — более слитно («все одинаковые», «на одно лицо») [17; 19; 24]. Ингрупповая предвзятость проявляется в тенденции переоценивать свою группу по разным параметрам — как с точки зрения преобладания позитивных и слабой выраженности негативных характеристик [20; 25], так и в контексте этноцентризма, т. е. приписывания ей большей значимости [21], заслуг [9], более древнего происхождения [10; 11] и «нормальности» [22].

Несмотря на широкую распространенность данных феноменов в повседневном общении, их фиксацию в многочисленных исследованиях, интерес к ним не ослабевает [см.: 16; 18]. Это связано, с одной стороны, с неблагоприятными социальными последствиями данных феноменов (ксенофобии, расизма, социальной напряженности), а с другой стороны, — с их обусловленностью рядом дополнительных факторов, помимо осознания своей принадлежности к определенной группе. Другими словами, являясь комплексно обусловленным феноменом, социальная перцепция открывает все новые и новые исследовательские перспективы. Вместе с тем, в ее изучении наблюдается досадная, на наш взгляд, тенденция: образы социальных объектов все чаще рассматриваются в рамках единичных группообразующих категорий. Группы, выделенные по профессиональному, этническому, гендерному, возрастному и др. критериям исследуются изолированно с точки зрения формирования их содержательных образов. При этом не ставится задача целостного понимания закономерностей формирования восприятия Другого. Более того, в исследованиях

такого типа социальные объекты далеко не всегда изучаются в контексте четко заданного ментального пространства «Я—Другой», что лишает их необходимого экспериментального контраста и, соответственно, снижает фундаментальную составляющую обнаруживаемых эмпирических фактов. На наш взгляд, данная проблема может быть решена при условии исследования социальной перцепции на примере искусственно сконструированных социальных групп, отношении к которым не опосредовано ранее сформировавшимися установками. При этом искусственные группы должны (а) быть выделены по тем же критериям, что и реальные социальные группы и (б) сопоставляться между собой по показателям стереотипизации и предвзятости. Следует отметить, что термины «реальная» и «искусственная» в отношении групп имеют в нашем исследовании специфическое значение. Критерием для выделения данных типов социальных объектов является их потенциальная узнаваемость для субъекта восприятия. В этом смысле реальная группа представляет собой знакомую, встречавшуюся ранее в опыте субъекта, а искусственная — принципиально неизвестную ему ранее социальную общность. С точки зрения распространенной в социальной психологии классификации, опирающейся на критерий формы жизнедеятельности группы [1, с. 116], оба типа выделяемых нами групп относятся к категории условных.

Еще одной проблемой исследований социальной перцепции на сегодняшний день является недостаточное внимание к ее идентификационному контексту. На наш взгляд, простое разделение на «своих» и «чужих» не в полной мере задает позицию субъекта в пространстве восприятия. Условная «точка нахождения»

внутри или вне группового пространства является фактором, который, как известно, может в определенной степени приниматься или отвергаться (обесцениваться) субъектом. Более надежной и предсказуемой позицией восприятия является общая Я-концепция субъекта. Несмотря на вероятность флуктуации ее отдельных составляющих (физической, социальной, интеллектуальной и др.), общее самоотношение является более базовым образованием, определяемым их совокупностью. Таким образом, включение данного параметра в исследования социальной перцепции представляется оправданным с точки зрения проясненности позиционного ядра субъекта как представителя конкретной социальной группы. Вопрос, который требует эмпирической определенности в этом ключе, связан с выяснением роли общей валентности Я-концепции в процессах социального восприятия. Речь идет о роли глобального самоотношения, представленного полюсами самопринятия и самоотвержения, как вероятном диспозиционном факторе социального восприятия. В исследовании В.В. Хромова [8] получены данные о том, что высокий уровень самопринятия способствует высокой точности социальной перцепции при прогнозе поведения Другого, что можно трактовать как его дифференцированное (нестереотипное) восприятие. В исследовании Т.А. Рябиченко [6] обнаружено, что ценность «Самоутверждение», связанная с эгоцентрическим полюсом Я и предполагающая высокий уровень самопринятия, определяет особый тип отношения к Другому, а именно ориентацию на ассимиляцию с его культурой, что может прогнозировать низкий уровень ингрупповой предвзятости.

В ряде исследований вопрос о роли самоотношения поднимался в контек-

сте «восходящего» сравнения, т. е. сопоставления себя с людьми, превосходящими по ряду оцениваемых параметров. Л.Г. Почебут и Д.С. Безносков [4] отмечают, что восприятие Другого по сравнению с собой как более сильного или слабого партнера может определять стратегию отношения к нему в терминах толерантности—интолерантности. В зарубежных исследованиях были получены противоречивые данные об эффектах такого типа сравнений. С одной стороны, они проявляются в ухудшении настроения и самооценки [13; 23; 26]. С другой стороны, наблюдаются эмоционально позитивные и повышающие самооценку последствия данного процесса [12; 14; 15]. С учетом данных противоречий, а также того факта, что оценочное отношение к себе недостаточно изучено в контексте социальной перцепции групп, исследование роли самоотношения в процессах стереотипизации и предвзятости представляется актуальным.

Организация и методы исследования

Целью настоящего исследования является изучение эффектов разных типов социальных групп (на примере их искусственных аналогов) и особенностей самоотношения субъекта на проявления аутгрупповой стереотипизации и ингрупповой предвзятости.

В исследовании выдвигаются следующие *гипотезы*.

1. Выраженность аутгрупповой стереотипизации и ингрупповой предвзятости различается в зависимости от типа воспринимаемых социальных групп.

2. Особенности самоотношения субъекта опосредуют выраженность феноме-

нов социальной перцепции, в большей степени проявляясь в предвзятости, чем в стереотипизации¹.

Участники исследования. В исследовании приняли участие студенты Пермского государственного национального исследовательского университета, обучающиеся на 1–3-м курсах. В выборки для исследования феномена стереотипизации (исследование 1) и прототипизации (исследование 2) вошло разное количество человек. В первом случае число испытуемых составило 155, из них – 113 девушек и 42 (27,1%) юноши в возрасте от 17 до 22 лет ($M = 18,90$; $SD = 0,96$). Во втором случае – 261 человек, из них 194 девушки и 67 (25,7%) юношей в возрасте от 17 до 22 лет ($M = 18,92$; $SD = 0,90$). Участие в исследовании было добровольным. Каждый испытуемый подписывал согласие на обработку персональных данных.

Диагностический инструментарий.

В качестве основных социальных групп, составляющих перцептивное поле субъекта, в нашем исследовании изучались «этнические», «идеологические» и «стратификационные» группы, представленные их искусственными (не существующими в реальности) аналогами. Для соблюдения единообразия стимульного материала описание всех групп было представлено в виде специально сконструированной научно-популярной статьи (скриншот из Интернета) с описанием проявления неких диаметрально противоположных ха-

рактеристик людей, обнаруживающихся в процессе их деятельности. Критериями для выделения противоположных характеристик двух групп, описанных в каждом из четырех текстов, выступили: 1) врожденные физиологические особенности, 2) устоявшиеся убеждения и 3) статусные предпочтения. Выбор данных критериев был обусловлен их ролью в формировании естественных (реально существующих) «этнических», «идеологических» и «стратификационных» групп соответственно.

Стимульным суррогатом «этнических» групп стало описание людей, имеющих врожденную (индивидуальную) способность определенным образом реагировать на звуки низкой и высокой частоты. Данное описание содержалось в двух идентичных текстах, один из которых включал дополнительную информацию о том, что такую способность можно определить по внешнему виду человека: цвету волос и чертам лица². Аналог идеологических групп был представлен описанием отношения к другим людям как к соперникам или соратникам. Данное убеждение, на наш взгляд, является наиболее близким для формирования таких реальных «идеологических» групп, как социалисты и либералы, сторонники жесткой и мягкой внешней политики, представители противоположных религиозных, гендерных и других пропагандируемых взглядов, выражаемых в виде устойчивых ключевых идей. Наконец,

¹ Об основаниях такой формулировки гипотезы подробнее см. [2].

² Включение данной информации в один из текстов, описывающих аналоги «этнических» групп, было обусловлено следующим обстоятельством. Реальная этническая принадлежность человека может быть внешне заметной (фенотипически явной) и скрытой (фенотипически неявной). Так, например, для субъекта русской национальности принадлежность Другого к национальности азиатского типа является фенотипически явной в отличие от его принадлежности к национальности славянского типа. Вместе с тем сопоставление выраженности стереотипизации и предвзятости при восприятии «фенотипически явных» и «фенотипически неявных» социальных групп не выявило статистически значимых различий между ними.

искусственные «стратификационные» группы, выражающие принадлежность людей к части населения с низким или высоким уровнем доходов, были представлены описанием личных предпочтений к использованию в процессе работы дорогих («высокостатусных») и дешевых («низкостатусных») вещей.

Аутгрупповая стереотипизация измерялась с помощью вербальной процедуры описания единичного представителя каждой из представленных в стимульном тексте групп [22] путем выбора обобщенно-личностных (например, «упрямый») и/или конкретно-поведенческих (например, «категорически отказался принять точку зрения партнера») вариантов описания. Преобладание первых над вторыми расценивалось как выраженность стереотипизации и было существенно выше для аутгруппы, чем для ингруппы ($t = 4,41$; $p < 0,001$), что подтверждает валидность данного инструментария. Математически показатель стереотипизации аутгруппы вычислялся как разность числа отмеченных испытуемым обобщенно-личностных и конкретно-поведенческих характеристик при описании ее отдельного представителя.

Ингрупповая предвзятость также измерялась с помощью вербальной процедуры [22], в основе которой лежит феномен прототипизации ингруппы, т. е. приписывания ей (в отличие от аутгруппы) характеристик, свойственных «людям вообще» либо представителям прототипической (общей для обеих групп) группы [10; 11]. Математически прототипизация определялась через подсчет числа совпадений качеств, с помощью которых испытуемые описывали «свою» или «чужую» группу, с качествами, которые они приписывали протогруппе. Разница в количестве данных совпадений для «своей» и «чужой» группы использовалась как показатель

прототипизации. Сравнительный анализ показал, что количество таких совпадений было значимо выше для ингруппы, чем для аутгруппы ($t = 7,17$; $p < 0,001$), что подтверждает корректность измерения ингруппового фаворитизма через показатель прототипизации.

Самоотношение измерялось с помощью стандартизированной методики «Опросник самоотношения» [7], представленной показателями «Самопринятие» и «Самоотвержение».

Процедура. В начале исследования участники отвечали на вопросы стандартизированной методики «Опросник самоотношения». После этого им предъявлялись стимульные тексты, описывающие искусственные аналоги социальных групп (каждый испытуемый получал только один текст). После прочтения текста предлагалось определить свою наиболее вероятную принадлежность к одной из описанных групп, что позволяло зафиксировать для каждого участника ингруппу и аутгруппу. Далее респонденты заполняли методики, направленные на измерение предвзятости и стереотипизации.

Анализ данных. Анализ данных осуществлялся в программе Statistica 10 и проходил в несколько этапов. До начала основных анализов была произведена оценка нормальности распределения показателей, а также кластеризация испытуемых по переменным «Самопринятие и самоотвержение». В результате кластерного анализа были выделены контрастные группы испытуемых, имеющих статистически значимые различия как по выраженности самопринятия ($F = 214,68$; $p < 0,001$), так и по выраженности самоотвержения ($F = 377,10$; $p < 0,001$).

В качестве основного анализа использовался двухфакторный ANOVA. С его помощью анализировались главные

(одиночные) эффекты факторов типа группы и уровня показателей самоотношения на переменные стереотипизации и предвзятости, а также совместные эффекты (взаимодействия) данных факторов по указанным переменным.

Результаты

Данные описательной статистики свидетельствовали о том, что значения асим-

метрии и эксцесса исследуемых показателей не превышали критические значения ($A = |0,58|$ при $N = 155$; $A = |0,45|$ при $N = 261$; $E = |1,87|$ при $N = 155$; $E = |1,47|$ при $N = 261$) [5].

Исследование 1

В табл. 1 представлены итоги анализа одиночных и совместных эффектов показателей типа воспринимаемой социальной группы и самоотношения на выраженность стереотипизации.

Таблица 1

Одиночные и совместные эффекты (взаимодействия) типа воспринимаемой социальной группы и самоотношения на выраженность стереотипизации

Независимые переменные (факторы) и их уровни	Выраженность стереотипизации		F	p	Критерий Левена	
	Среднее значение	Стандартная ошибка				
Тип социальной группы: одиночный эффект (df = 3, 151)						
Этническая, фенотипически неявная	2,39	0,30	2,94	0,035	0,88*	
Этническая, фенотипически явная	2,38	0,33				
Идеологическая	2,11	0,28				
Стратификационная	3,08	0,22				
Самопринятие: одиночный эффект (df = 1, 153)						
Низкий уровень	2,57	0,17	0,03	0,854	0,11*	
Высокий уровень	2,62	0,24				
Самоотвержение: одиночный эффект (df = 1, 153)						
Низкий уровень	2,48	0,20	0,53	0,466	0,01*	
Высокий уровень	2,68	0,19				
Тип социальной группы × Самопринятие: совместный эффект / взаимодействие (df = 3, 147)						
<i>Группа</i>	<i>Самопринятие</i>					
Этническая, фенотипически неявная	Низкий уровень	2,43	0,37	0,78	0,509	1,26*
	Высокий уровень	2,33	0,49			
Этническая, фенотипически явная	Низкий уровень	2,58	0,39			
	Высокий уровень	1,86	0,64			
Идеологическая	Низкий уровень	2,17	0,35			
	Высокий уровень	2,00	0,47			
Стратификационная	Низкий уровень	2,89	0,28			
	Высокий уровень	3,43	0,37			

Независимые переменные (факторы) и их уровни		Выраженность стереотипизации		F	p	Критерий Левена
		Среднее значение	Стандарт- ная ошибка			
Тип социальной группы × Самоотвержение: совместный эффект / взаимодействие (df = 3, 147)						
<i>Группа</i>	<i>Самоотвержение</i>					
Этническая, фенотипически неясная	Низкий уровень	2,47	0,41	0,29	0,834	1,63*
	Высокий уровень	2,31	0,43			
Этническая, фенотипически явная	Низкий уровень	2,17	0,49			
	Высокий уровень	2,57	0,46			
Идеологическая	Низкий уровень	2,12	0,41			
	Высокий уровень	2,10	0,38			
Стратификационная	Низкий уровень	2,85	0,33			
	Высокий уровень	3,28	0,30			

Примечание: критерий Левена (F) незначим: «*» – $p > 0,10$.

Оценка дисперсий выделенных групп по критерию Левена выявила возможность их сопоставления.

Анализ эффектов типа воспринимаемой социальной группы и самоотношения на выраженность стереотипизации показал наличие единственного статистически значимого одиночного эффекта первого фактора на выраженность стереотипизации ($F = 2,94$; $p < 0,05$). Сравнительный анализ различий средних значений (post hoc анализ) свидетельствовал о более высокой выраженности стереотипизации при восприятии «стратификационной», чем «этнических» ($p < 0,10$) и «идеологических» ($p < 0,01$) групп. Это свидетельствует о том, что единичный представитель «стратификационной» аутгруппы воспринимается как менее уникальный, более похожий на ее остальных членов, чем единичные представители «этнических» и «идеологических» аутгрупп. При этом особенности самоотношения субъекта восприятия не играют значимой роли в формировании стереотипного образа данных социальных объектов.

Исследование 2

В табл. 2 представлены итоги анализа одиночных и совместных эффектов показателей типа воспринимаемой социальной группы и самоотношения на выраженность ингруппового фаворитизма.

Оценка дисперсий выделенных групп по критерию Левена выявила возможность их сопоставления.

Одиночный эффект типа воспринимаемой социальной группы на ингрупповой фаворитизм ($F = 4,21$; $p < 0,01$) позволяет утверждать, что в отношении «идеологической» и «стратификационной» ингрупп наблюдается более выраженная ингрупповая предвзятость, чем в отношении «этнических» ингрупп. При этом особенно высокая предвзятость имеет место в отношении «стратификационной» ингруппы по сравнению с обеими «этническими» группами ($p < 0,10$ и $p < 0,01$ соответственно).

Значимый одиночный эффект самоприятия на ингрупповой фаворитизм ($F = 3,95$; $p < 0,05$) и незначимое взаимодействие факторов «самопринятие»

Таблица 2

Одиночные и совместные эффекты (взаимодействия) типа воспринимаемой социальной группы и самооотношения на выраженность ингруппового фаворитизма

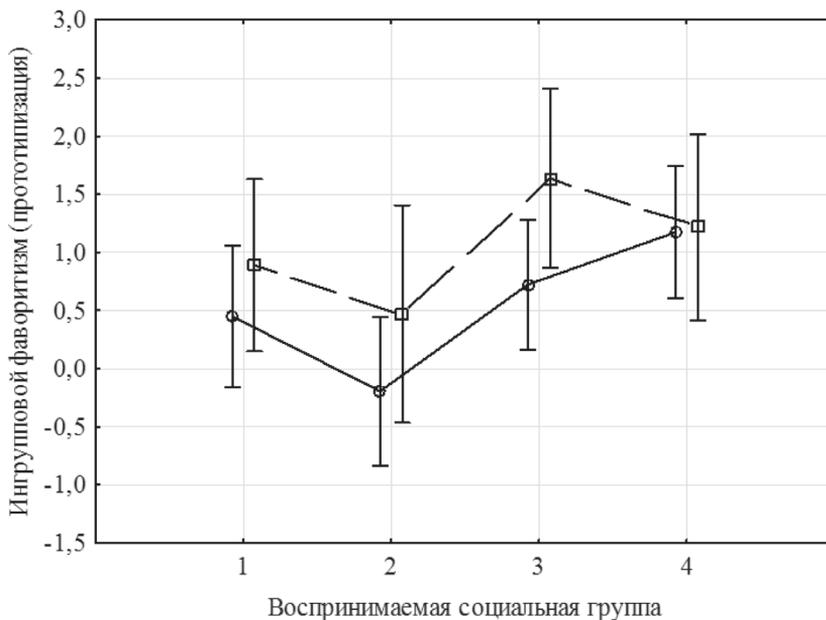
Независимые переменные (факторы) и их уровни		Выраженность ингруппового фаворитизма (прототипизации)		F	p	Критерий Левена	
		Среднее значение	Стандартная ошибка				
Тип социальной группы: одиночный эффект (df = 3, 257)				4,21	0,006	1,56*	
Этническая, фенотипически неявная		0,63	0,24				
Этническая, фенотипически явная		0,02	0,27				
Идеологическая		1,04	0,23				
Стратификационная		1,19	0,24				
Самопринятие: одиночный эффект (df = 1, 259)				3,95	0,048	3,49**	
Низкий уровень		0,59	0,15				
Высокий уровень		1,10	0,21				
Самоотвержение: одиночный эффект (df = 1, 259)				5,22	0,023	0,98*	
Низкий уровень		0,46	0,18				
Высокий уровень		1,02	0,17				
Тип социальной группы x Самопринятие: совместный эффект / взаимодействие (df = 3, 253)				0,56	0,644	1,26*	
<i>Группа:</i>		<i>Самопринятие:</i>					
Этническая, фенотипически неявная		Низкий уровень	0,45				0,31
		Высокий уровень	0,89				0,38
Этническая, фенотипически явная		Низкий уровень	-0,19				0,33
		Высокий уровень	0,47				0,47
Идеологическая		Низкий уровень	0,72				0,29
		Высокий уровень	1,64				0,39
Стратификационная		Низкий уровень	1,17	0,29			
		Высокий уровень	1,22	0,41			
Тип социальной группы x Самоотвержение: совместный эффект / взаимодействие (df = 3, 253)				2,75	0,043	1,34*	
<i>Группа:</i>		<i>Самоотвержение:</i>					
Этническая, фенотипически неявная		Низкий уровень	0,81				0,37
		Высокий уровень	0,50				0,30
Этническая, фенотипически явная		Низкий уровень	0,04				0,38
		Высокий уровень	0,00				0,37
Идеологическая		Низкий уровень	0,51				0,32
		Высокий уровень	1,60				0,33
Стратификационная		Низкий уровень	0,43	0,36			
		Высокий уровень	1,71	0,30			

Примечание: критерий Левена (F) незначим: «*» – $p > 0,10$; «**» – $p > 0,06$.

и «тип социальной группы» по данной переменной ($F = 0,56; p > 0,10$) позволяют сделать вывод о том, что в целом при восприятии социальных групп ингрупповая предвзятость значимо выше при высоком, чем при низком уровне самопринятия. Данная закономерность обнаруживается на уровне тенденции при восприятии «идеологических» групп ($p < 0,10$) и на уровне общего тренда при восприятии групп других исследуемых типов (рис. 1).

Значимый одиночный эффект самоотвержения на ингрупповой фаворитизм

($F = 5,22; p < 0,05$) и значимое взаимодействие факторов «самоотвержение» и «тип социальной группы» по данной переменной ($F = 2,75; p < 0,05$) позволяют заключить, что в целом ингрупповая предвзятость выше при высоком, чем при низком уровне самоотвержения. Вместе с тем *post hoc*-анализ средних значений ингруппового фаворитизма при разных уровнях факторов «тип социальной группы» и «уровень самоотвержения» показал, что данная закономерность справедлива лишь в отношении «идеоло-



Воспринимаемая социальная группа:

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

Уровень самопринятия:

- низкий;
- высокий

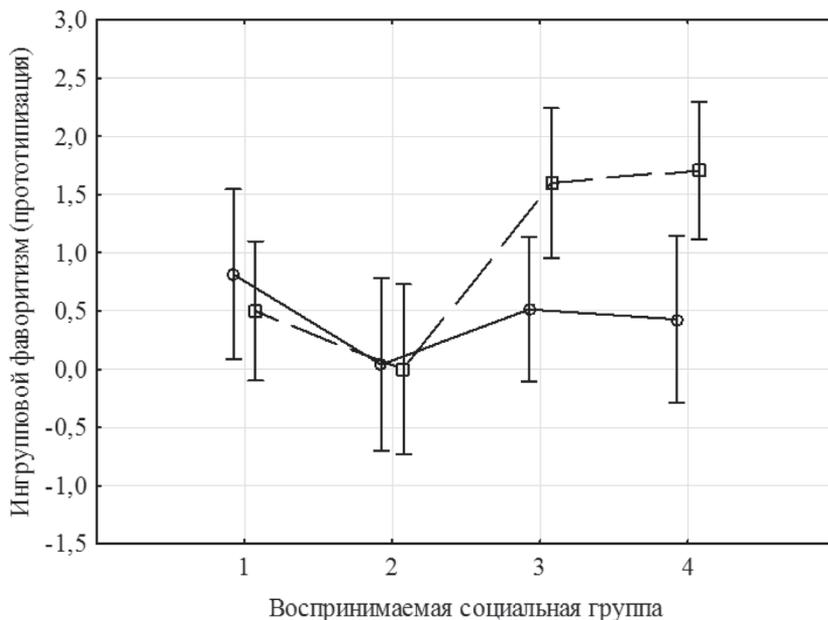
Рис. 1. Выраженность ингруппового фаворитизма при разном уровне самопринятия в условиях восприятия социальных групп разного типа

гической» ($p < 0,05$) и «стратификационной» ($p < 0,01$) групп, но не проявляется в процессе социальной перцепции «этнических» групп (рис. 2). Другими словами, высокий уровень самоотвержения способствует росту ингрупповой предвзятости в отношении собственной «идеологической» и «стратификационной» групп и не изменяет ее уровень в отношении собственной «этнической» группы. При низком уровне самоотвержения ингрупповая предвзятость не обнаруживает статистически значимых различий

при восприятии социальных групп разного типа ($p > 0,10$).

Обсуждение

Проведенное нами исследование выявило несколько эмпирических фактов, проясняющих суть ингруппового фаворитизма (предвзятости) и стереотипизации как основных феноменов социальной перцепции. Прежде всего обнаружено, что ингрупповая предвзятость и стереоти-



Воспринимаемая социальная группа:

- 1 — этническая, фенотипически неявная;
- 2 — этническая, фенотипически явная;
- 3 — идеологическая;
- 4 — стратификационная.

Уровень самопринятия:

- низкий;
- высокий

Рис. 2. Выраженность ингруппового фаворитизма при разном уровне самоотвержения в условиях восприятия социальных групп разного типа

пизация проявляются с разной степенью интенсивности при восприятии социальных групп разного типа. Оказалось, что оба этих феномена в наибольшей степени выражены при восприятии отдельных представителей и целых групп, выделенных по стратификационному критерию. В отношении собственной «идеологической» группы наблюдается также более выраженный ингрупповой фаворитизм. Эти результаты свидетельствуют, прежде всего, о том, что приобретенные характеристики человека (его убеждения и социальный статус) являются более существенным основанием для разграничения «своих» и «чужих», чем врожденные характеристики. По всей видимости, это можно объяснить особенностями социальной атрибуции, которая отражает явную «непричастность» объекта восприятия к проявлению врожденных физиологических характеристик и его субъектную активность при формировании убеждений и стиля жизни. Соответственно, можно предположить, что не этническая принадлежность сама по себе, а ассоциативно связанные с ней коннотативные характеристики, имеющие мифологическое, идеологическое и иное культурное происхождение, определяют степень «инаковости» социального объекта, что выражается в предвзятом и стереотипном отношении к нему. Данное предположение, однако, нуждается в эмпирической проверке — например, через конструирование искусственного культурного мифа в отношении вымышленной социальной группы, выделенной по надуманному признаку типа толщины ушных мочек или формы позвоночника. Косвенным образом высказанное предположение подтверждается известными историческими фактами — например, средневековым преследованием ведьм или антисемитизмом.

В то же время, более высокая выраженность стереотипизации и предвзятости в отношении «идеологических» и «стратификационных», чем в отношении «этнических» групп может иметь альтернативную интерпретацию. На наш взгляд, человек, относящийся к другим людям как к соперникам/соратникам, а также человек, предпочитающий «высококачественные»/«низкостатусные» вещи, хоть и не принадлежат к формально существующим группам, но все же являются вполне узнаваемыми объектами, которые гипотетически могли встречаться субъекту восприятия. На уровне здравого смысла субъект приписывает «идеологическому» объекту некие коммуникативные и характерологические характеристики, а «статусному» объекту — определенные черты, связанные с отношением к деньгам, престижу. В отличие от них социальные объекты, обладающие случайными физиологическими особенностями, сложно классифицируются и с трудом могут быть наделены дополнительными чертами. Другими словами, более узнаваемые социальные объекты легче категоризируются, а соответственно разделяются на «своих» и «чужих» [подробнее о роли узнаваемости (апперцептивности) субъекта социального восприятия см.: 3].

Второй важный факт, обнаруженный в нашем исследовании, заключается в том, что самоотношение играет значимую роль в формировании предвзятости, но при этом никак не связано со стереотипизацией социального объекта. На наш взгляд, этот факт согласуется с выявленной ранее обусловленностью стереотипизации когнитивными, а предвзятости — мотивационными (контекстно-ситуационными) факторами [2] и объясняется различными механизмами, лежащими в основе этих перцептивных феноменов.

Третий значимый факт, обнаруженный в нашем исследовании, заключается в фасилитирующей роли самоотношения в формировании ингруппового фаворитизма. Было показано, что и самопринятие, и самоотвержение способствуют росту ингрупповой предвзятости, что является, на первый взгляд, парадоксальным. С нашей точки зрения, данное противоречие снимается при рассмотрении самопринятия и самоотвержения как относительно независимых друг от друга, а не реципрокных процессов. В подтверждение правомерности такой трактовки отметим, что в обоих исследованиях коэффициенты корреляций данных показателей оставались на умеренном уровне ($r = -0,30$ в исследовании 1 и $r = -0,41$ в исследовании 2). Можно предположить, что высокий уровень самопринятия связан с позитивным отношением к разным проявлениям Я, в том числе к Я-социальному, которое приобретает более отчетливую положительную оценку на фоне низкой оценки аутгрупп. В свою очередь, высокий уровень самоотвержения можно рассматривать как частное проявление критического мышления. Вероятно, данная характеристика может проявляться не только как элемент самовосприятия, но и как устойчивая особенность социального восприятия в целом. Примечательно, что при высоком самоотвержении усиление ингруппового фаворитизма наблюдается в отношении «идеологических» и «стратификационных», но не «этнических» групп. Скорее всего, это объясняется наличием «веских оснований» для критичного, негативного отношения к первым двум группам по сравнению с третьей, что связано, с одной стороны, с их большей узнаваемостью и проясненностью образов, а с другой стороны, — с более вероятной субъектностью их членов в определении групповой специфики.

Заключение

Полученные результаты можно обобщить в следующих основных выводах.

1. Выраженность ингрупповой предвзятости (фаворитизма) и аутгрупповой стереотипизации различается в зависимости от типа воспринимаемых искусственных социальных групп. Ингрупповая предвзятость проявляется в большей степени при восприятии «идеологических» и «стратификационных» групп. В отношении последних наблюдаются также более высокие проявления аутгрупповой стереотипизации.

2. Самоотношение играет выраженную роль в формировании предвзятости, однако не связано со стереотипизацией искусственных групп.

3. Самопринятие и самоотвержение обнаруживают сходный (фасилитирующий) эффект на выраженность ингрупповой предвзятости в отношении искусственных групп определенного типа.

В целом, наше исследование позволяет заключить, что факторами, определяющими восприятие и общее отношение к социальным группам, выступают степень идентификационной субъектности членов аутгрупп, а также уровень апперцептивности (узнаваемости) их образов. Предвзятое отношение к аутгруппам определенного типа может усиливаться как на фоне выраженного самопринятия, так и на фоне высокого самоотвержения субъекта восприятия.

Полученные результаты могут использоваться при разработке программ бесконфликтного межгруппового взаимодействия, повышение эффективности которых лежит в плоскости активизации идентификационных характеристик объекта восприятия а также осознания его роли в выборе группы членства.

Финансирование

Работа выполнена при поддержке гранта РФФИ № 16-16-59006.

Благодарности

Автор благодарит за помощь в сборе данных для исследования исполнителей проекта В.А. Гасимову и Г.В. Ковалеву.

ЛИТЕРАТУРА

1. *Андреева Г.М.* Социальная психология. Учебник для высш. учеб. заведений. М.: Аспект Пресс, 2001. 384 с.
2. *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:10.17759/sps.2017080205
3. *Балева М.В.* Функциональная дихотомия социальной перцепции Другого: постановка проблемы и состояние исследований // Фундаментальные и прикладные исследования современной психологии: результаты и перспективы развития / Отв. ред. А.Л. Журавлёв, В.А. Кольцова. М.: Институт психологии РАН, 2017. С. 1778–1786.
4. *Почебут Л.Г., Безносков Д.С.* Ассертивность и толерантность в межкультурном взаимодействии // Социальная психология и общество. 2017. Т. 8. № 3. С. 8–19. doi:10.17759/sps.2017080302
5. *Пустыльник Е.И.* Статистические методы анализа и обработки наблюдений. М.: Наука, 1968. 288 с.
6. *Рябиченко Т.А.* Ассимиляция или интеграция: роль ценностей «Самоутверждение» // Социальная психология и общество. 2016. Т. 7. № 3. С. 93–104. doi:10.17759/sps.2016070307
7. *Столин В.В., Пантилеев С.Р.* Опросник самоотношения // Практикум по психодиагностике: Психодиагностические материалы. М.: Изд-во Московского университета, 1988. С. 123–130.
8. *Хромов В.В.* Самопринятие как фактор социальной перцепции // Материалы Всероссийской научно-практической конференции «Череповецкие научные чтения-2016» (г. Череповец, 16–17 ноября 2016 г.). Череповец: Череповецкий государственный университет. 2017. С. 154–156.
9. *Ancok D., Chertkoff J.M.* Effects of group membership, relative performance, and self-interest on the division of outcomes // Journal of Personality and Social Psychology. 1983. Vol. 45. P. 1256–1262. doi:10.1037/0022-3514.45.6.1256
10. *Bianchi M., Machunsky M., Steffens M.C., Mummendey A.* Like me or like us: Is ingroup projection just social projection? // Experimental Psychology. 2009. Vol. 56. P. 198–205. doi:10.1027/1618-3169.56.3.198
11. *Bianchi M., Mummendey A., Steffens M.C., Yzerbyt V.* What do you mean by “European”? Evidence of spontaneous ingroup projection // Personality and Social Psychology Bulletin. 2010. Vol. 36. P. 960–974. doi:10.1177/0146167210367488
12. *Brewer M.B., Weber J.G.* Self-evaluation effects of interpersonal versus intergroup social comparison // Journal of Personality and Social Psychology. 1994. Vol. 66. P. 268–275. doi:10.1037/0022-3514.66.2.268

13. *Brickman P., Bulman R.* Pleasure and pain in social comparison // Social comparison processes: Theoretical and empirical perspectives / J. Suls, R. L. Miller (Eds.). New York: Hemisphere, 1977. P. 149–186.
14. *Brown J.D., Novick, N.J. Lord K.A., Richards J.M.* When Gulliver travels: Social context, psychological closeness, and self-appraisals // Journal of Personality and Social Psychology. 1992. Vol. 62. P. 717–727. doi:10.1037/0022-3514.62.5.717
15. *Buunk B., Collins, R., Taylor, S., Dakof, G., Van Yperen, N.* The affective consequences of social comparison: Either direction has its ups and downs // Journal of Personality and Social Psychology. 1990. Vol. 59. P. 1238–1249. doi:10.1037/0022-3514.59.6.1238
16. *Chen C.Y., Purdie-Vaughns V., Phelan J.C., Yu G., Yang L.H.* Racial and mental illness stereotypes and discrimination: An identity-based analysis of the Virginia Tech and Columbine shootings // Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology. 2015. Vol. 21 (2). P. 279–287. doi:10.1037/a0037881
17. *Correll J., Wittenbrink B., Crawford, M., Sadler M.* Stereotypic vision: How stereotypes disambiguate visual stimuli // Journal of Personality and Social Psychology. 2015. Vol. 108 (2). P. 219–233. doi:10.1037/pspa0000015
18. *Cortland C.I., Craig M.A., Shapiro J.R., Richeson J.A., Neel R., Goldstein N.J.* Solidarity through shared disadvantage: Highlighting shared experiences of discrimination improves relations between stigmatized groups // Journal of Personality and Social Psychology. 2017. Vol. 113 (4). P. 547–567. doi:10.1037/pspi0000100
19. *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 // Advances in Experimental Social Psychology. 1990. Vol. 23. P. 1–74. doi:10.1016/S0065-2601(08)60317-2
20. *Hewstone M.* The “ultimate attribution error”? A review of the literature on intergroup causal attribution // European Journal of Social Psychology. 1990. Vol. 20. P. 311–335. doi: 10.1002/ejsp.2420200404
21. *Iyer A., Leach C.W.* Emotion in inter-group relations // European Review of Social Psychology. 2008. Vol. 19. P. 86–125. doi: 10.1080/10463280802079738
22. *Machunsky M., Meiser T.* Cognitive components of ingroup projection: Prototype projection contributes to biased prototypicality judgments in group perception // Social Psychology. 2014. Vol. 45 (1). P. 15–30. doi:10.1027/1864-9335/a000156
23. *Pyszczynski T., Greenberg J., LaPrelle J.* Social comparison after success and failure: Biased search for information consistent with a self-serving conclusion // Journal of Experimental Social Psychology. 1985. Vol. 21. P. 195–211. doi:10.1016/0022-1031(85)90015-0
24. *Stern L.S., Marrs S., Millar M.F., Cole E.* Processing time and the recall of inconsistent and consistent behaviors of individuals and groups // Journal of Personality and Social Psychology. 1984. Vol. 47. P. 253–262. doi:10.1037/0022-3514.47.2.253
25. *Weber J.G.* The nature of ethnocentric attribution bias: In-group protection or enhancement? // Journal of Experimental Social Psychology. 1994. Vol. 30. P. 482–504. doi:10.1006/jesp.1994.1023
26. *Wills T.A.* Downward comparison principles in social psychology // Psychological Bulletin. 1981. Vol. 90. P. 245–271. doi:10.1037/0033-2909.90.2.245

The role of the group type and the characteristics of self-attitude in students' social perception

M. V. BALEVA*,

Perm State University, Perm, Russian Federation,
milnabaleva@yandex.ru

The article deals with the problem of disparate studies in social perceptions of different types of groups, which impede the understanding of its fundamental mechanisms. Different types of social groups appear in the research as stimulus descriptions of their artificial analogues, singled out according to ethnic, ideological and stratification criteria. As a mediating factor of social perception, the features of subject's self-attitude (self-acceptance and self-rejection) are considered. The study involved 307 females and 109 males from 17 to 22 years old ($M = 18.92$, $SD = 0.93$). It was found that perceiving of different types of social groups determines the varying degrees of stereotyping and bias intensity. Both of these phenomena are most observable for the groups identified by stratification criterion. Ingroup favoritism is also more conspicuous for the subject's "ideological" ingroup in comparison with the groups of different types. It was also shown that self-attitude plays a facilitating role in the manifestations of ingroup favoritism: both self-acceptance and self-rejection contribute to the growth of perceptual bias, but do not "participate" in outgroup stereotyping.

Keywords: social perception, artificial group, types of social groups, self-attitude, ingroup bias, outgroup stereotyping.

Funding

The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research, project 16-16-59006.

Acknowledgements

The author is grateful for assistance in data collection to Gasimova V.A and Kovaleva G.V.

REFERENCES

1. Andreeva G.M. *Sotsial'naya psikhologiya* [Social psychology]. Uchebnik dlya vysshikh uchebnykh zavedenii. Moscow: Aspekt Press Publ., 2001. 384 p. (In Russ.).
2. Baleva M.V. Kognitivno-stilevye i kontekstnye faktory ingruppovoi predvzyatosti i autgruppovoi 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'naiia psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2019. Vol. 10. no. 1, pp. 53–69. (In Russ., abstr. in Engl.). doi:10.17759/sps.2019100104

For citation:

Baleva M.V. The role of the group type and the characteristics of self-attitude in students' social perception. *Sotsial'naiia psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2019. Vol. 10. no. 1, pp. 53–69. (In Russ., abstr. in Engl.). doi:10.17759/sps.2019100104

* *Baleva Milena V.* — PhD in Psychology, Associate Professor, Perm State University, Perm, Russia, milnabaleva@yandex.ru

- Psychology and Society*, 2017. Vol. 8, no. 2, pp. 67–84. doi:10.17759/sps.2017080205 (In Russ., abstr. in Engl.).
3. Baleva M.V. Funktsional'naya dikhotomiya sotsial'noi pertseptsii Drugogo: postanovka problemy i sostoyanie issledovaniya [Functional duality of social perception of the Other: the main theses of research problem]. In A.L. Zhuravlev, V.A. Kol'tsova (ed.). *Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya sovremennoi psikhologii: rezul'taty i perspektivy razvitiya* [Fundamental and applied research of modern psychology: results and prospects of development]. Moscow: Institut psikhologii RAN Publ., 2017, pp. 1778–1786. (In Russ.).
 4. Pochebut L.G., Beznosov D.S. Assertivnost' i tolerantnost' v mezhkul'turnom vzaimodeistvii [Assertiveness and tolerance in cross-cultural interaction]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2017. Vol. 8, no. 3, pp. 8–19. doi:10.17759/sps.2017080302 (In Russ., abstr. in Engl.).
 5. Pustyl'nik E.I. Statisticheskie metody analiza i obrabotki nablyudenii [Statistical methods for the analysis and processing of observations]. Moscow: Nauka Publ., 1968. 288 p. (In Russ.).
 6. Ryabichenko T.A. Assimilyatsiya ili integratsiya: rol' tsennostei «Samoutverzhdenie» [Assimilation or Integration: the role of self-affirmation values]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social Psychology and Society], 2016. Vol. 7, no. 3, pp. 93–104. doi:10.17759/sps.2016070307 (In Russ., abstr. in Engl.).
 7. Stolin V.V., Pantileev S.R. Oprosnik samootnosheniya [Self-attitude questionnaire]. *Praktikum po psikhodiagnostike: Psikhodiagnosticheskie materialy* [Practical work on psychodiagnostics: Psychodiagnostical materials]. Moscow: Moskovskii universitet Publ., 1988, pp. 123–130. (In Russ.).
 8. Khromov V.V. Samoprinyatie kak faktor sotsial'noi pertseptsii [Self-acceptance as a factor of social perception]. Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii “Cherepovetskie nauchnye chteniya – 2016” (g. Cherepovets, 16–17 noyabrya 2016 g.) [Proceedings of all-Russian scientific and practical conference “Cherepovets scientific readings – 2016”]. Cherepovets: Cherepovetskii gosudarstvennyi universitet Publ., 2017, pp. 154–156. (In Russ.).
 9. Ancok D., Chertkoff J.M. Effects of group membership, relative performance, and self-interest on the division of outcomes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1983. Vol. 45, pp. 1256–1262. doi: 10.1037/0022-3514.45.6.1256
 10. Bianchi M., Machunsky M., Steffens M.C., Mummendey A. Like me or like us: Is ingroup projection just social projection? *Experimental Psychology*, 2009. Vol. 56, pp. 198–205. doi:10.1027/1618-3169.56.3.198
 11. Bianchi M., Mummendey A., Steffens M.C., Yzerbyt V. What do you mean by “European”? Evidence of spontaneous ingroup projection. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2010. Vol. 36, pp. 960–974. doi:10.1177/0146167210367488
 12. Brewer M.B., Weber J.G. Self-evaluation effects of interpersonal versus intergroup social comparison. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1994. Vol. 66, pp. 268–275. doi:10.1037/0022-3514.66.2.268
 13. Brickman P., Bulman R. Pleasure and pain in social comparison. In J. Suls, R.L. Miller (Eds.). *Social comparison processes: Theoretical and empirical perspectives*. New York: Hemisphere, 1977, pp. 149–186.

14. Brown J.D., Novick, N.J. Lord K.A., Richards J.M. When Gulliver travels: Social context, psychological closeness, and self-appraisals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1992. Vol. 62, pp. 717–727. doi:10.1037/0022-3514.62.5.717
15. Buunk B., Collins, R., Taylor, S., Dakof, G., Van Yperen, N. The affective consequences of social comparison: Either direction has its ups and downs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1990. Vol. 59, pp. 1238–1249. doi:10.1037/0022-3514.59.6.1238
16. Chen C.Y., Purdie-Vaughns V., Phelan J.C., Yu G., Yang L.H. Racial and mental illness stereotypes and discrimination: An identity-based analysis of the Virginia Tech and Columbine shootings. *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*, 2015. Vol. 21 (2), pp. 279–287. doi: 10.1037/a0037881
17. Correll J., Wittenbrink B., Crawford, M., Sadler, M. Stereotypic vision: How stereotypes disambiguate visual stimuli. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2015. Vol. 108(2), pp. 219–233. doi: 10.1037/pspa0000015
18. Cortland C.I., Craig M.A., Shapiro J.R., Richeson J.A., Neel R., Goldstein N.J. Solidarity through shared disadvantage: Highlighting shared experiences of discrimination improves relations between stigmatized groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2017. Vol. 113(4), pp. 547–567. doi: 10.1037/pspi0000100
19. 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. *Advances in experimental social psychology*, 1990. Vol. 23, pp. 1–74. doi:10.1016/S0065-2601(08)60317-2
20. Hewstone M. The “ultimate attribution error”? A review of the literature on intergroup causal attribution. *European Journal of Social Psychology*, 1990. Vol. 20, pp. 311–335. doi:10.1002/ejsp.2420200404
21. Iyer A., Leach C.W. Emotion in inter-group relations. *European Review of Social Psychology*, 2008. Vol. 19, pp. 86–125. doi: 10.1080/10463280802079738
22. Machunsky M., Meiser T. Cognitive components of ingroup projection: Prototype projection contributes to biased prototypicality judgments in group perception. *Social Psychology*, 2014. Vol. 45(1), pp. 15–30. doi: 10.1027/1864-9335/a000156
23. Pyszczynski T., Greenberg J., LaPrelle J. Social comparison after success and failure: Biased search for information consistent with a self-serving conclusion. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1985. Vol. 21, pp. 195–211. doi:10.1016/0022-1031(85)90015-0
24. Stern L.S., Marrs S., Millar M.F., Cole E. Processing time and the recall of inconsistent and consistent behaviors of individuals and groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1984. Vol. 47, pp. 253–262. doi:10.1037/0022-3514.47.2.253
25. Weber J.G. The nature of ethnocentric attribution bias: In-group protection or enhancement? *Journal of Experimental Social Psychology*, 1994. Vol. 30, pp. 482–504. doi:10.1006/jesp.1994.1023
26. Wills T.A. Downward comparison principles in social psychology. *Psychological Bulletin*, 1981. Vol. 90, pp. 245–271. doi:10.1037/0033-2909.90.2.245