

УДК 316.64: 159.955.5

КОГНИТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ СТЕРЕОТИПИЗАЦИИ ДРУГОГО¹

© 2018 г. М. В. Балева^{1)*}, В. А. Гасимова^{2)**}, Г. В. Ковалева^{2)***}

¹⁾ Пермский государственный национальный исследовательский университет;
614990, г. Пермь, ул. Букирева, 15, Россия.

²⁾ Пермский государственный институт культуры; 614000, г. Пермь, ул. Газеты “Звезда”, 18, Россия.

* Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии развития.

E-mail: milenabaleva@yandex.ru

** Кандидат психологических наук, старший преподаватель
кафедры психологии и педагогики. E-mail: vera358@bk.ru

*** Кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии и педагогики.

E-mail: gal2401@yandex.ru

Поступила 17.01.2017

Аннотация. Ставится задача выявления универсальных когнитивных механизмов формирования стереотипизирующих суждений о представителях аутгрупп. В качестве объекта восприятия рассматриваются искусственно сконструированные социальные группы, что позволяет исключить влияние ранее сформированных установок и эмоциональной окрашенности “готовых” стереотипов на их актуальное восприятие. Проверяется и находит поддержку гипотеза об эффектах когнитивных стилей и дивергентного мышления на стереотипизацию Другого. Стереотипизация операционализируется через описание образа Другого в терминах обобщающих черт, а не конкретного поведения. На выборке из 103 студентов установлен статистически значимый вклад в стереотипизацию отдельных показателей: полезависимости, ригидности, импульсивности, когнитивной простоты и низкой оригинальности. Полученные результаты представляют интерес с точки зрения понимания когнитивной природы стереотипизированных, в том числе предвзятых суждений о представителях аутгрупп и могут иметь прикладное значение при разработке обучающих программ в области психологии межкультурных взаимодействий.

Ключевые слова: социальный стереотип, стереотипизация Другого, когнитивные стили, дивергентное мышление, искусственные социальные группы.

DOI: 10.7868/S0205959218030054

Социальный стереотип можно определить как обобщенное суждение о социальном объекте (человеке или группе), включающее наиболее существенные характеристики, необходимые для потенциального принятия связанных с ним субъективных решений. Такое функциональное понимание стереотипа возникло через несколько десятилетий после введения У. Липманом в 1922 г. самого этого понятия [20]. Благодаря работам Г. Олпорта и Г. Тежфела [15; 26] стереотип был избавлен от негативных коннотаций, связанных с представлением о нем как ошибочном, иррациональном и ригидном суждении

о Другом, и стал рассматриваться как аналог суждений об универсальных предметных категориях через выделение их существенных характеристик. Особенностью стереотипизирующей категоризации является выраженный мотив дифференциации, то есть четкого перцептивного различения социальных объектов при их сравнении с группой членства. Таким образом, социальный стереотип был фактически признан когнитивным механизмом, выполняющим функции адаптации в социальном пространстве. Вместе с тем, несмотря на возможность дальнейших исследований данного феномена в русле когнитивного общепсихологического подхода, стереотип прочно закрепился в пределах социальной психологии и уже много лет исследуется применительно к конкретным социальным группам и их представителям. Такой итог вполне оправдан:

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ, проект “Когнитивные факторы межгрупповой стереотипизации и перцептивной предвзятости в процессах социального восприятия, опосредованного СМИ Пермского края” № 16-16-59006.

для когнитивной психологии социальный стереотип является малоинтересным объектом в силу его отягощенности оценочными компонентами, предвзятыми суждениями и эмоциональным отношением. Для социальной психологии, наоборот, стереотип интересен преимущественно своей содержательной (а не процессуальной) стороной, которая позволяет зафиксировать именно эмоционально окрашенное и предвзятое отношение к социальным объектам.

В то же время когнитивная сущность стереотипа так или иначе присутствует в социально-психологических исследованиях. По утверждению Т. Г. Стефаненко, она находит отражение в понятии “стереотипизация”, которая понимается “как рациональная форма познания, как частный случай более универсального процесса категоризации” [10, с. 248]. Еще одним “местом встречи” стереотипа и когнитивных феноменов является социальный аттитюд, включающий когнитивный компонент наряду с эмоциональным и поведенческим [напр.: 4; 6; 7].

Исследования взаимосвязей социальных стереотипов и когнитивных механизмов берут начало в 1970-х годах и продолжают по настоящее время. Отличительной особенностью большинства из них является экспериментальное конструирование целостной перцептивной задачи, одни и те же элементы которой связываются и с проявлениями стереотипизации, и с когнитивными аспектами процесса восприятия (например, категоризацией, сохранением информации, абстрагированием и т.д.). В одном из первых исследований такого плана [27] была показана когнитивная роль стереотипов как матричных структур, организующих привязку воспроизводимых суждений членов малой группы к их расовой и половой принадлежности. Эмпирическим свидетельством данной привязки выступало преобладание количества внутригрупповых (по полу и расе) ошибок над межгрупповыми. Позднее была сформулирована перцептивная модель [16; 17], согласно которой категориальные суждения (в терминах расы, пола, физических характеристик, стиля одежды и т.д.) представляют собой универсальную матрицу социальных суждений. В последующих работах было продолжено изучение стереотипизации в процедурном соотношении с механизмами внимания [24] и памяти [22] через манипулирование акцентуированным предъявлением стимулов. Кроме этого, была выявлена роль общего перцептивного контекста в процессах социальной стереотипизации. В частности, было обнаружено, что временная [19], пространственная [18] или статусная

[25] отдаленность объекта способствует более абстрактному (стереотипизированному) восприятию членов аутгрупп, в то время как сокращение перцептивной дистанции приводит к фокусировке на их конкретном поведении и снижает выраженность стереотипа.

Отдельное направление в данной сфере представляют нейрокогнитивные исследования, в которых процессы стереотипизации выступают как латентная переменная, заданная соответствующей инструкцией, а когнитивные процессы фиксируются через активность различных отделов головного мозга. Так, в работе М. Зарате (*Michael Zárate*) и коллег [28] получены данные, свидетельствующие о том, что процесс стереотипизации в большей степени связан с работой левого полушария, чем правого. Обнаружено, что социальное восприятие является функцией непосредственно пережитого недавнего опыта, активизация которого тормозит процессы социальной категоризации, в формирование которых вовлечено левое полушарие. Это объясняет маловыраженное влияние межгруппового взаимодействия на ослабление стереотипного образа аутгруппы: в процессе взаимодействия данный стереотип не активируется, то есть существует в параллельном режиме и не подвергается содержательной корректировке.

Наконец, существуют отдельные работы, в которых измерения социальных стереотипов и когнитивных механизмов представляют собой самостоятельные процедуры, не объединенные в единую перцептивную задачу. Взаимосвязи между ними устанавливаются статистически с использованием корреляционного либо квазиэкспериментального дизайна. Так, в работе С.А. Щebetенко [14] отслеживалось взаимодействие когнитивной нагрузки и стереотипизации как независимых переменных на восприятие образа иммигранта. Было выявлено, что когнитивная нагрузка может ухудшать эмоциональную оценку контрстереотипных образов иммигрантов. В работе И.В. Безменова [5] изучалось соотношение гендерных стереотипов с когнитивными стилями. Было обнаружено, что полнезависимые испытуемые характеризуются меньшей степенью выраженности гендерных стереотипов, чем полезависимые испытуемые.

Целью данной работы является квазиэкспериментальное исследование эффектов индивидуально-специфичных приемов обработки информации (когнитивных стилей и дивергентного мышления) на стереотипизацию Другого, рассматриваемую вне привязки к конкретной социальной группе. Иными словами, ставится задача выявить когнитивные механизмы, релевантные стереотипизации

в ситуации восприятия условных, не существующих в реальности, социальных групп. На наш взгляд, такой подход дает возможность более точно определить роль когнитивных механизмов в процессе социальной перцепции: будучи вымышленными, объекты восприятия являются свободными от влияния предшествующей информации о них, что позволяет сформировать их образы “с нуля”. Отталкиваясь от идей М. Мачунски (*Maya Machunsky*) и Т. Мейзера (*Thorsten Meiser*) [21], а также Р. Мендозы-Дентона (*Rodolfo Mendoza-Denton*) [23], мы трактуем стереотипизацию образа Другого как преимущественные суждения о нем в терминах черт личности из конкретного поведения, что наиболее релевантно отражает социальную перцепцию как когнитивную категоризацию.

Теоретическая гипотеза исследования: индивидуальные особенности когнитивных стилей и дивергентного мышления определяют выраженность стереотипизации образа Другого.

Исследовательские гипотезы:

1. Более выраженная склонность к стереотипизации образа Другого наблюдается у субъектов с высокими показателями полезависимости, ригидности, синтетичности, импульсивности и когнитивной простоты.
2. Более выраженная склонность к стереотипизации образа Другого наблюдается у субъектов с низкими показателями гибкости и оригинальности, а также высокими показателями беглости дивергентного мышления.

МЕТОДИКА

Участники исследования. 103 студента пермских вузов, 79 девушек и 24 юноши 17–22 лет ($\bar{M} = 19.29$, $SD = 0.77$, $Me = 19$).

Процедура. Сбор данных осуществлялся в ходе двух групповых сессий. Перерыв между сессиями в разных группах участников составил 7–14 дней. Участники получали индивидуальные пакеты, включающие 7 тестов в распечатанном виде на 13 листах. Каждый тест содержал инструкцию, стимульный материал и бланки для заполнения. Во время первой сессии участники выполняли 4 теста, во время второй сессии — 3. Общее время тестирования варьировалось индивидуально и составило 1–1.5 часа на протяжении каждой сессии. Участие в исследовании являлось добровольным, уровень интереса (мотивации) контролировался по 10-балльной шкале (от 1 — “совершенно не интересно” до 10 — “очень интересно”). Контроль мотивации осуществлялся перед началом тестирования и затем

трижды в процессе заполнения тестов. Уровень начальной мотивации участия составил от 5 до 10 баллов ($\bar{M} = 8.57$, $SD = 1.40$, $Me = 9$); уровень последующей мотивации (по данным трех замеров) — от 3 до 10 баллов ($\bar{M} = 7.63$, $SD = 1.87$, $Me = 8$).

Перед началом исследования респондентам сообщалось, что его целью является выявление индивидуальных приемов обработки информации. По завершении исследования они были ознакомлены с истинными целями, содержательной направленностью каждого теста, а также индивидуальными результатами.

Диагностический инструментарий. Участникам исследования предъявлялись методики, направленные на измерение (а) стереотипизации образа Другого, (б) когнитивных стилей, (в) дивергентного мышления.

Основным стимульным объектом являлся специально сконструированный текст (см. Приложение), описывающий искусственные (не существующие в реальности) социальные группы. В качестве их представителей, по аналогии с процедурой, описанной в [21], выступали люди, чья работоспособность якобы повышается при звуках низкой или высокой частоты. Текст был стилизован под скриншот научно-популярной статьи из Интернета и составлен в соответствии с выявленной в предварительном исследовании структурой типичного текста СМИ, описывающего социальные группы [3]. Он предварялся инструкцией: “В Интернете была опубликована информация об одном научном исследовании. Эту публикацию мы приводим ниже и просим Вас внимательно ознакомиться с ней. После этого Вам будет предложено несколько вопросов и заданий, связанных с содержанием прочитанного текста”. После прочтения текста участникам предлагалось произвольно определить, к какой из двух групп относятся они сами. Затем им предъявлялся набор из 12 личностных характеристик, каждая из которых была описана, во-первых, в терминах черты и в терминах поведенческого паттерна, а во-вторых — в разных валентностях: положительной и отрицательной. Например: “оптимистичный” (положительная черта), “надеется на лучшее, несмотря на трудности” (положительное поведение), “пессимистичный” (отрицательная черта), “сталкиваясь с проблемой, настраивается на худшее” (отрицательное поведение). Весь набор характеристик, общий объем которого составил 48 позиций, был разбит на два столбца, один из которых содержал положительные, а второй — антонимичные им отрицательные описания. В каждом столбце личностные черты и поведенческие паттерны были перемешаны случайным образом. Участникам предлагалось выбрать наиболее

подходящие характеристики для описания конкретного представителя “своей” и “чужой” группы в соответствии со следующей инструкцией: “Представьте, что Вы писатель и сочиняете роман о людях, характер и даже судьба которых определяется тем, как они реагируют на фоновые звуки. В романе два главных действующих лица. Один из них работает более эффективно при воздействии звуков низкой частоты, другой — высокой. Выберите из представленного ниже списка те слова или фразы, с помощью которых можно было бы описать главных героев в тексте романа”. При обработке результатов данной методики фиксировались следующие переменные: количество отмеченных личностных черт, количество отмеченных поведенческих паттернов, разность количества отмеченных черт и поведенческих паттернов. Основным показателем стереотипизации выступила разность количества отмеченных черт и поведенческих паттернов при описании представителя аутгруппы. Более высокие значения данного показателя свидетельствовали о преобладании обобщающих (стереотипизирующих) характеристик, представленных личностными чертами, над конкретными (фактологическими) характеристиками, представленными описанием поведения.

В качестве релевантных стереотипизации когнитивных механизмов измерялись когнитивные стили и дивергентное мышление.

Полезависимость—полenezависимость измерялась с помощью методики АКТ-70 К.У. Эттриха (модификация классического варианта методики “Фигуры Готтшальда” [12, с. 49]. Показатели: количество правильных ответов, время выполнения всего задания. Высокие значения показателя правильных ответов и низкие значения показателя времени выступали маркерами полезависимости. Наоборот, низкие значения показателя правильных ответов и высокие значения показателя времени выступали маркерами полenezависимости.

Ригидный — гибкий познавательный контроль измерялся с помощью методики свободных ассоциаций Р. Гарднера [12, с. 69]. При обработке результатов фиксировалась величина дистанции каждого названного слова по отношению к слову-стимулу. Показатели: сумма дистанций, среднее значение дистанций для всех ассоциаций, общее количество ассоциаций. Высокие значения данных показателей соответствовали гибкому, а низкие — ригидному познавательному контролю.

Импульсивность—рефлексивность измерялась с помощью методики “Сравнение похожих рисунков” Дж. Кагана [12, с. 79]. Показатели: общее количество ошибок, время выполнения всех заданий. Высокие значения показателя ошибок и низкие

значения показателя времени соответствовали импульсивному стилю принятия решения. Наоборот, низкие значения показателя ошибок и высокие значения показателя времени свидетельствовали в пользу рефлексивного стиля принятия решения.

Узкий—широкий диапазон эквивалентности, или аналитичность—синтетичность, измерялись методикой “Свободная сортировка объектов” Р. Гарднера в модификации В.А. Колги [8]. Показатели: количество выделенных групп; количество слов в наибольшей по объему группе. Высокие значения показателя количества групп и низкие значения показателя слов в наибольшей группе соответствовали преобладанию аналитичности (узкого диапазона эквивалентности). Наоборот, низкие значения показателя количества групп и высокие значения показателя слов в наибольшей группе соответствовали преобладанию синтетичности (широкого диапазона эквивалентности).

Когнитивная простота — когнитивная сложность измерялись с помощью репертуарного теста Дж. Келли [13, с. 457–461]. Показатели: количество категорий выделенных конструкторов, количество конструкторов в наибольшей по объему категории. Высокие значения показателя числа категорий и низкие значения показателя конструкторов в наибольшей категории свидетельствовали в пользу когнитивной сложности. Наоборот, низкие значения показателя числа категорий и высокие значения показателя конструкторов в наибольшей категории свидетельствовали в пользу когнитивной простоты.

Дивергентное мышление измерялось вербальным тестом творческого мышления “Необычное использование”, разработанном на основе теста Дж. Гилфорда [1]. При обработке результатов подсчитывались показатели беглости (число сформированных идей), гибкости (использование разнообразных, связанных с разными свойствами предмета, стратегий решения) и оригинальности (отличие выдвинутых идей от очевидных, общеизвестных, банальных). Высокие значения данных показателей свидетельствовали о высокой выраженности дивергентного мышления (креативности).

Исследовательский дизайн и анализ данных. Полученные результаты анализировались в логике квазиэкспериментального дизайна. Показатели когнитивной сферы рассматривались как причинно-подобные, независимые переменные (факторы), а показатель стереотипизации — как зависимая переменная.

Статистическая обработка осуществлялась с применением дисперсионного анализа (ANOVA) в программе *Statistica 6*. В качестве основного использовался однофакторный вариант

дисперсионного анализа, межгрупповой дизайн, с помощью которого изучались эффекты показателей когнитивной сферы (уровневых переменных) на показатель стереотипизации (количественную переменную). В качестве вспомогательного варианта дисперсионного анализа использовалась процедура повторных измерений (внутригрупповой дизайн), с помощью которой контролировался эффект латентного фактора – групповой принадлежности (описание представителя “своей” или “чужой” группы) – на выраженность стереотипизации как разности поведенческих черт и паттернов.

При обработке данных дополнительно были использованы методы описательной статистики и кластерный анализ. Описательная статистика применялась для оценки нормальности распределения переменных, а кластерный анализ (метод К-средних) – для выделения групп испытуемых с разными уровнями выраженности показателей когнитивных стилей и дивергентного мышления.

На первом этапе обработки данных исходная матрица была очищена от статистических выбросов. Значения, превышающие ± 2 среднеквадратических отклонения (по z -оценкам), заменялись на экстремальные величины соответствующей переменной, находящиеся в пределах 95% совокупности нормально распределенных значений.

РЕЗУЛЬТАТЫ

В табл. 1 представлена описательная статистика исследуемых переменных и приведены значения асимметрии и эксцесса как показателей нормальности распределения.

Как видно из таблицы, значения медианы и средних являются близкими, значения асимметрии и эксцесса не превышают допустимых критических значений, рассчитанных по формуле Е.И. Пустыльника [9, с. 154–155]. Следовательно, распределение исследуемых показателей можно считать нормальным.

Результаты анализа различий в стереотипизации, понимаемой как преобладание числа отмеченных черт над числом поведенческих паттернов, приписываемых представителям “своей” и “чужой” групп, представлены в табл. 2.

Как видно из таблицы, при описании представителя “чужой” группы испытуемые использовали большее количество черт, $F(1, 102) = 14.92$, $p < 0.001$, и меньшее количество поведенческих паттернов, $F(1, 102) = 91.46$, $p < 0.001$, чем при описании представителя “своей” группы. Разность показателей черт и паттернов была значимо выше

при описании “чужого”, чем “своего”. Полученные результаты свидетельствуют в пользу возможности трактовки итоговой шкалы разности черт и поведения при описании представителя аутгруппы как количественной меры его стереотипного восприятия.

В результате однофакторного дисперсионного анализа были выявлены значимые эффекты отдельных показателей четырех когнитивных стилей и дивергентного мышления на выраженность стереотипизации представителя аутгруппы (табл. 3).

Показатель полнезависимости, представленный числом правильных ответов, оказал значимый обратный эффект на показатель стереотипизации, $F(2, 100) = 21.49$, $p < 0.001$. Напротив, показатель полнезависимости, представленный временем выполнения заданий, оказал близкий к значимому прямой эффект на показатель стереотипизации, $F(2, 100) = 2.68$, $p < 0.10$. На рис. 1а и 1б отображены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях полнезависимости и полнезависимости.

Post hoc анализ показал, что стереотипизация Другого обнаруживает статистически значимое последовательное снижение при росте значений полнезависимости от низкого к среднему ($p < 0.05$) и от среднего к высокому ($p < 0.001$) уровню.

По данным *post hoc* анализа, стереотипизация Другого была значимо выше при высоком, чем при низком уровне полнезависимости ($p < 0.05$).

Показатель гибкого познавательного контроля, представленный средним значением длины ассоциативных дистанций по тесту свободных ассоциаций, оказал значимый обратный эффект на показатель стереотипизации, $F(2, 100) = 4.99$, $p < 0.01$. На рис. 2 отображены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях гибкого контроля (показатель средней дистанции ассоциаций).

Post hoc анализ показал, что стереотипизация Другого обнаруживает статистически значимое снижение при росте гибкого познавательного контроля от низкого к среднему ($p < 0.05$) и от низкого к высокому ($p < 0.01$) уровню.

Показатель импульсивности, представленный общим количеством ошибок при выполнении теста “Сравнение похожих рисунков”, оказал значимый прямой эффект на показатель стереотипизации, $F(2, 100) = 3.07$, $p < 0.05$. На рис. 3 отображены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях импульсивности (показатель количества ошибок).

Таблица 1. Описательная статистика показателей

	<i>n</i>	$\bar{M}$	<i>Me</i>	<i>min</i>	<i>max</i>	<i>SD</i>	<i>A</i>	<i>E</i>
Показатели оценки представителя социальной группы								
<i>Своей:</i>								
Общее число черт	103	6.79	6	1	14	2.75	0.38	−0.28
Общее число паттернов	103	7.38	7	0	14	2.99	0.17	−0.51
Разность черт и паттернов	103	−0.59	−1	−7	7	2.74	0.10	0.01
<i>Чужой:</i>								
Общее число черт	103	7.83	8	4	13	2.22	0.16	−0.67
Общее число паттернов	103	5.23	5	0	11	2.52	−0.04	−0.31
Разность черт и паттернов	103	2.52	2	0	5	1.54	0.22	−0.98
Показатели когнитивных стилей								
Полнезависимость (правильные ответы)	103	18.75	18	10	26	3.30	0.16	−0.40
Полезависимость (время)	103	11.16	11	6	17	2.61	−0.03	−0.50
Гибкость (сумма дистанций)	103	56.94	55	25	102	16.64	0.25	−0.18
Гибкость (среднее дистанций)	103	3.61	4	2	6	0.70	0.49	0.41
Гибкость (количество ассоциаций)	103	16.18	15	6	28	5.09	0.24	−0.49
Импульсивность (количество ошибок)	103	3.31	3	0	8	1.64	0.25	0.14
Рефлексивность (время)	103	7.92	8	3	13	2.12	0.34	−0.26
Аналитичность (количество групп)	103	5.62	6	2	10	1.81	0.28	−0.09
Синтетичность (количество слов в наибольшей группе)	103	10.40	10	5	17	3.22	0.58	−0.60
Когнитивная сложность (количество конструкторов)	103	5.04	5	2	10	1.68	0.34	−0.09
Когнитивная простота (количество конструкторов в наибольшей категории)	103	4.17	4	1	7	1.37	0.31	−0.61
Показатели дивергентного мышления								
Беглость	103	6.18	6	3	11	1.91	0.67	−0.04
Гибкость	103	3.72	3	1	6	1.30	0.35	−0.81
Оригинальность	103	4.26	4	1	7	1.33	0.03	−0.57

Примечание. При $n = 103$ критическое значение асимметрии (A) 0.71; критическое значение эксцесса (E) 2.25.

Таблица 2. Различия в выраженности показателей стереотипизации при описании представителей “своей” и “чужой” групп (по данным дисперсионного анализа, метод повторных измерений)

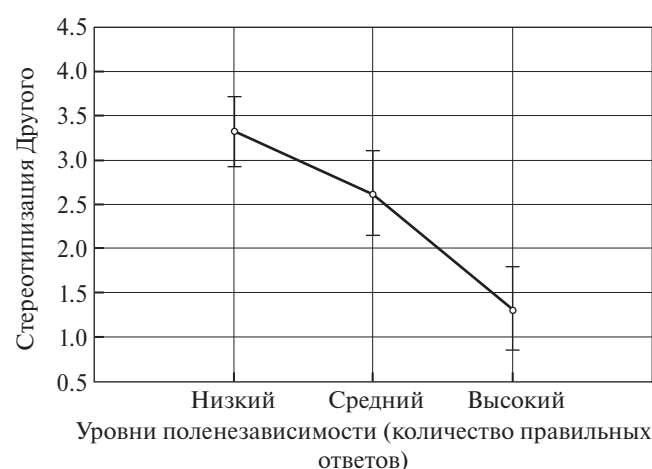
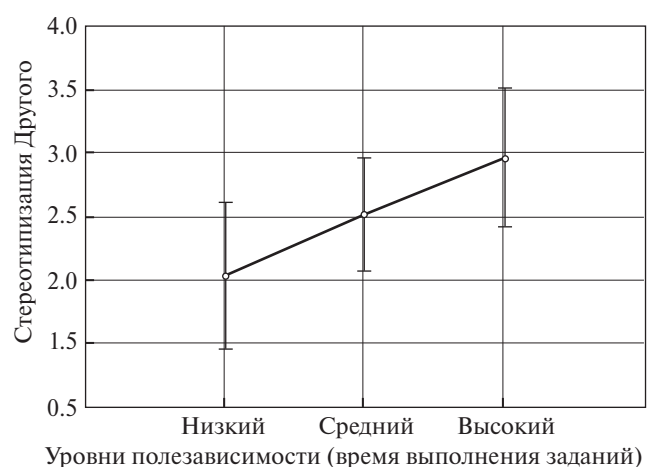
Показатели стереотипизации	$\bar{M} \pm SD$		Критерий Фишера
	“своя” группа	“чужая” группа	
Общее число отмеченных черт	6.79±2.75	7.83±2.22	14.91
Общее число отмеченных поведенческих паттернов	7.38±2.99	5.23±2.52	91.46
Разность числа черт и поведенческих паттернов	−0.59±2.74	2.52±1.54	106.23

Примечание. Уровень значимости критерия Фишера $p < 0.001$.

Таблица 3. Различия в выраженности стереотипизации Другого при разных уровнях показателей когнитивной сферы

Показатели когнитивной сферы	Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях когнитивных факторов ($\bar{M} \pm SD$)			Критерий Фишера	Критерий Левена	
	Низкий уровень	Средний уровень	Высокий уровень		F	p
Полнезависимость (правильные ответы)	3.33±1.30	2.62±1.40	1.32±1.19	21.49 ^a	1.12	0.33
Полезависимость (время)	2.04±1.34	2.52±1.60	2.97±1.52	2.68 ^d	0.48	0.62
Гибкость (сумма дистанций)	2.57±1.56	2.41±1.53	2.69±1.58	0.31	0.04	0.96
Гибкость (среднее дистанций)	3.32±1.62	2.50±1.50	2.03±1.36	4.99 ^b	1.04	0.35
Гибкость (количество ассоциаций)	2.30±1.42	2.40±1.48	2.76±1.65	0.80	0.63	0.53
Импульсивность (количество ошибок)	2.22±1.50	2.86±1.56	3.05±1.50	3.07 ^c	0.05	0.95
Рефлексивность (время)	2.97±1.60	2.35±1.48	2.28±1.51	1.99	0.11	0.90
Аналитичность (количество групп)	2.28±1.53	3.06±1.64	2.49±1.50	1.43	0.27	0.77
Синтетичность (количество слов в наибольшей группе)	1.69±1.32	2.70±1.55	2.53±1.53	2.35	0.60	0.55
Когнитивная сложность (количество конструктов)	2.85±1.58	1.93±1.38	1.91±1.23	4.62 ^c	1.08	0.34
Когнитивная простота (количество конструктов в наибольшей категории)	2.08±1.44	2.83±1.60	2.72±1.52	2.51 ^d	0.28	0.75
Беглость	2.42±1.44	2.30±1.65	2.82±1.47	1.21	0.99	0.37
Гибкость	2.67±1.62	2.57±1.27	2.21±1.60	0.82	2.50	0.09
Оригинальность	3.00±1.61	2.52±1.55	1.96±1.29	3.49 ^c	1.19	0.31

Примечание. ^a $p < 0.001$, ^b $p < 0.01$, ^c $p < 0.05$, ^d $p < 0.10$.

**Рис. 1а.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя полнезависимости (правильные ответы)**Рис. 1б.** Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя полезависимости (время)

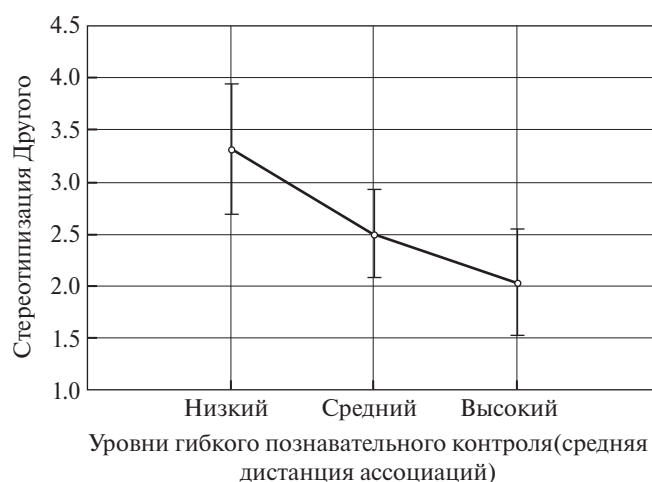


Рис. 2. Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя гибкого познавательного контроля (средняя дистанция ассоциаций)

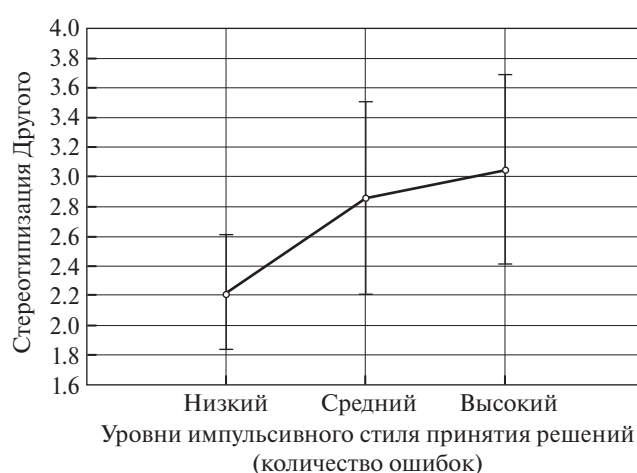


Рис. 3. Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя импульсивности (количество ошибок)

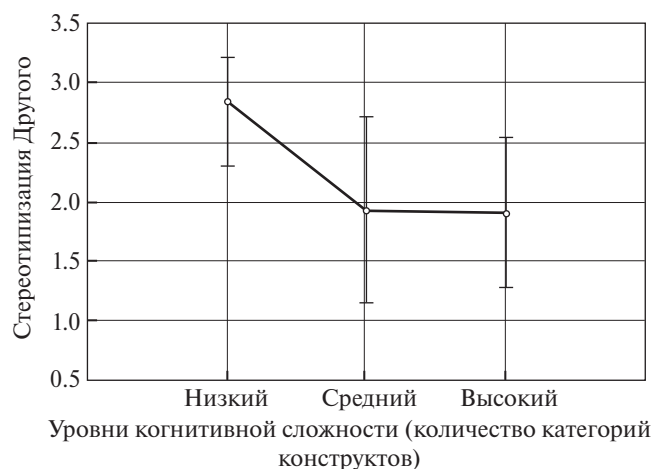


Рис. 4а. Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя когнитивной сложности (количество категорий выделенных конструктов)

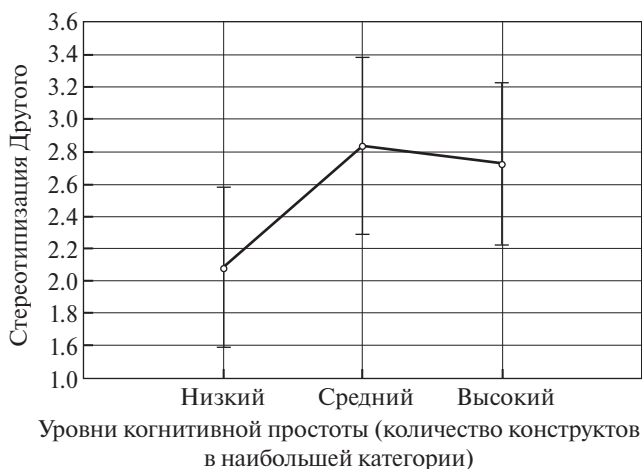


Рис. 4б. Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя когнитивной простоты (количество конструктов в наибольшей категории)

Post hoc анализ показал, что стереотипизация Другого обнаруживает близкое к значимому увеличение при росте импульсивности от низкого к среднему ($p < 0.10$) уровню и статистически значимое увеличение при росте от низкого к высокому уровню ($p < 0.05$).

Показатель когнитивной сложности, представленный общим количеством категорий выделенных конструктов при выполнении репертуарного теста, оказал значимый обратный эффект на показатель стереотипизации, $F(2,100) = 4.62$, $p < 0.05$. Показатель когнитивной простоты, представленный общим количеством конструктов в наибольшей категории, оказал близкий к значимому

прямой эффект на показатель стереотипизации, $F(2,100) = 2.51$, $p < 0.10$. На рис. 4а и 4б представлены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях когнитивной сложности и когнитивной простоты.

Post hoc сравнения свидетельствовали о том, что стереотипизация Другого обнаруживает значимое снижение при росте когнитивной сложности от низкого к среднему ($p < 0.05$) и от низкого к высокому ($p < 0.05$) уровню.

Post hoc сравнения свидетельствовали о том, что стереотипизация Другого обнаруживает значимое увеличение при росте когнитивной простоты от низкого к среднему ($p < 0.05$) уровню и близкое

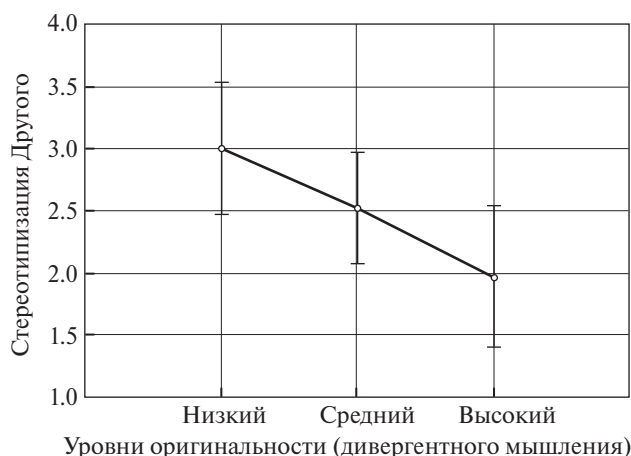


Рис. 5. Выраженность стереотипизации Другого при разных уровнях показателя оригинальности (дивергентного мышления)

к значимому увеличению от низкого к высокому ($p < 0.10$) уровню.

Показатель оригинальности (дивергентного мышления) оказал значимый обратный эффект на показатель стереотипизации, $F(2,100) = 3.49$, $p < 0.05$. На рис. 5 представлены средние значения и дисперсия показателей стереотипизации при разных уровнях оригинальности.

Post hoc сравнения свидетельствовали о том, что стереотипизация Другого обнаруживает значимое снижение при последовательном росте оригинальности от низкого к высокому ($p < 0.01$) уровню.

ОБСУЖДЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ

Полученные нами данные свидетельствуют о том, что в основе формирования образа Другого лежат индивидуальные особенности переработки информации, которые представлены некоторыми показателями когнитивных стилей и дивергентного мышления. Обнаружено, что при высоких показателях полнезависимости, гибкого познавательного контроля, рефлексивности, когнитивной сложности и оригинальности дивергентного мышления снижается уровень стереотипизации Другого, что выражается в преимущественном акцентировании на фактах его поведения, чем на обобщенных чертах.

Роль полнезависимости в снижении стереотипизации можно объяснить определяющей данный стиль способностью сосредотачиваться на целевом объекте, преодолевая “шумовой” эффект фоновой информации. По всей видимости, поведенческое описание субъекта создает более выпуклый, динамичный образ-фигуру, то есть обладает большими

признаками целевого стимула по сравнению с описанием-чертой, которая является кросс-ситуативной и в силу этого имеет менее определенное содержательное наполнение. Вместе с тем, описание-черта может скорее создавать помехи, чем оттенять поведенческое описание, поскольку представляет собой индуктивный, основанный на индивидуально обобщенных поведенческих паттернах образ в сознании субъекта. Полученные данные подтверждают результаты И.В. Безменова [5], согласно которым полнезависимость обнаруживается при низкой выраженности гендерного стереотипа. Роль оригинальности и гибкого познавательного контроля в снижении стереотипизации имеет, на наш взгляд, сходную природу: давая уникальные варианты ответов на стимульные слова при выполнении теста “Необычное использование” и теста свободных ассоциаций, испытуемый преодолевает “внутреннее поле” непосредственных и близких к ним значений целевого объекта, выходит за его рамки. Описывая гибкий когнитивный стиль, М.А. Холодная ссылается на данные о его связях с полнезависимостью [12, с. 70].

Вопреки ожиданиям, показатель гибкости дивергентного мышления, то есть способность к абстрагированию разнообразных свойств объекта, не оказал значимого эффекта на стереотипизацию. Предположительно, это объясняется количественной обусловленностью данного показателя: большое число категорий может наблюдаться лишь у людей с высокими показателями беглости. Мы выдвигали предположение о том, что высокий темп обработки информации предполагает более экономичное, то есть стереотипизированное, лишенное внимания к деталям, восприятие. Это предположение подтвердилось обнаруженным в нашем исследовании положительным эффектом импульсивного стиля на стереотипизацию. С этой точки зрения вполне логичными представлялись и положительные вклады показателей количества ассоциаций, а также беглости дивергентного мышления в усиление стереотипизации Другого. Однако таких данных в нашем исследовании не выявлено. Чем можно объяснить это обстоятельство? На наш взгляд, скоростные параметры обработки информации могут быть описаны не только в терминах поверхностного, но и в терминах раскрепощенного мышления. Другими словами, один и тот же количественный результат может быть проявлением разных мыслительных стратегий, при первой из которых число ответов является самоцелью, а при второй — средством выполнения задания. Стереотипизация выступает побочным продуктом первой, но не второй стратегии. Можно предположить далее, что в процессе работы со стимулом в ситуации решения творческой задачи эти стратегии сменяют

друг друга, что нивелирует эффект беглости и гибкости на стереотипизацию.

В соответствии с исходными предположениями, были обнаружены эффекты когнитивной простоты—сложности на стереотипизацию. Выявлено, что когнитивная простота может способствовать, а когнитивная сложность, наоборот, препятствовать стереотипизации. Учитывая, что данные параметры когнитивного стиля измерялись как показатели разнообразия конструкторов (категорий) при описании социальных объектов, полученные факты вполне вписываются в определение стереотипизации как разновидности категоризации [15; 26]. При этом понимание стереотипизации как склонности к обобщенному в противовес к детальному восприятию социальных объектов предполагает наличие ограниченного числа “перцептивных матриц”, или небольшого набора конструкторов, успешно обеспечивающих социальную адаптацию. Руководствуясь той же логикой, мы предсказывали эффекты аналитичности—синтетичности на стереотипизацию Другого. Более того, данный когнитивный стиль представлялся нам наиболее вероятным кандидатом на роль предиктора стереотипного восприятия. Однако эффект данного стиля оказался статистически незначимым. Предположительно, это может свидетельствовать о том, что при описании единичного Другого, воспринимаемого вне сравнения с другими единичными объектами, процессы анализа и синтеза либо не задействуются, либо не являются определяющими. Другими словами, предпочтение обобщенного описания отдельного объекта в терминах черт, являясь продуктом синтеза, не свидетельствует об индивидуальной склонности субъекта к данной операции.

Результаты дальнейших анализов полученных эмпирических данных позволяют утверждать, что описанные выше эффекты когнитивных факторов на стереотипизацию не воспроизводятся в отношении ингрупповой предвзятости (ингруппового фаворизма) [2], что дает основания по-новому трактовать стереотипизацию Другого и ингрупповой фаворизм, описывая первый феномен в терминах когнитивных, а второй — в терминах мотивационных каузальных факторов.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Результаты проведенного исследования демонстрируют роль когнитивных механизмов в процессе социальной перцепции, представленной феноменом стереотипизации Другого. Впервые в известной нам литературе обнаружены вклады полезависимости, ригидности, импульсивности, когнитивной простоты и низкой оригинальности

дивергентного мышления в стереотипизацию условного (“вымышленного”) Другого. Таким образом, выдвинутая нами теоретическая гипотеза получила общую поддержку на основе частичного подтверждения исследовательских гипотез. Отметим, что наши результаты получены на материале восприятия представителей искусственно сконструированных, не существующих в действительности социальных групп, что позволило исключить влияние ранее созданных образов и сформированных установок на формирование когнитивного каркаса стереотипа. Мы предполагаем, что применение использованной нами процедуры измерения стереотипа [ср.: 11] как преимущественного описания в терминах обобщенных черт (в противовес конкретного поведения) является наиболее релевантным для фиксации когнитивных основ стереотипизации, поскольку предполагает выбор между двумя синонимическими описаниями, имеющими, как и когнитивные стили, разную перцептивную фокусировку. На наш взгляд, при восприятии реальных социальных объектов, а также при включении содержательных единиц анализа в измерение стереотипа данные эффекты будут проявляться менее отчетливо в силу их эмоциональной и содержательной замутненности. Высказанное предположение нуждается, однако, в дальнейшей эмпирической проверке. Прежде всего, в качестве объектов социального восприятия респондентам должны быть предложены представители реальных этнических, политических, профессиональных и других групп.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Аверина И.С., Щербанова Е.И.* Вербальный тест творческого мышления “Необычное использование”. Пособие для школьных психологов. М.: Событие, 1996.
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.
3. *Балева М.В., Гасимова В.А., Ковалева Г.В.* Особенности структуры текстов, содержащих информацию о социальных группах (по материалам контент-анализа Пермских СМИ) // Актуальные вопросы психологии: материалы XII Международной научно-практической конференции: Сборник научных трудов. Краснодар: НИЦ “Априори”. 2016. С. 63–70.
4. *Балева М.В., Корниенко Д.С.* Информационная предвзятость СМИ и политическая включенность личности как факторы оценки представителей этнических групп // Вестник Пермского

- государственного института искусства и культуры. 2011. № 10. С. 123–133.
5. *Безменов И.В.* Взаимосвязь социальной перцепции с когнитивными стилями студентов вузов: дис. ... канд. психол. наук. М., 2007.
 6. *Зверева М.А.* Психологические особенности взаимосвязи этнических автостереотипов и этнической идентичности в подростковом возрасте // Психологическая наука и образование. 2010. № 3. С. 98–108.
 7. *Кавизина К.Н.* Специфика когнитивной составляющей профессиональной идентичности будущих психологов // Научные исследования и образование. 2016. Т. 23. № 3. С. 14–20.
 8. *Колга В.А.* Дифференциально-психологическое исследование когнитивного стиля и обучаемости: дис. ... канд. психол. наук. Л., 1976.
 9. *Пустыльник Е.И.* Статистические методы анализа и обработки наблюдений. М.: Наука, 1968.
 10. *Стефаненко Т.Г.* Этнопсихология. М.: Изд-во “Институт психологии РАН”, Академический проект, 1999.
 11. *Стефаненко Т.Г.* Этнопсихология: практикум: Учебное пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2006.
 12. *Холодная М.А.* Когнитивные стили. О природе индивидуального ума. СПб.: Питер, 2004.
 13. *Хьелл Л., Зиглер Д.* Теории личности: Основные положения, исследования и применение. СПб.: Питер Пресс, 1997.
 14. *Щебетенко С.А.* Восприятие иммигрантов россиянами: эффекты когнитивной нагрузки, стереотипности и черт личности // Психологический журнал. 2010. Т. 31. № 2. С. 28–38.
 15. *Allport G.W.* The nature of prejudice. Garden City, N.Y.: Doubleday, 1954.
 16. *Brewer M.B.* A dual process model of impression formation // Advances in social cognition / Eds. Wyer R.S., Srull T.K. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 1988. V. 1. P. 1–36.
 17. *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 / Ed. Zanna M.P. San Diego, CA: Academic Press. 1990. V. 23. P. 1–74.
 18. *Fujita K., Trope Y., Liberman N., Levin-Sagi M.* Construal levels and self-control // Journal of personality and social psychology. 2006. V. 90 (3). P. 351–367.
 19. *Liberman N., Trope Y.* The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: A test of temporal construal theory // Journal of personality and social psychology. 1998. V. 75 (1). P. 5–18.
 20. *Lippmann W.* Public Opinion. BN Publishing. USA, 2007.
 21. *Machunsky M., Meiser T.* Cognitive components of in-group projection: Prototype projection contributes to biased prototypicality judgments in group perception // Social psychology. 2014. V. 45 (1). P. 15–30.
 22. *Meiser T., Hewstone M.* Cognitive processes in stereotype formation: the role of correct contingency learning for biased group judgments // Journal of personality and social psychology. 2004. V. 87 (5). P. 599–614.
 23. *Mendoza-Denton R., Ayduk O., Mischel W., Shoda Y., Testa A.* Person × Situation interactionism in self-encoding (I am...when...): Implications for affect regulation and social information processing // Journal of personality and social psychology. 2001. V. 80 (4) P. 533–544.
 24. *Sherman J.W., Kruschke J.K., Sherman S.J., Percy E.J., Petrocelli J.V., Conrey F.R.* Attentional processes in stereotype formation: A common model for category accentuation and illusory correlation // Journal of personality and social psychology. 2009. V. 96 (2). P. 305–323.
 25. *Smith P.K., Trope Y.* You focus on the forest when you’re in charge of the trees: Power priming and abstract information processing // Journal of personality and social psychology. 2006. V. 90 (3). P. 578–596.
 26. *Tajfel H.* Cognitive aspects of prejudice // Journal of social issues. 1969. V. 25. P. 79–98.
 27. *Taylor S.E., Fiske S.T., Etcoff N.L., Ruderman A.J.* Categorical and contextual bases of person memory and stereotyping // Journal of personality and social psychology. 1978. V. 36 (7). P. 778–793.
 28. *Zarate M.A., Stoeber C.J., MacLin M.K., Arms-Chavez C.J.* Neurocognitive underpinnings of face perception: Further evidence of distinct person and group perception processes // Journal of personality and social psychology. 2008. V. 94 (1) P. 108–115.

COGNITIVE MECHANISMS OF STEREOTYPING THE OTHER¹

M. V. Baleva^{1)*}, V. A. Gasimova^{2)**}, G. V. Kovaleva^{2)***}

¹⁾ Perm State University; 614990, Perm, Bukireva st., 15, Russia.

²⁾ Perm State Institute of Culture; 614000, Perm, Gazety "Zvezda" st., 18, Russia.

* Ph.D. (psychology), associate professor of Psychology of development department. E-mail: milenabaleva@yandex.ru

** Ph.D. (psychology), senior teacher of Psychology and pedagogy department. E-mail: vera358@bk.ru

*** Ph.D. (psychology), associate professor of Psychology and pedagogy department. E-mail: gal2401@yandex.ru

Received 17.01.2017

Abstract. The research aimed to identify universal cognitive mechanisms of stereotyped judgments about the representatives of out-groups. Artificially constructed social groups were given as the objects of perception in order to eliminate the influence of subjects' previously formed attitudes and emotionally colored "ready" stereotypes on their current perception. The hypothesis about the effects of cognitive styles and divergent thinking on the stereotyping the Other, which was operationalized through the description of his image in terms of generalized features vs specific behavior, found empirical support. In a sample of 103 students a statistically significant effects of particular indicators of field-dependence, rigid control, impulsiveness, cognitive simplicity and low originality on stereotyping growth were established.

Keywords: social stereotype, stereotyping the Other, cognitive styles, divergent thinking, artificial social groups.

REFERENCES

1. Averina I.S., Shheblanova E.I. Verbal'nyj test tvorchesko-go myshlenija "Neobychnoe ispol'zovanie". Posobie dlja shkol'nyh psihologov. Moscow: Sobor', 1996. (In Russian)
2. Baleva M.V. Kognitivno-stilevyje i kontekstnyje faktory in-gruppovoj predvzjatosti i autgruppovoj stereotipizacii pri vosprijatii iskusstvennyh social'nyh grupp // Social'na-ja psihologija i obshhestvo. 2017. V. 8. № 2. P. 67–84. (In Russian)
3. Baleva M.V., Gasimova V.A., Kovaleva G.V. Osoben-nosti struktury tekstov, sodержashhih informaciju o social'nyh gruppah (po materialam kontent-analiza Permskih SMI) // Aktual'nye voprosy psihologii: materi-aly XII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii: Sbornik nauchnyh trudov. Krasnodar: NIC "Aprio-ri". 2016. P. 63–70. (In Russian)
4. Baleva M.V., Kornienko D.S. Informacionnaja predvz-jatost' SMI i politicheskaja vkluchennost' lichnosti kak faktory ocenki predstavitelej jetnicheskikh grupp // Vestnik Permskogo gosudarstvennogo instituta iskusstva i kul'tury. 2011. № 10. P. 123–133. (In Russian)
5. Bezmenov I.V. Vzaimosvjaz' social'noj percepcii s kogni-tivnymi stiljami studentov vuzov: dis. ... kand. psihol. nauk. Moscow, 2007. (In Russian)
6. Zvereva M.A. Psihologicheskie osobennosti vzaimosvjazi jetnicheskikh avtostereotipov i jetnicheskoy identichnosti v podrostkovom vozraste // Psihologicheskaja nauka i obra-zovanie. 2010. № 3. P. 98–108. (In Russian)
7. Kavizina K.N. Specifika kognitivnoj sostavljajushhej pro-fessional'noj identichnosti budushhih psihologov // Nauchnye issledovaniya i obrazovanie. 2016. V. 23. № 3. P. 14–20. (In Russian)
8. Kolga V.A. Differencial'no-psihologicheskoe issledovanie kognitivnogo stilja i obuchaemosti: dis. ... kand. psihol. nauk. Leningrad, 1976. (In Russian)
9. Pustyl'nik E.I. Statisticheskie metody analiza i obrabotki nabljudenij. Moscow: Nauka, 1968. (In Russian)
10. Stefanenko T.G. Jetnopsihologija. Moscow: Izd-vo "Institut psihologii RAN", Akademicheskij proekt, 1999. (In Russian)
11. Stefanenko T.G. Jetnopsihologija: praktikum: Uchebnoe posobie dlja studentov vuzov. Moscow: Aspekt Press, 2006. (In Russian)
12. Kholodnaja M.A. Kognitivnye stili. O prirode individu-al'nogo uma. Saint Petersburg: Piter, 2004. (In Russian)
13. H'ell L., Ziggler D. Teorii lichnosti: Osnovnye polozeni-ja, issledovaniya i primenenie. Saint Petersburg: Piter Press, 1997. (In Russian)
14. Shhebetenko S.A. Vosprijatie immigrantov rossijanami: je-fekty kognitivnoj nagruzki, stereotipnosti i chert lichnos-ti // Psihologicheskii zhurnal. 2010. V. 31. № 2. P. 28–38. (In Russian)
15. Allport G.W. The nature of prejudice. Garden City, N.Y.: Doubleday, 1954.
16. Brewer M.B. A dual process model of impression forma-tion // Advances in social cognition / Eds. Wyer R.S.,

¹ The study was supported by the Russian Foundation for Basic Research, project 16-16-59006 "Cognitive factors of intergroup stereotypization and perceptual bias in the processes of social perception, mediated by mass media of Perm Region".

- Strull T.K.* Hillsdale, N.J: Lawrence Erlbaum Associates, 1988. V. 1. P. 1–36.
17. *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* / Ed. Zanna M.P. San Diego, CA: Academic Press. 1990. V. 23. P. 1–74.
 18. *Fujita K., Trope Y., Liberman N., Levin-Sagi M.* Construal levels and self-control // *Journal of personality and social psychology*. 2006. V. 90 (3). P. 351–367.
 19. *Liberman N., Trope Y.* The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future decisions: A test of temporal construal theory // *Journal of personality and social psychology*. 1998. V. 75 (1). P. 5–18.
 20. *Lippmann W.* Public Opinion. BN Publishing. USA, 2007.
 21. *Machunsky M., Meiser T.* Cognitive components of ingroup projection: Prototype projection contributes to biased prototypicality judgments in group perception // *Social psychology*. 2014. V. 45 (1). P. 15–30.
 22. *Meiser T., Hewstone M.* Cognitive processes in stereotype formation: the role of correct contingency learning for biased group judgments // *Journal of personality and social psychology*. 2004. V. 87 (5). P. 599–614.
 23. *Mendoza-Denton R., Ayduk O., Mischel W., Shoda Y., Testa A.* Person × Situation interactionism in self-encoding (I am... when...): Implications for affect regulation and social information processing // *Journal of personality and social psychology*. 2001. V. 80 (4) P. 533–544.
 24. *Sherman J.W., Kruschke J.K., Sherman S.J., Percy E.J., Petrocelli J.V., Conrey F.R.* Attentional processes in stereotype formation: A common model for category accentuation and illusory correlation // *Journal of personality and social psychology*. 2009. V. 96 (2). P. 305–323.
 25. *Smith P.K., Trope Y.* You focus on the forest when you're in charge of the trees: Power priming and abstract information processing // *Journal of personality and social psychology*. 2006. V. 90 (3). P. 578–596.
 26. *Tajfel H.* Cognitive aspects of prejudice // *Journal of social issues*. 1969. V. 25. P. 79–98.
 27. *Taylor S.E., Fiske S.T., Etcoff N.L., Ruderman A.J.* Categorical and contextual bases of person memory and stereotyping // *Journal of personality and social psychology*. 1978. V. 36 (7). P. 778–793.
 28. *Zarate M.A., Stoeber C.J., MacLin M.K., Arms-Chavez C.J.* Neurocognitive underpinnings of face perception: Further evidence of distinct person and group perception processes // *Journal of personality and social psychology*. 2008. V. 94 (1) P. 108–115.

ПРИЛОЖЕНИЕ

Стимульный текст, описывающий информацию об искусственных группах

