

Влияние факторов доступности и позитивности социальной категории на межгрупповое восприятие

Тарасов К.О.,

аспирант кафедры этнопсихологии и психологических проблем поликультурного образования факультета социальной психологии, ГБОУ ВПО МГППУ, Москва, Россия, dr-bmx@mail.ru

Хухлаев О.Е.,

кандидат психологических наук, доцент, профессор кафедры этнопсихологии и психологических проблем поликультурного образования факультета социальной психологии, ГБОУ ВПО МГППУ, Москва, Россия, huhlaevoe@mgppu.ru

Для цитаты:

Тарасов К.О., Хухлаев О.Е. Влияние факторов доступности и позитивности этнической категории на межгрупповое восприятие [Электронный ресурс] // Психологическая наука и образование psyedu.ru. 2015. Т. 7. № 1. URL: http://psyedu.ru/journal/2015/n1/Tarasov_Huhlaev.phtml (дата обращения: дд.мм.гггг)

For citation:

Tarasov K.O., Huhlaev O.E. Influence of affordability and positive social categories on intergroup perception [Elektronnyi resurs]. *Psikhologicheskaya nauka i obrazovanie PSYEDU.ru* [Psychological Science and Education PSYEDU.ru], 2015, vol. 7, no. 1. Available at: http://psyedu.ru/journal/2015/n1/Tarasov_Huhlaev.phtml (Accessed dd.mm.yyyy). (In Russ., Abstr. in Engl.)

В основе статьи – теория социальной идентичности Г. Тэджфела, Дж. Тернера и факторы, составляющие социальную идентичность, которые описаны в работах О.А. Гулевич. Исследуется влияние факторов доступности и позитивной эмоциональной окраски на этническую категоризацию. Изучается возможность при помощи стимулирующего материала повысить вероятность активации этнической категоризации у московских школьников. В частности – возможность повлиять на социальную категоризацию школьников с помощью предоставления им печатного материала, который содержит доступную эмоциональную окраску, способствующую выбору этнической категории как основной в методике «Четвертый лишний». Исследование состояло из двух этапов. На первом этапе проверялась гипотеза о значимости фактора доступности этнической категории путем предъявления обучающимся статьи об иноэтнических мигрантах, написанной в нейтральных тонах. На втором этапе исследования был добавлен материал, описывающий негативный образ мигранта, и респонденты получали возможность позитивной оценки собственной этнической группы за счет предъявляемого отрицательного образа другой этнической группы. В исследовании приняли участие 63

обучающихся московских школ в возрасте 12–15 лет: 27 подростков мужского пола и 36 подростков женского пола. Исследование показало, что одного лишь фактора доступности недостаточно для активации этнической категоризации, но при наличии фактора позитивности собственной ингруппы, в сравнении с аутгруппой, частота активации этнической категории становится выше. То есть наличие фактора позитивности ингруппы, в сравнении с аутгруппой, в большей мере способствует активации этнической категории в ситуации межгруппового взаимодействия на уровне статистической значимости.

Ключевые слова: социальная категоризация, этническая идентичность, фактор доступности, фактор позитивности.

В социальной психологии особое место занимает изучение отождествления индивида с определенной социальной группой и его позиции по отношению к представителям других социальных групп в ситуации межгруппового взаимодействия. При помощи механизмов социальной идентичности индивид отождествляет себя со своей группой и отличает представителей аутгрупп. Оценив принадлежность человека к какой-либо определенной группе, индивид выстраивает стратегию взаимодействия с этим человеком, часто приписывая ему определенный набор черт и качеств, которые, по мнению индивида, свойственны группе в целом [6]. В результате осуществляется процесс социальной категоризации.

При осуществлении социальной категоризации индивид основывается на наиболее заметных и явных признаках объекта, степень значимости которых определяется социализацией субъекта восприятия. Самыми яркими и доступными первичными категориями являются пол, возраст и «расовая»¹ принадлежность [2]. Исследование процессов социальной категоризации и самокатегоризации осложняется тем, что субъект и объект восприятия является одновременно членом нескольких социальных групп и в зависимости от определенной ситуации индивид осознает свою принадлежность к различным категориям.

Следует подчеркнуть, что за механизмом выбора индивидом конкретной категории стоят такие группы факторов, как особенности социальной категории, соотношение между категорией и контекстом категоризации, особенности контекста категоризации и индивидуальные особенности объекта категоризации [2].

В ситуации межэтнического восприятия данные процессы будут, очевидно, идти не с меньшей, а то и с большей интенсивностью, чем при ином типе социального взаимодействия. В силу этого особый интерес представляет изучение социальной категоризации на материале межэтнического взаимодействия. Предметом исследования в нашем случае будет являться именно этническая категоризация.

Современные исследования именно этнической категоризации осуществляются в связи с решением довольно широкого круга проблем – от определения этнокультурного ресурса для поиска возможных и эффективных стратегий улучшения отечественной экономики с целью ее интеграции в общемировое пространство до поиска путей культурно-

¹ При этом под «расой» понимается не столько строгий биологический/генетический термин, сколько определенный социальный конструкт – внешняя совокупность фенотипических особенностей, делающая «очевидным» для человека ее визуальное узнавание.

исторической преемственности в образовании и воспитании подрастающего поколения. Основная стратегия исследования этнической идентичности в отечественной психологии осуществляется сегодня в рамках одномерной логики: сформировано или не сформировано, а именно – в сравнении структурных, содержательных, поведенческих, эмоциональных, компонентов этнической идентичности и определении, выражена этничность в самосознании или не выражена. А если она выражена, то в какой степени. Кроме того, в какой степени субъект ее чувствует в обыденной жизни, насколько для него это важно или болезненно. Соответственно из этих параметров делается вывод – сформирована, актуализирована идентичность или нет [4].

В нашем исследовании мы изучали влияние особенностей социальной категории на процесс социальной категоризации. О.А. Гулевич выделяет четыре фактора особенностей социальной категории: «жизненность»/ «реальность», объем категории, ее относительная доступность и позитивность оценки категории. В нашем исследовании было изучено влияние двух последних факторов. При этом под доступностью категории понимается простота осознания и легкость, с которой она приходит в голову субъекту восприятия. Доступность категории зависит от важности категории в данной культуре и от индивидуальных особенностей людей, использующих ее. Важно, что некоторые относительно постоянные категории, такие, как пол, возраст и национальность, актуализируются чаще, чем другие, более подверженные влиянию ситуационного контекста.

Фактор позитивности категории обусловлен позитивной оценкой собственной группы и включенности в нее. Если человек повышает самооценку за счет своей этнической группы, то вероятность использования подобной категоризации возрастает [2].

Таким образом, в нашем исследовании изучалась частота активации этнической категоризации у респондентов в ситуациях различной доступности этнической категории и различной ее оценки.

Мы проверяли следующие гипотезы.

Гипотеза 1. Доступность этнической категории влияет на выбор этнической категоризации в ситуации межгруппового взаимодействия.

Гипотеза 2. Предъявление негативного опыта взаимодействия с иноэтничной аутгруппой повышает позитивность ингруппы и влияет на частоту активации этнической категории.

В нашем исследовании приняли участие 63 учащихся московских школ в возрасте 12–15 лет. Выбор данной возрастной категории был обусловлен тем, что в этот период жизни происходит формирование системы представлений и оценок этнокультурных особенностей своей общности по сравнению с иноэтническим окружением [3].

Исследование состояло из двух частей.

В первой части исследования мы изучали влияние доступности этнической категории на процесс социальной категоризации. Выбор социальной категории определялся с помощью авторской методики. Испытуемым было предложено 16 наборов картинок, каждая картинка содержала в себе четыре фотографии, организованных схожим образом с методикой исследования мышления «Четвертый лишний» (рис.).



Рис. Пример картинки авторской методики «Четвертый лишний»

Респондентам было необходимо выделить общий признак между тремя фотографиями людей и исключить четвертую, не имеющую данного признака. Фотографии в каждом наборе были подобраны таким образом, что в каждой четверке была доступна возрастная, половая и этническая категория. Испытуемый имел возможность в каждой картинке выбрать лишнюю фотографию по любому из перечисленных признаков либо определить свой признак, не учтенный исследователями. В бланке ответов помимо номера лишней фотографии, респонденты должны были описать признак, по которому они исключили данную фотографию из группы.

Влияние исследователя на формирование этнической категоризации заключалось в том, что респондентам перед выполнением задания на категоризацию была предложена для

ознакомления статья. 36 обучающихся перед выполнением задания на социальную категоризацию получали для прочтения материал, повышающий доступность этнической категории, – статьи про иноэтничных мигрантов. Остальные испытуемые читали статью, не связанную с социальными категориями, учитываемыми в исследовании.

В свою очередь, статьи, повышающие доступность этнической категории (про иноэтничных мигрантов), были двух типов. В одной статье категория «представители иной национальности» имела негативную эмоциональную окраску (эту статью получили для прочтения 25 чел.). В другой статье категория «представители иной национальности» имела позитивную эмоциональную окраску (с этой статьей ознакомились 11 человек).

28 респондентов перед выбором лишней фотографии читали статью на нейтральную (с точки зрения социальных категорий) тему. Выбор респондентов анализировался методами математической статистики.

В исследовании, связанном с проверкой первой гипотезы, два типа статьей про иноэтничных мигрантов рассматривались как одна группа, повышающая этническую категорию, и выбор ответов респондентов учитывался совместно. На основании выбора респондентами двух групп – с доступной этнической категорией и недоступной этнической категорией – были получены следующие данные о процентном соотношении выбора этнической категории в каждой картинке и о различиях данного выбора в зависимости от доступности данной категории (табл. 1).

Таблица 1

Выбор респондентов этнической категории в зависимости от ее доступности в статье

Номер задания (рисунка)	Процент выбора не этнической категории		Достоверность различий (Хи-квадрат Пирсона, значимость)	Величина связи между переменными (показатели Фи и V Крамера)
	Этническая категория доступна	Этническая категория не доступна		
1	83	100	0,024 **	0,287
2	74	96	0,023 **	0,292
12	77	100	0,012 **	0,328
Среднее	82	92		

Примечание. ** – достоверность различий на уровне статистической значимости.

Из приведенных в табл. 1 данных мы видим, что только в трех из 16 предъявленных картинок обнаружены различия на уровне статистической значимости. Эти результаты не позволяют утверждать, что доступность этнической категории является фактором, обуславливающим выбор респондентов лишней картинки по этническому признаку. Таким образом, наличие только лишь фактора доступности социальной категории в большинстве случаев не определяет повышение вероятности выбора данной категории в процессе межгруппового взаимодействия. Можно сделать вывод, что одного только фактора

доступности этнической категории не достаточно для ее активации в ситуации межгруппового контакта.

Во второй части исследования мы проверяли гипотезу влияния фактора эмоциональной окрашенности на повышение доступности социальной категоризации. Мы планировали посмотреть, как изменится достоверность различий (и их количество), если в качестве стимула, повышающего доступность этнической категории, будет использована только негативно окрашенная этническая категория (негативный образ иноэтничного мигранта; табл. 2).

Таблица 2

Выбор респондентов этнической категории при негативном образе мигранта и с недоступной этнической категорией

Номер задания (рисунка)	Процент выбора не этнической категории		Достоверность различий (Хи-квадрат Пирсона, значимость)	Величина связи между переменными (показатели Фи и V Крамера)
	Этническая категория доступна	Этническая категория не доступна		
1	79	100	0,013 **	0,350
2	71	96	0,015 **	0,345
7	67	89	0,063**	0,263
12	75	100	0,009**	0,378

Примечание. ** – достоверность различий на уровне статистической значимости.

Из приведенных в табл. 2 данных мы видим, что при предъявлении негативно окрашенной этнической категории несколько увеличивается выраженность и количество достоверных различий. Прочтение статьи с негативно окрашенной оценкой образа мигранта с большей вероятностью влияет на выбор этнической категории по сравнению с материалом без негативного акцента.

Возможно, это связано с тем, что доступность этнической категории усиливается за счет предъявляемого в статье негативного опыта отношения к иноэтничным мигрантам. Данный вывод поддерживается феноменами ингруппового фаворитизма и аутгрупповой дискриминации на аффективном уровне, при котором проявляется более позитивное эмоциональное отношение к членам ингруппы по сравнению с представителями аутгруппы [5]. Также на выбор именно этнической категории мог повлиять когнитивный компонент ингруппового фаворитизма. Авторы прочитанной статьи респонденты смогут воспринимать как типичных представителей ингруппы. В этом случае происходит процесс ложного согласия при сравнении ингруппы с аутгруппой. Члены аутгруппы воспринимаются с негативной стороны, что создает достаточные условия для активации этнической категоризации [1]. Таким образом, создаются ингрупповые нормы, приписывающие определенную модель поведения, применимую к конкретной группе, и эти нормы отчасти являются лейтмотивом при восприятии аутгруппы [6].

Выводы. Наше исследование показало, что предъявление негативной этнической категории учащимся средних школ может влиять на активацию этнической категории в процессе социальной категоризации. Исследование продемонстрировало, что посредством предъявления печатного материала, содержащего в себе негативное отражение образа иноэтничного мигранта, у части респондентов активировалась этническая категоризация, и вектор этой категоризации был направлен в негативную сторону.

Исследование было ограничено количеством и не однородностью выборки респондентов, однако, на основании вышеизложенных данных можно говорить о наличии влияния негативно окрашенного описания и предъявления отрицательного опыта взаимодействия с иноэтничной группой на выбор респондентов в ситуации межгруппового взаимодействия.

Данное исследование еще раз демонстрирует феномены ингруппового фаворитизма и аутгрупповой дискриминации, описанные в классической психологии. Его результаты будет полезно учитывать при исследовании процессов, связанных с изучением межгруппового взаимодействия. Они важны также для практических психологов, работающих в образовательных организациях.

Литература

1. Гулевич О.А. Межгрупповая дифференциация: условия возникновения и последствия // Социальная психология: актуальные проблемы исследований: Сб. науч. трудов/ Под ред. Е.П. Белинской, Т.П. Емельяновой. М.: Фонд Л.С. Выготского, 2007. С. 97–142.
2. Гулевич О.А. Психология межгрупповых отношений. М.: Московский психолого-социальный институт, 2007. 432 с.
3. Микляева А.В., Румянцева П.В. Социальная идентичность личности: содержание, структура, механизмы формирования: Монография. СПб.: Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2008. 344 с.
4. Степанова Г.С. Особенности этнической идентичности русских: проблемы и перспективы исследования // Социальная психология и общество. 2012. № 4 С. 41–52.
5. Abrams D., Hogg M.A. Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination // European Journal of Social Psychology. 1988. Vol. 18. P. 317–334.
6. Tarrant M., Dazeley S., Cottom T. Social categorization and empathy for outgroup members // British Journal of Social Psychology. 2009. Vol. 48. P. 427–446.
7. Turner J.C. Towards a cognitive redefinition of the social group // Social Identity and Intergroup Relations / Н. Tajfel (Ed.). Cambridge, UK: Cambridge University Press and Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1982. P. 15–40.

Influence of Factors Availability and Positivity of Social Category on Intergroup Perception

Tarasov K.O.,

PhD student of Moscow state university of psychology & education, faculty of social psychology, chair of ethno psychology and psychological problems of multicultural education, Moscow, Russia, dr-bmx@mail.ru

Khukhlaev O.E.,

PhD (psychology), professor, faculty of cross-cultural psychology & multicultural education, department of social psychology, Moscow state university of psychology & education, huhlaevoe@mgppu.ru

This article is devoted to studying influence of factors of availability and positive emotional coloring on an ethnic categorization. In article opportunity by means of the stimulating material to increase probability for activation of an ethnic categorization at the Moscow school students is studied. Article is the cornerstone on the theory of social identity of Tejfel and Turner and the factors making social identity, described in works O. A. Gulevich. Research studied in which opportunity to affect a social categorization of school students by means of granting to it the printing material containing the available emotional coloring promoting a choice of ethnic category as the main in a technique "the 4th superfluous" was conducted. Research consisted of two stages: in the first case we checked a hypothesis for importance of a factor of availability of ethnic category, showing trained article about the ethnic migrants with neutral coloring. At the second investigation phase we added the material describing a negative image of the migrant, thus, respondents had opportunity for receiving a positive assessment of own ethnic group at the expense of the shown negative image of other ethnic group. 63 pupils of Moscow schools at the age of 12-15 years, 27 males and 36 female took part in research. These researches show that it isn't enough only one factor of availability to activation of an ethnic categorization, but in the presence of a factor of positivity of own in-group in comparison with out-group, the frequency of activation of ethnic category becomes higher. Thus, research showed that existence of a factor of positivity of an ingroup, in comparison with out-group, in a bigger measure promotes activation of ethnic category in a situation of intergroup interaction at the level of the statistical importance.

Keywords: social categorization, ethnic identity, availability factor, factor of "positivity".

References

1. Gulevich O.A. Mezhrupovaya differentsiatsiya: usloviya vozniknoveniya i posledstviya [Intergroup differentiation: conditions of emergence and consequence]. In Belinskaya E.P. (eds.) *Sotsial'naya psikhologiya: aktual'nye problemy issledovaniy. Sbornik nauchnykh trudov [Social psychology: actual problems of researches]*. Moscow: Fond L. S. Vygotskogo, 2007, pp. 97–142.
2. Gulevich O.A. Psikhologiya mezhrupovykh otnoshenii [Psychology of the intergroup relations]. Moscow: Moskovskii psikhologo-sotsial'nyi institut, 2007. 432 p.

Тарасов К.О., Хухлаев О.Е. Влияние факторов доступности и позитивности этнической категории на межгрупповое восприятие
Психологическая наука и образование psyedu.ru
2015. Том 7. № 1. С. 122–130.

Tarasov K.O., Huhlaev O.E. Influence of affordability and positive social categories on intergroup perception
Psychological Science and Education psyedu.ru
2015, vol. 7, no. 1, pp. 122–130.

3. Miklyayeva A.V., Rumyantseva P.V. Sotsial'naya identichnost' lichnosti: sodержanie, struktura, mekhanizmy formirovaniya: Monografiya [Social identity of the personality: contents, structure, formation mechanisms: Monograph]. Saint Petersburg : RGPU im. A. I. Gertsena, 2008, pp. 8–47
4. Stepanova G.S. Osobennosti etnicheskoi identichnosti russkikh: problemy i perspektivy issledovaniya [Features of ethnic identity of Russians: problems and prospects of research]. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo* [Social psychology and society], 2012, no. 4, pp. 41–52. (In Russ., abstr. in Engl.).
5. Abrams, D., Hogg, M.A. Comments on the motivational status of self-esteem in social identity and intergroup discrimination. *European Journal of Social Psychology*, 1988. Vol. 18, pp. 317–334
6. Tarrant M., Dazeley S., Cottom T. Social categorization and empathy for outgroup members. *British Journal of Social Psychology*, 2009. Vol. 48, pp. 427–446.
7. Turner J. C. Towards a cognitive redefinition of the social group. Social identity and intergroup relations. Cambridge, UK: Cambridge University Press and Paris: Editions de la Maison des Sciences de l'Homme, 1982, pp. 15–40.