

## ЭМПИРИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ EMPIRICAL RESEARCH

### Восприятие амбивалентного Другого в условиях контрастного пре-стимульного воздействия

**Балева М.В.**

**ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет» (ФГАОУ ВО ПГНИУ), г. Пермь, Российская Федерация  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>, e-mail: [milenabaleva@yandex.ru](mailto:milenabaleva@yandex.ru)**

**Цель.** Изучение эффектов пре-стимула экстремальной личностной валентности на восприятие объекта с амбивалентными личностными характеристиками.

**Контекст и актуальность.** В настоящее время широко распространены информационные технологии, целью которых является не просто оповещение, но и формирование определенных взглядов и мнений. Эти технологии используются в медийном пространстве, а также в других сферах социального взаимодействия. Эффекты поведенческого обусловливания, или прайминга, играют важную роль в управлении восприятием. В то же время малоизученным остается вопрос о факторах, приводящих к его прямым (ассимилятивным) и обратным (контрастным) эффектам, что затрудняет даже приблизительный прогноз поведенческих реакций в естественных условиях.

**Дизайн исследования.** В ходе эксперимента участники смотрели видеointервью с целевым объектом — мужчиной или женщиной, которые отвечали на вопросы Короткого опросника Темной триады, демонстрируя амбивалентную выраженность темных черт. В двух экспериментальных группах восприятия целевого объекта предварялось предъявлением экстремально «плохой» или экстремально «хорошей» личности. В контрольной группе целевой объект предъявлялся без пре-стимульного воздействия. После просмотра участники заполняли шкалу Отношения к целевому объекту. Данные обрабатывались с помощью ANOVA. Дополнительно отслеживались эффекты пола на переменную отношения.

**Участники.** Выборку составили 608 студентов от 17 до 35 лет ( $M=20,17$ ,  $SD=1,53$ ), из них 173 мужчины (28%) и 435 женщины (72%).

**Методы (инструменты).** Короткий опросник Темной триады Д. Джонса и Д. Полхуса в адаптации М.С. Егоровой и др., Шкала общего отношения к объекту восприятия С.А. Щебетенко и др.

**Результаты.** Общее отношение к амбивалентному объекту, измеренное по Шкале общего отношения к объекту восприятия, становится значимо более позитивным после предъявления негативного пре-стимула, чем в контрольных условиях и в условиях предъявления позитивного пре-стимула ( $p<0,001$ ). В выборке мужчин отсутствует статистически значимый эффект негативного пре-стимула на восприятие женщины с амбивалентной выраженностью темных черт ( $p>0,10$ ).

**Основные выводы.** Пре-стимульное воздействие экстремальной интенсивности может определять эффекты контраста не только в отношении абстрактного объекта, но и в отношении амбивалентной личности. Показано, что предъявление экстремально негативного персонажа, обладающего высокой выраженностью «темных черт», сдвигает в позитивную сторону оценки вос-

принимаемой после него амбивалентной личности. Экстремально позитивный персонаж не обладает аналогичным пре-стимульным эффектом. Действие негативного пре-стимула значимо при восприятии женщинами мужчин, но не распространяется на восприятие мужчинами женщин.

**Ключевые слова:** социальная перцепция, пре-стимульное воздействие, прайминг, поведенческое обусловливание, эффекты ассимиляции и контраста, темная триада, личностная валентность.

**Финансирование.** Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ) и Пермского края в рамках научного проекта № 20-413-590001.

**Благодарности.** Автор благодарит за помощь в сборе и обработке данных для исследования исполнителей проекта О.И. Полянину и Г.В. Ковалеву.

**Для цитаты:** Балева М.В. Восприятие амбивалентного Другого в условиях контрастного пре-стимульного воздействия // Социальная психология и общество. 2022. Том 13. № 3. С. 26–38. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2022130303>

## Perception of an Ambivalent Other Under Conditions of Contrasting Pre-Stimulation

*Milena V. Baleva*

*Perm State University, Perm, Russia*

*ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>, e-mail: [milenabaleva@yandex.ru](mailto:milenabaleva@yandex.ru)*

**Objective.** *Pre-stimulus effects of extreme personal valence on the perception of an ambivalent person.*

**Background.** *The purpose of modern information technologies is not only to inform, but also to form certain views and opinions. These technologies are used in the media space, as well as in other areas of social interaction. The effects of behavioral conditioning, or priming, play an important role in the perception construction. At the same time, the question of the factors leading to its direct (assimilative) and inverse (contrast) effects remains poorly understood. Thus, any forecast of behavioral reactions in vivo becomes too imprecise.*

**Study design.** *During the experiment, participants watched video interviews with a target object (male or female), who answered the Short Dark Triad questions, demonstrating the ambivalence of dark features. In two experimental groups, the perception of the target object was preceded by the presentation of an extremely “bad” or extremely “good” personality. In the control group, the target object was presented without pre-stimulus exposure. After viewing, the participants completed the Target Attitude Scale. The data were processed using ANOVA. Additionally, the effects of gender on the attitude variable were monitored.*

**Participants.** *The sample consisted of 608 students from 17 to 35 years old ( $M=20.17$ ,  $SD=1.53$ ), including 173 men (28%) and 435 women (72%).*

**Measurements.** *Short Dark Triad by D. Jones and D. Paulhus, adapted by M.S. Egorova et al., The Scale of the General Attitude to the Perceived Object by S.A. Shchebetenko et al.*

**Results.** *The general attitude towards an ambivalent object, measured by the Scale of the General Attitude to the Perceived Object, becomes significantly more positive after presentation of a negative pre-stimulus, compared to the control and a positive pre-stimulus conditions ( $p<0.001$ ). In the male sample, there is no significant effect of a negative pre-stimulus on the perception of a woman with an ambivalent representation of dark features ( $p>0.10$ ).*

**Conclusions.** *Pre-stimulus of extreme intensity can determine the contrast effect not only in perception of abstract object, but also in perception of ambivalent person. It is shown that the preliminary presentation of an extremely negative person shifts the assessment of the ambivalent person upward. An extremely positive person pre-stimulus does not make the same effect. The effect of a negative pre-stimulus is significant in the perception of men by women, but does not extend to the perception of women by men.*

**Keywords:** *social perception, pre-stimulus effect, priming, behavioral conditioning, effects of assimilation and contrast, dark triad, personal valence.*

**Funding.** The research was funded by Russian Foundation for Basic Research (RFBR) and Perm Krai, project number 20-413-590001.

**Acknowledgements.** The author is grateful for assistance in data collection and processing to O.I. Polyanina and G.V. Kovaleva.

**For citation:** Baleva M.V. Perception of an Ambivalent Other Under Conditions of Contrasting Pre-Stimulation. *Sotsial'naya psikhologiya i obshchestvo = Social Psychology and Society*, 2022. Vol. 13, no. 3, pp. 26–38. DOI: <https://doi.org/10.17759/sps.2022130303> (In Russ.).

## Введение

Точность прогнозирования реакций, как оценочных, так и поведенческих, является одной из наиболее сложных проблем в экспериментальных исследованиях. Долгое время ее решение традиционно лежало в плоскости контроля условий. Благодаря учету дополнительных факторов и промежуточных переменных действительно удается выявить ограничения, обозначить медиаторы или модераторы исследуемых процессов. Несколько десятилетий назад вопрос экспериментального контроля получил неожиданное развитие. Фокус исследовательского интереса был смещен на прицельное изучение фоновых факторов и их вклад в формирование связи между зависимой и независимой переменной. То есть вместо формального контроля множества имеющихся переменных, которые теоретически могут иметь отношение к итоговой реакции, элементы

«фонового шума» стали рассматриваться как основные независимые переменные. Этот подход вышел за рамки процедурных вопросов и оформился в понятиях дистракции, прайминга, фрейминга, эвристики привязки, а также оценочного обусловливания (см. также: [4; 7]). Каждый из этих терминов соотносится со спецификой экспериментальной процедуры. Однако их общей чертой является поведенческое обусловливание, которое проявляется в последовательном предъявлении стимулов безусловного и условного типа по аналогии с классическим павловским обусловливанием<sup>1</sup>.

Большое количество исследований фоновых (пре-стимульных) воздействий как основных позволило обнаружить ряд важных закономерностей, которые открывают перспективу усиления эффекта направленного воздействия на поведение. Вместе с тем результаты в этой области являются достаточно противоречивыми.

<sup>1</sup> В экспериментах такого рода не ставится задача формирования условно-рефлекторных реакций (научения). Вместо этого исследуется отклонение реакции на условный стимул при воздействии безусловного стимула.

Так, например, открытым остается вопрос о соотношении сознательных и бессознательных реакций на пре-стимульное воздействие [13; 14; 17; 19; 20], существует неясность в отношении эффектов прямого (пре-стимульного) и обратного (пост-стимульного) прайминга [17; 19]. Наконец, до сих пор не понятны внутренние механизмы эффектов ассимиляции и контраста, что затрудняет даже грубое прогнозирование поведенческих реакций [3; 6; 11; 19].

**Эффекты ассимиляции и контраста.** Эффект ассимиляции представляет собой такую ситуацию поведенческого обусловливания, когда смещение реакции происходит в прямом соответствии с содержанием условного стимула. Так, например, обусловливание изображением щенка провоцирует позитивное отношение к объекту, а изображением змеи — негативное. Эффект контраста проявляется в смещении реакции на целевой объект в направлении, противоположном содержанию условного стимула. Так, например, реакция на неприятный звук улучшает оценку объекта.

В социальной психологии эффект ассимиляции известен, прежде всего, по феномену самореализующегося пророчества [18; 22]. Показано, что искусственно выведенная на уровень сознания убежденность в негативном отношении со стороны объекта учитывается (ассимилируется) субъектом восприятия и формирует логичное для данной ситуации поведение, направленное, например, на снижение собственного риска [15; 26]. В данном случае можно говорить о схождении понятий пре-стимульного воздействия и установки, хотя в большинстве случаев они представляют собой независимые феномены. Примером эффекта контраста в социальном поведении могут служить разнообразные прояв-

ления когнитивного диссонанса [9]. Так, например, продемонстрировав на поведенческом уровне автоматическую реакцию, выдающую расовые или гендерные предубеждения, субъект стремится «исправить ошибку», демонстрируя повышенную толерантность в несвязанной ситуации [25].

Феномен ассимиляции интуитивно понятен и объясним с физиологической точки зрения. Он отражает факт ассоциации нейронов в результате простого временного совпадения условного и безусловного стимулов. Феномен контраста не вполне понятен с точки зрения лежащих в его основе механизмов, что порождает многообразие интерпретаций (см.: [10; 16; 27; 28]).

Одно из возможных объяснений связано с понятием ассоциативной разрядки, с помощью которого можно интерпретировать, например, более высокие положительные оценки нейтрального объекта после резкого неприятного крика. Предполагается, что прекращение действия авersiveного стимула вызывает облегчение, которое ассоциативно связывается с целевым объектом (см.: [11, с. 351]).

Теория включения-исключения [24] связывает эффекты ассимиляции и контраста с субъективно воспринимаемыми отношениями между пре-стимульным и целевым объектами: чем выше их содержательное несоответствие и чем более четкими являются границы между ними, тем более вероятен эффект контраста. Так, например, было обнаружено, что оценки размера несуществующего животного меняются по принципу ассимиляции или контраста в зависимости от масштаба пре-стимульного объекта: в случае размеров умеренного масштаба наблюдается ассимиляция, а в случае экстремального (малого или большого) — контраст. Экстремальный масштаб

пре-стимульного объекта делает его более отличимым от целевого объекта и непохожим на него.

Явление контраста после экстремального прайминга можно объяснить также, опираясь на понятие «точка отсчета», описанное в когнитивной психологии (см.: [2, с. 466]). При восприятии любого объекта мы оцениваем выраженность его характеристик, обращаясь к условной норме. В качестве таковой могут выступать средний рост, средние умственные способности или средние показатели нравственности, принятой в некой культурной среде. Восприятие экстремальных образцов любого качества сдвигает значение среднего. Для этого сдвига совсем не требуются множественные наблюдения отклоняющихся случаев. Объект высокой интенсивности произвольно захватывает внимание и приобретает тем самым повышенную значимость и убедительность. В частности, это проявляется в том, что человек делает неправомерные обобщения на примере одного-единственного случая, т.е. придает ему статус широко распространенного (нормального) явления.

*Целью* настоящего исследования является изучение эффектов пре-стимула экстремальной личностной валентности на восприятие объекта с амбивалентными личностными характеристиками.

Выдвигается *гипотеза* о контрастном эффекте экстремального пре-стимула на отношение к амбивалентному объекту: после восприятия экстремально «плохой» личности отношение к амбивалентному объекту будет улучшаться, а после восприятия экстремально «хорошей» личности — ухудшаться. Дополнительно выдвигается предположение об универсальности данного эффекта с точки зрения его независимости от пола субъекта и объекта восприятия.

## Метод

### *Схема проведения исследования.*

Сбор материалов проводился с помощью платформы Anketolog (профессиональная версия) в онлайн-формате. В качестве стимульного и пре-стимульного воздействия использовались специально сконструированные видеointервью с объектами мужского и женского пола, которые отвечали на вопросы Короткого опросника Темной триады [1] как абсолютно «плохая», абсолютно «хорошая» и «амбивалентная» личности. В первом случае ответы давались в полном соответствии с ключом по шкалам макиавеллизма, нарциссизма и психопатии, во втором случае — в полном несовпадении с ним, а в третьем случае они в 50% случаев совпадали, а в 50% случаев противоречили ключу. Роли «хорошего», «плохого» и «амбивалентного» персонажей играли одни и те же исполнители — студенты, обучающиеся по направлению «Актерское искусство», юноша и девушка. Во время интервью они сидели на фоне нейтральной стены, вполоборота к камере, захватывающей верхнюю часть их фигур. Их взгляд был направлен на интервьюера, находившегося за кадром.

Интервью с «хорошей» и «плохой» личностью предъявлялись в качестве пре-стимула примерно в равных пропорциях участникам двух экспериментальных групп. Интервью с «амбивалентной» личностью предъявлялось в качестве целевого стимула. Участники контрольной группы не подвергались пре-стимульному воздействию, т.е. смотрели интервью только с «амбивалентной» личностью. После просмотра каждого интервью давалась инструкция оценить его персонажа по Шкале общего отношения к объекту восприятия [8].

*Выборка исследования.* Выборку составили 608 студентов от 17 до 35 лет

( $M=20,17$ ,  $SD=1,53$ ), из них 173 мужчины (28%) и 435 женщин (72%). Все участники давали письменное согласие на обработку персональных данных и подтвердили добровольность своего участия. В качестве поощрения за участие студенты получали 10% дополнительных баллов по академическим курсам в рамках психологических дисциплин.

**Методы исследования.** Короткий опросник Темной триады [1] включал 27 утверждений, с которыми персонажам интервью необходимо было выразить свое согласие или несогласие. На каждую шкалу приходилось по 9 пунктов. В связи с тем, что их количество было нечетным, на один вопрос каждой шкалы амбивалентные персонажи интервью давали неопределенный ответ, типа «не знаю» или «трудно сказать».

Шкала общего отношения к объекту восприятия [8] состояла из 15 вопросов, позволяющих измерить когнитивный, эмоциональный и поведенческий компоненты отношения к объекту восприятия. Ответы варьировались в диапазоне

пятибалльной шкалы от «совершенно не согласен» до «совершенно согласен».

## Результаты

**Анализ распределения и согласованности компонентов аттитюда.** По данным описательной статистики (табл. 1) был сделан вывод о соответствии данных закону нормального распределения во всех трех группах:  $As=|0,01| \div |0,36|$ ,  $Ex=|0,02| \div |0,74|$ .

Анализ корреляций между компонентами аттитюда (табл. 2) свидетельствовал об их высокой взаимной согласованности. На этом основании была сформирована интегративная переменная общего отношения к объекту, которая использовалась в основных анализах в качестве зависимой. Данная переменная рассчитывалась как среднее показателей когнитивного, эмоционального и поведенческого компонентов аттитюда. Ее значения колебались в диапазоне от 1,33 до 5,0 ( $M=3,22$ ,  $SD=0,75$ ;  $As=-0,12$ ,  $Ex=-0,39$ ). Содержательно оценка в 3,0 балла трактовалась как нейтральное (не-

Таблица 1

### Описательные статистики компонентов аттитюда в двух экспериментальных и контрольной группах (N=608)

Компоненты аттитюда:	M	SD	As	SE (As)	Ex	SE (Ex)
Экспериментальная группа с позитивным пре-стимулом (n=214)						
Когнитивный	3,03	0,73	-0,15	0,17	-0,20	0,33
Эмоциональный	3,16	0,81	-0,12	0,17	-0,35	0,33
Поведенческий	3,18	0,79	-0,26	0,17	-0,19	0,33
Контрольная группа (n=202)						
Когнитивный	3,00	0,75	0,11	0,17	-0,35	0,34
Эмоциональный	3,14	0,86	-0,19	0,17	-0,74	0,34
Поведенческий	3,22	0,82	-0,01	0,17	-0,64	0,34
Экспериментальная группа с негативным пре-стимулом (n=192)						
Когнитивный	3,32	0,78	-0,36	0,18	-0,03	0,35
Эмоциональный	3,50	0,82	-0,51	0,18	0,03	0,35
Поведенческий	3,51	0,79	-0,25	0,18	0,02	0,35

определенное) отношение к амбивалентному персонажу, а оценки ниже и выше данного значения свидетельствовали о «скорее негативном» и «скорее позитивном» отношении соответственно.

Таблица 2  
Коэффициенты корреляций  
(по Пирсону) компонентов аттитюда  
в общей выборке участников (N=608)

Компоненты аттитюда:	1	2	3
1. Когнитивный		0,82	0,79
2. Эмоциональный	0,82		0,81
3. Поведенческий	0,79	0,81	

Примечание:  $p < 0,001$ .

**Анализ эффектов пре-стимульного воздействия.** Результаты однофакторного дисперсионного анализа показателей общего отношения к целевому объекту после предъявления негативного и позитивного пре-стимулов (в сравнении с контрольной группой) приводятся на рис. 1.

Анализ выявил наличие значимых различий в общей оценке целевого ам-

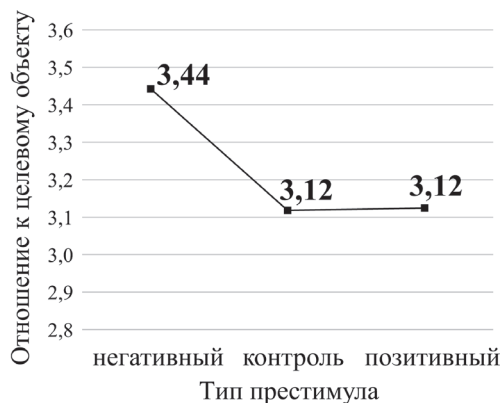


Рис. 1. Общая оценка целевого амбивалентного объекта в условиях разных типов пре-стимульного воздействия:

$F(2, 605) = 12,43, p < 0,001$ ;

Levene  $F(2, 605) = 0,93, p > 0,10$

бивалентного объекта после предъявления пре-стимулов разного типа ( $F(2, 605) = 12,43, p < 0,001$ ). Post-hoc сравнения показали, что общее отношение к объекту восприятия становилось значимо выше после предъявления негативного пре-стимула, чем в контрольных условиях ( $p < 0,001$ ) и в условиях предъявления позитивного пре-стимула ( $p < 0,001$ ).

Анализ специфики обнаруженно-го эффекта в связи с полом субъекта и объекта восприятия был проведен с помощью двухфакторного дисперсионного анализа. Это позволило зафиксировать различия при восприятии женщинами и мужчинами объектов своего и противоположного пола. Результаты двухфакторного анализа представлены на рис. 2.

Анализ показал, что в выборке мужчин в целом отсутствовал статистически значимый эффект негативного пре-стимула на восприятие целевого объекта ( $p > 0,10$ ). Однако post-hoc сравнения свидетельствовали о том, что это справедливо только в отношении восприятия женщин (пунктирная линия на графике). В то же время при восприятии мужчинами объекта своего пола эффект все же наблюдался: после негативного пре-стимула амбивалентный мужчина воспринимался ими более позитивно, чем в условиях контроля ( $p < 0,10$ ) и позитивного пре-стимула ( $p < 0,05$ ).

В выборке женщин эффект негативного пре-стимула на восприятие целевого объекта, наоборот, оказался значимым ( $p > 0,001$ ) и проявился при восприятии объектов обоего пола. После предъявления негативного пре-стимула объект женского пола оценивался более позитивно, чем в условиях контроля ( $p > 0,001$ ) и позитивного пре-стимула ( $p > 0,001$ ), а объект-мужчина после предъявления не-

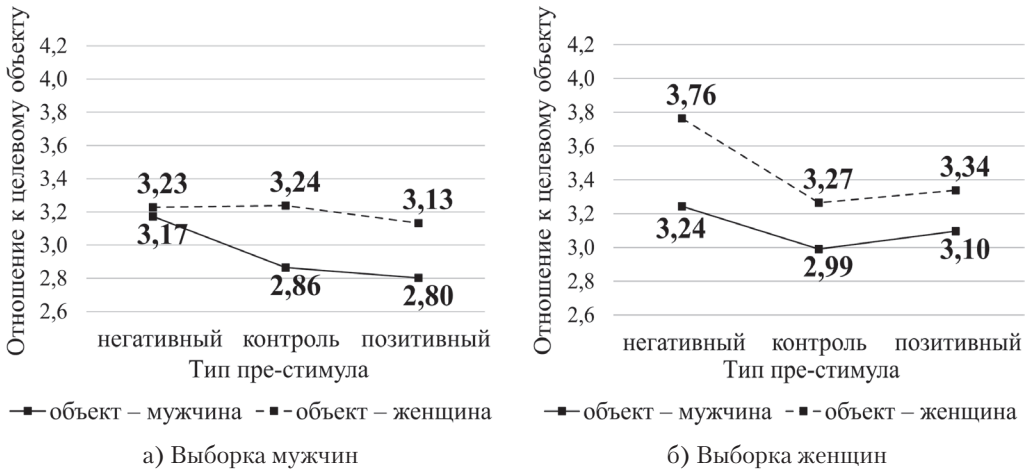


Рис. 2. Общая оценка целевого амбивалентного объекта в условиях разных типов пре-стимульного воздействия с учетом пола субъекта и объекта восприятия:

а)  $F(2, 167)=1,63, p>0,10$ ; Levene  $F(2, 167)=1,75, p>0,10$ ;  
 б)  $F(2, 429)=10,45, p>0,001$ ; Levene  $F(2, 605)=0,43, p>0,10$

гативного пре-стимула оценивался более положительно по сравнению с контрольными условиями восприятия ( $p>0,05$ ).

### Обсуждение результатов

Изучив эффекты пре-стимульного воздействия на восприятие амбивалентного Другого, мы обнаружили, что его оценка чувствительна к воздействию негативного прайминга. После предъявления объекта с экстремально «плохой» личностной валентностью оценки амбивалентного персонажа сдвигаются в позитивную сторону. Другими словами, на фоне выраженных негативных черт нейтральный объект воспринимается как «скорее хороший», что соответствует среднему баллу 3,44. Таким образом, наша гипотеза об эффекте контраста как вероятном исходе восприятия амбивалентной личности подтвердилась в отношении негативного, но не подтвердилась в отношении позитивного пре-стимула. Почему аттитюд обнару-

живает чувствительность к негативной личностной информации, но резистентен в отношении позитивной? На наш взгляд, этот факт можно проинтерпретировать с позиций теории управления ошибками [12], которая объясняет явную асимметрию в оценках или решениях разной степени тяжести последствий неверного выбора. С этой точки зрения ошибочное игнорирование «плохого» объекта можно оценить как более рискованное, чем игнорирование «хорошего». В результате экстремально «плохой» персонаж, как более важный, привлекает внимание, а экстремально «хороший» — игнорируется. Это позволяет сэкономить когнитивный ресурс без риска опасных последствий.

Исключением из общей закономерности, обнаруженной в нашем исследовании, является ситуация межполового восприятия женщин мужчинами. Обнаружено, что отношение мужчин к женщинам не подвержено влиянию негатив-



ного пре-стимула. Чем можно объяснить этот факт? Теоретически нечувствительность к контексту может быть обусловлена повышенной концентрацией на объекте, вызванной разными причинами. Одной из них может выступать полнезависимость. В исследовании Н.П. Радчиковой и И.А. Попкович было показано, что полнезависимые субъекты обнаруживают пониженную чувствительность к праймингу [5]. Второй причиной может являться повышенная заметность объекта, обусловленная либо его физической интенсивностью, либо релевантностью для субъекта (соответствие установкам наблюдателя). В ситуации межполового восприятия, которая в социальной психологии традиционно рассматривается как специфический случай социальной перцепции [23], такая версия может иметь основания, однако она нуждается в дополнительной проверке. Кроме того, остается непонятным, почему аналогичная индифферентность к негативному пре-стимулу не наблюдается у женщин при восприятии мужчин.

### Заключение

Результаты нашего исследования показали, что пре-стимульное воздействие экстремальной интенсивности может определять эффекты восприятия не только в отношении абстрактных объектов, но и в отношении амбивалентных личностей. Показано, что предъявление экстремально негативного персонажа, обладающего высокой выраженностью «темных черт», сдвигает в позитивную сторону оценки воспринимаемого после него «среднего» (амбивалентного) человека. Экстремально позитивный персонаж не обладает аналогичным пре-стимульным эффектом. Обнаружено также, что действие негативного пре-стимула не распространяется на ситуа-

цию межполового восприятия объектов женского пола.

Полученные результаты могут использоваться в сферах социального восприятия, предполагающих целенаправленное управление впечатлением. К ним относятся массмедиа, маркетинг, а также отдельные аспекты педагогической и терапевтической деятельности.

В качестве ограничения проведенного исследования следует признать выборку, состоящую из студентов. Возможно, именно возрастом и статусом участников можно объяснить выявленную специфику восприятия женщин мужчинами. Это обстоятельство предполагает продолжение исследований пре-стимульных эффектов на других выборках. Еще одним направлением дальнейших исследований представляется изучение пре-стимульного воздействия в сфере разных контекстов предъявления целевой информации. Так, например, новостной или образовательный контексты сами по себе могут выступать факторами перцептивного фрейминга. Не менее важными переменными являются и личностные особенности субъекта и объекта восприятия, а также их исходные установки в отношении друг друга. В недавнем метаанализе, представленном Р. Рау и его коллегами [21], обнаружено, что эффекты социальной перцепции имеют иерархическую структуру, определяемую как общим (позитивным или негативным) отношением к Другому, так и личностной предрасположенностью субъекта к оценкам выраженности конкретных черт. Дополнительными переменными выступают также наблюдаемость (*observability*) и оценочность (*evaluativeness*) диспозиционных черт объекта, а также степень его активности. Эти данные открывают широкое поле для системных исследований пре-стимульного воздействия в сфере социального восприятия.

## Литература

1. *Егорова М.С., Ситникова М.А., Паршикова О.В.* Адаптация Короткого опросника Темной триады [Электронный ресурс] // Психологические исследования. 2015. Том 8. № 43. С. 1. DOI:10.54359/ps.v8i43.1052
2. *Канеман Д.* Думай медленно... решай быстро. М.: АСТ, 2018. 653 с.
3. *Костина Д.И.* Условия возникновения негативного прайминг-эффекта // Вестник СПбГУ. Психология и педагогика. 2017. № 7(1). С. 55–65. DOI:10.21638/11701/spbu16.2017.1
4. *Костригин А.А., Петренко В.Ф.* Оценочный прайминг как перспективный метод анализа бессознательных личностных установок: обзор зарубежных исследований // Ярославский педагогический вестник. 2020. № 1(112). С. 132–147. DOI:10.20323/1813-145X-2020-1-112-131-14
5. *Радчикова Н.П., Полкович И.А.* Влияние прайминга на типичность категорий объектов у полезависимых и полезависимых студентов // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки. 2008. № 5. С. 81–84.
6. *Расказова Е.И., Мигунова Ю.М.* Позитивный и негативный прайминг как фактор возникновения телесных ощущений в норме (на примере ощущений в области головы и шеи) // Экспериментальная психология. 2018. № 11(3). С. 94–107. DOI:10.17759/expsy.2018110307
7. *Фаликман М.В., Койфман А.Я.* Виды прайминга в исследованиях восприятия и перцептивного внимания // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. 2005. № 3. С. 86–97.
8. *Щебетенко С.А., Балева М.В., Корниенко Д.С.* Стереотип и социальная угроза как факторы восприятия иммигрантов русскими // Вестник Пермского государственного института искусства и культуры. 2007. № 3(1). С. 57–69.
9. *Festinger L.* A theory of cognitive dissonance. Stanford University Press, 1957. 291 p.
10. *Förster J., Liberman N., Kuschel S.* The effect of global versus local processing styles on assimilation versus contrast in social judgment // Journal of Personality and Social Psychology. 2008. № 94(4). P. 579–599. DOI:10.1037/0022-3514.94.4.579
11. *Green L.J.S., Luck C.C., Gawronski B., Lipp O.V.* Contrast effects in backward evaluative conditioning: Exploring effects of affective relief/disappointment versus instructional information // Emotion. 2021. № 21(2). P. 350–359. DOI:10.1037/emo0000701
12. *Haselton M.G., Buss D.M.* Error management theory: A new perspective on biases in cross-sex mind reading // Journal of Personality and Social Psychology. 2000. № 78(1). P. 81–91. DOI:10.1037/0022-3514.78.1.81
13. *Hu X., Gawronski B., Balas R.* Propositional versus dual-process accounts of evaluative conditioning: I. The effects of cooccurrence and relational information on implicit and explicit evaluations // Personality and Social Psychology Bulletin. 2017a. № 43(1). P. 17–32. DOI:10.1177/0146167216673351
14. *Hu X., Gawronski B., Balas R.* Propositional versus dual-process accounts of evaluative conditioning: II. The effectiveness of counter-conditioning and counter-instructions in changing implicit and explicit evaluations // Social Psychological & Personality Science. 2017b. № 8(8). P. 858–866. DOI:10.1177/1948550617691094
15. *Jones S.C., Panitch D.* The self-fulfilling prophecy and interpersonal attraction // Journal of Experimental Social Psychology. 1971. № 7(3). P. 356–366. DOI:10.1016/0022-1031(71)90034-5
16. *Ledgerwood A., Chaiken S.* Priming us and them: Automatic assimilation and contrast in group attitudes // Journal of Personality and Social Psychology. 2007. № 93(6). P. 940–956. DOI:10.1037/0022-3514.93.6.940
17. *Mallan K.M., Lipp O.V., Libera M.* Affect, attention, or anticipatory arousal? Human blink startle modulation in forward and backward affective conditioning // International Journal of Psychophysiology. 2008. № 69(1). P. 9–17. DOI:10.1016/j.ijpsycho.2008.02.005
18. *Merton R.K.* “The Self-Fulfilling Prophecy” // The Antioch Review. 1948. № 8(2). P. 193–210. DOI:10.2307/4609267

19. Moran T., Bar-Anan Y. The effect of object-valence relations on automatic evaluation // *Cognition and Emotion*. 2013. № 27(4). P. 743–752. DOI:10.1080/02699931.2012.732040
20. Olson M.A., Fazio R.H. Implicit attitude formation through classical conditioning // *Psychological Science*. 2001. № 12(5). P. 413–417. DOI:10.1111/1467-9280.00376
21. Rau R., Carlson E.N., Back M.D., Barranti M., Gebauer J.E., Human L.J., Leising D., Nestler S. What is the structure of perceiver effects? On the importance of global positivity and trait-specificity across personality domains and judgment contexts // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2021. № 120(3). P. 745–764. DOI:10.1037/pspp0000278
22. Rosenthal R., Jacobson L. Pygmalion in the classroom // *Urban Review*. 1968. № 3. P. 16–20. DOI:10.1007/BF02322211
23. Rudman L.A., Goodwin S.A. Gender differences in automatic in-group bias: why do women like women more than men like men? // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2004. № 87(4). P. 494–509. DOI:10.1037/0022-3514.87.4.494
24. Schwarz N., Bless H. *Mental Construal Processes: The Inclusion/Exclusion Model* // *Assimilation and contrast in social psychology* / D.A. Stapel, J. Suls (Eds.). Psychology Press, 2007. P. 119–141.
25. Sherman S.J., Gorkin L. Attitude bolstering when behavior is inconsistent with central attitudes // *Journal of Experimental Social Psychology*. 1980. № 16(4). P. 388–403. DOI:10.1016/0022-1031(80)90030-X
26. Snyder M., Swann W.B. Hypothesis-testing processes in social interaction // *Journal of Personality and Social Psychology*. 1978. № 36(11). P. 1202–1212. DOI:10.1037/0022-3514.36.11.1202
27. Stapel D.A., Koomen W. I, we, and the effects of others on me: How self-construal level moderates social comparison effects // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2001. № 80(5). P. 766–781. DOI:10.1037/0022-3514.80.5.766
28. Stapel D.A., Suls J. Method Matters: Effects of Explicit Versus Implicit Social Comparisons on Activation, Behavior, and Self-Views // *Journal of Personality and Social Psychology*. 2004. № 87(6). P. 860–875. DOI:10.1037/0022-3514.87.6.860

### References

1. Egorova M.S., Sitnikova M.A., Parshikova O.V. Adaptatsiya Korotkogo oprosnika Temnoi triady [Adaptation of the Short Dark Triad] [Elektronnyi resurs]. *Psikhologicheskie Issledovaniya = Psychological research*, 2015. Vol. 8, no. 43, pp. 1. DOI:10.54359/ps.v8i43.1052 (In Russ.).
2. Kaneman D. Dumai medlenno... reshaj bystro [Thinking, fast and slow]. Moscow: AST Publ. 653 p. (In Russ.).
3. Kostina D.I. Usloviya vozniknoveniya negativnogo praiming-effekta [Conditions affecting the negative priming effect occurrence]. *Vestnik SPbGU. Psikhologiya i pedagogika = St. Petersburg State University Bulletin. Psychology and Pedagogy Series*, 2017, no. 7(1), pp. 55–65. DOI:10.21638/11701/spbu16.2017.1 (In Russ.).
4. Kostigrin A.A., Petrenko V.F. Otsenochnyi praiming kak perspektivnyi metod analiza besoznatel'nykh lichnostnykh ustanovok: obzor zarubezhnykh issledovaniy [Evaluative priming as a promising method of the study of unconscious personal attitudes: the review of foreign research]. *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik = Yaroslavl Pedagogical Bulletin*, 2020, no. 1(112), pp. 132–147. DOI:10.20323/1813-145Kh-2020-1-112-131-14 (In Russ.).
5. Radchikova N.P., Popkovich I.A. Vliyanie praiminga na tipichnost' kategorii ob'ektov u polezavisimykh i polenezavisimykh studentov [Influence of priming on the typicality of object categories in field-dependent and field-independent students]. *Vestnik Polotskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya E. Pedagogicheskie nauki = Bulletin of Polotsk State University. Series E. Pedagogical Sciences*, 2008, no. 5, pp. 81–84. (In Russ.).

6. Rasskazova E.I., Migunova Yu.M. Pozitivnyi i negativnyi priming kak faktor vozniknoveniya telesnykh oshchushchenii v norme (na primere oshchushchenii v oblasti golovy i shei) [Positive and negative priming as a factor of bodily sensations in the healthy controls (on the sensations in head and neck)]. *Ekspertimental'naya psikhologiya = Experimental psychology (Russia)*, 2018, no. 11(3), pp. 94–107. DOI:10.17759/exppsy.2018110307 (In Russ.).
7. Falikman M.V., Koifman A.Ya. Vidy priminga v issledovaniyakh vospriyatiya i pertseptivnogo vnimaniya [Types of priming in studies of perception and perceptual attention]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 14: Psikhologiya = Moscow University Psychology Bulletin*, 2005, no. 3, pp. 86–97. (In Russ.).
8. Shchebetenko S.A., Baleva M.V., Kornienko D.S. Stereotip i sotsial'naya ugroza kak faktory vospriyatiya immigrantov russkimi [Stereoype and social threat as factors of Russians perception of immigrants]. *Vestnik Permskogo gosudarstvennogo instituta iskusstva i kul'tury = Bulletin of the Perm State Institute of Art and Culture*, 2007, no. 3(1), pp. 57–69. (In Russ.).
9. Festinger L. A theory of cognitive dissonance. Stanford University Press, 1957. 291 p.
10. Frster J., Liberman N., Kuschel S. The effect of global versus local processing styles on assimilation versus contrast in social judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2008, no. 94(4), pp. 579–599. DOI:10.1037/0022-3514.94.4.579
11. Green L.J.S., Luck C.C., Gawronski B., Lipp O.V. Contrast effects in backward evaluative conditioning: Exploring effects of affective relief/disappointment versus instructional information. *Emotion*, 2021, no. 21(2), pp. 350–359. DOI:10.1037/emo0000701
12. Haselton M.G., Buss D.M. Error management theory: A new perspective on biases in cross-sex mind reading. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2000, no. 78(1), pp. 81–91. DOI:10.1037/0022-3514.78.1.81
13. Hu X., Gawronski B., Balas R. Propositional versus dual-process accounts of evaluative conditioning: I. The effects of cooccurrence and relational information on implicit and explicit evaluations. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 2017a, no. 43(1), pp. 17–32. DOI:10.1177/0146167216673351
14. Hu X., Gawronski B., Balas R. Propositional versus dual-process accounts of evaluative conditioning: II. The effectiveness of counter-conditioning and counter-instructions in changing implicit and explicit evaluations. *Social Psychological & Personality Science*, 2017b, no. 8(8), pp. 858–866. DOI:10.1177/1948550617691094
15. Jones S.C., Panitch D. The self-fulfilling prophecy and interpersonal attraction. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1971, no. 7(3), pp. 356–366. DOI:10.1016/0022-1031(71)90034-5
16. Ledgerwood A., Chaiken S. Priming us and them: Automatic assimilation and contrast in group attitudes. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2007, no. 93(6), pp. 940–956. DOI:10.1037/0022-3514.93.6.940
17. Mallan K.M., Lipp O.V., Libera M. Affect, attention, or anticipatory arousal? Human blink startle modulation in forward and backward affective conditioning. *International Journal of Psychophysiology*, 2008, no. 69(1), pp. 9–17. DOI:10.1016/j.ijpsycho.2008.02.005
18. Merton R.K. “The Self-Fulfilling Prophecy”. *The Antioch Review*, 1948, no. 8(2), pp. 193–210. DOI:10.2307/4609267
19. Moran T., Bar-Anan Y. The effect of object-valence relations on automatic evaluation. *Cognition and Emotion*, 2013, no. 27(4), pp. 743–752. DOI:10.1080/02699931.2012.732040
20. Olson M.A., Fazio R.H. Implicit attitude formation through classical conditioning. *Psychological Science*, 2001, no. 12(5), pp. 413–417. DOI:10.1111/1467-9280.00376
21. Rau R., Carlson E.N., Back M.D., Barranti M., Gebauer J.E., Human L.J., Leising D., Nestler S. What is the structure of perceiver effects? On the importance of global positivity and trait-specificity across personality domains and judgment contexts. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2021, no. 120(3), pp. 745–764. DOI:10.1037/pspp0000278

22. Rosenthal R., Jacobson L. Pygmalion in the classroom. *Urban Review*, 1968, no. 3, pp. 16–20. DOI:10.1007/BF02322211
23. Rudman L.A., Goodwin S.A. Gender differences in automatic in-group bias: why do women like women more than men like men? *Journal of Personality and Social Psychology*, 2004, no. 87(4), pp. 494–509. DOI:10.1037/0022-3514.87.4.494
24. Schwarz N., Bless H. Mental Construal Processes: The Inclusion/Exclusion Model. In: Stapel D.A., Suls J. (Eds.). *Assimilation and contrast in social psychology*. Psychology Press, 2007, pp. 119–141.
25. Sherman S.J., Gorkin L. Attitude bolstering when behavior is inconsistent with central attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 1980, no. 16(4), pp. 388–403. DOI:10.1016/0022-1031(80)90030-X
26. Snyder M., Swann W.B. Hypothesis-testing processes in social interaction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1978, no. 36(11), pp. 1202–1212. DOI:10.1037/0022-3514.36.11.1202
27. Stapel D.A., Koomen W. I, we, and the effects of others on me: How self-construal level moderates social comparison effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2001, no. 80(5), pp. 766–781. DOI:10.1037/0022-3514.80.5.766
28. Stapel D.A., Suls J. Method Matters: Effects of Explicit Versus Implicit Social Comparisons on Activation, Behavior, and Self-Views. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2004, no. 87(6), pp. 860–875. DOI:10.1037/0022-3514.87.6.860

#### **Информация об авторах**

*Балева Милена Валерьевна*, кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии развития, доцент кафедры общей и клинической психологии, ФГАОУ ВО «Пермский государственный национальный исследовательский университет» (ФГАОУ ВО ПГНИУ), г. Пермь, Российская Федерация, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>, e-mail: [milenabaleva@yandex.ru](mailto:milenabaleva@yandex.ru)

#### **Information about the authors**

*Milena V. Baleva*, PhD in Psychology, Associate Professor, Department of Developmental Psychology, Department of General and Clinical Psychology, Perm State University, Perm, Russia, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7334-3635>, e-mail: [milenabaleva@yandex.ru](mailto:milenabaleva@yandex.ru)

Получена 01.08.2021

Принята в печать 22.07.2022

Received 01.08.2021

Accepted 22.07.2022