
Короткие сообщения

ВЫБОР СКРИПТОВ ПОВЕДЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ КАТЕГОРИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНЫХ ОБЪЕКТОВ

А.А. САКБАЕВ

Резюме

Изучалась реализация социальных представлений в процессе принятия решений. В исследовании была разработана методика, позволяющая организовать сетевое (а не иерархическое) пространство поиска для выявления стратегий (выборов поведенческих скриптов) в процессе принятия решения относительно социальных объектов. В качестве социальных объектов использовались изображения 8 женских лиц. В предварительном исследовании выявлены имплицитные конструкты относительно данных объектов. Методом двушаговой классификации выделено три категории, надежно дискриминирующие имплицитные конструкты («внешний вид», «литературные предпочтения», «темперамент»). На основании выделенных конструктов составлены вербальные портреты социальных объектов. Испытуемым предлагается найти социальный объект, используя процедуру квеста. Показано, что в процессе социальной категоризации испытуемые руководствуются имплицитными представлениями.

Ключевые слова: скрипт, социальные (имплицитные) представления, принятие решения, социальная категоризация.

Социальные репрезентации и социальные представления играют важную роль в поддержании социальных контактов, а также в адаптивном планировании, предвосхищении и реализации скриптов. Социальные репрезентации участвуют в построе-

нии социальных скриптов, в частности, по мнению В. Дуаза, репрезентации отвечают за использование приемлемых способов социального поведения. В настоящее время термины «скрипт» и «сценарий» используются в исследованиях, посвященных,

в основном, построению и реализации программ *социального поведения* (см.: Чалдини и др., т. 1, с. 76). «*Сценарий помогает человеку скоординировать свое поведение с поведением других и не нарушать запретов в той или иной ситуации*» (Ghiglione, Bromberg, 1992).

Социальные представления и социальные категории онтологически сходны с постоянными репрезентациями. Социальные представления рассматриваются «*как результат протекающего в историческое время социального взаимодействия, требующего не только участия в нем всех членов, но и безусловного подчинения индивида группе*» (Улыбина, 2001. с. 12). Конструкт «социальные представления» может изучаться на социальном, общественном, культурном уровне личности. «*Согласно Московичи, социальные представления — это общественное обыденное сознание, в котором очень сложно взаимодействуют на уровне здравого смысла различные убеждения (отчасти иррациональные), идеологические взгляды, знания, собственно наука, раскрывающие и во многом составляющие социальную реальность*» (Брушлинский, 1996, с. 7). Такие репрезентации имеют «характеристики, которые объединяют их в одну категорию. Каждая из них всегда замещает собой какой-либо объект (идею, человека, событие и т. п.); представляет собой образ, в котором чувственное и рациональное... взаимозаменяемы; символизирует и означает; конституирует (реальность); автономна и креативна; неразрывно связана с языком и культурой» (цит. по: Шихирев, 1999, с. 276).

Проблему категоризации можно представить как преодоление избыточности информационной среды. В связи с этим встает вопрос, на основании чего происходит селекция необходимой информации, каковы критерии принятия решения.

При планировании данного исследования мы исходили из следующей *теоретической гипотезы*: категоризация социальных объектов (человека) происходит в соответствии с ментальной моделью, которая строится на основе имплицитных конструктов и эксплицитных признаков, т.е. актуально доступной информации (визуальной и вербальной).

Экспериментальная гипотеза: имплицитные конструкты предопределяют пространство поиска и критерии принятия решения при категоризации в информационно избыточной среде.

Цель исследования состояла в реконструкции пространства поиска (при категоризации социальных объектов в информационно-избыточной среде) при актуализации имплицитных конструктов.

Исследование состояло из двух этапов: 1) реконструкция имплицитных моделей социальных объектов и построение на их основе информационно-избыточной среды; 2) исследование поисковых стратегий и принятия решения в информационно-избыточной среде (Ребеко, Сакбаев, 2004).

На первом этапе исследования приняло участие 63 человека в возрасте от 18 до 28 лет (студенты и аспиранты гуманитарных специальностей).

На втором этапе исследования приняло участие 96 человек в возрасте

18 лет (студенты и аспиранты гуманитарных специальностей).

Стимульным материалом служило изображение восьми лиц женщин, относящихся к одному социальному классу и возрастной категории. Для выявления имплицитных конструктов, образующих ментальную модель, была разработана анкета закрытого типа. Анкета состояла из 28 пунктов, относящиеся к внешнему виду, к личностным чертам, доминирующим состояниям, манере поведения и социальному статусу, предварительно отобранных в пилотажном эксперименте. Каждый пункт включал от 4 до 26 вариантов ответа.

Для реконструкции имплицитных конструктов персонажей использовалась двушаговая процедура классификации. Процедура построения деревьев классификации позволяет предсказать принадлежность наблюдений к тому или иному классу категориальной зависимой переменной (пункту) в зависимости от соответствующих значений одной или нескольких предикторных переменных (*дескрипторов*). Для анализа данных использовался алгоритм CHAID (Толстова, 2000, с. 265)

На первом этапе было выделено 11 пунктов (дескрипторов), значимо разделяющих восемь изображений на классы, из них три наиболее значимые: «внешний вид» ($p < 0.001$), «литературные предпочтения» ($p < 0.001$), «темперамент» ($p < 0.001$).

На втором шаге обработки данных в качестве зависимых переменных поочередно выступали пункты, наиболее значимо разделяющие изображения по «поведенческому автографу», а изображения лиц рассматривались в качестве предикторов.

По конструкту «внешний вид» изображения лиц были разделены на три группы (хи-квадрат = 164.87 при $df = 58$, $p < 0.001$): высокая мода, классика, авангард.

По конструкту «литературные предпочтения» — на три группы (хи-квадрат = 113.59 при $df = 58$, $p = 0.017$): научная литература, детективы и бульварное чтение, эзотерика и философия.

По конструкту «темперамент» лица — на четыре группы, близкие классической гиппократовской типологии (хи-квадрат = 108.98 при $df = 58$, $p < 0.001$): «сангвиникии», «холерики», неопределенный тип темперамента, «меланхолики».

Выделенные группы не одинаковы по своему составу и отчасти пересекаются. Однако три изображения не пересекались ни в одной из групп. Это типичные представители ментальных моделей, различающиеся по всем трем размерностям (внешний вид, темперамент, предпочитаемая литература), по которым все изображения достоверно дискриминируются. Те конструкты, которыми описываются изображения по трем размерностям, рассматривались как «центральные» свойства персонажей, эксплицитно не представленные в изображении.

На втором этапе разработки стимульного материала было создано вербальное описание трех изображений (типичных представителей ментальных моделей). Вербальный портрет основывался на данных кросстабуляции для трех изображений ($p = 0.013$). При составлении вербальных портретов в расчет принимались экстремальные значения дескрипторов (минимум или максимум по

каждому из дескрипторов в оппозиции к значениям для двух других изображений). Данные, полученные по конструктам «внешний вид», «литературные предпочтения», «темперамент», не включались в вербальные описания.

Например, для изображения 1 было составлен следующий вербальный портрет: *«Женщина, средних лет. Живет в мегаполисе, одна, в благоустроенной уютной квартире. Регулярно посещает парикмахера и маникюрный кабинет. Получила образование в области естественных наук. После окончания вуза не меняла места работы, является профи высокого класса, мотивирована в карьерном росте. Ее деятельность связана с политикой. Находится на государственной службе и имеет стабильный доход. Гордится собой и акцентирует свой статус. Не любит обсуждать свою прошлую жизнь. Занимает активную политическую позицию. Спортивна, подвижна. Атеистка. Предпочитает классическую музыку. Нет выраженных пристрастий. Немного механистична».*

Итак, на первом этапе исследования нами был создан стимульный материал, отвечающий требованиям избыточности и недостаточности. Свойство *избыточности* стимульного материала обеспечивалось, во-первых, визуальным кодом представления информации, и, во-вторых, способом составления вербального портрета.

Свойство *недостаточности* стимульного материала обеспечивается тем, что в визуальном изображении и в вербальной инструкции (в формулировке условий задачи) не используются признаки, достаточные для ее

решения. Например, имплицитный конструкт «темперамент» (выявленный в качестве составляющего ментальной модели) не упоминается в вербальном портрете и не имеет явных визуальных референтов.

Далее мы разработали технику, позволяющую актуализировать имплицитные конструкты. Сначала испытуемому предлагается найти «агента X», т. е. выбрать одно из 8 изображений на основании вербального портрета (см. выше). Затем последовательно дается уточняющая информация в форме трех скриптов. Для каждого из имплицитных конструктов (внешний вид, чтение, темперамент) разработан скрипт (варианты поведения), в котором максимально отчетливо проявляется «поведенческий автограф» каждой группы лиц.

Например, для конструкта «внешний вид» создан скрипт «*посещение отделов одежды*». Испытуемому предлагается 3 варианта выбора соответственно: «*высокая мода*», «*классическая мода*» и «*отдел авангардной одежды*». Для конструкта «*предпочитаемая литература*» создан скрипт «*посещение книжной ярмарки*», варианты выбора: «*отдел новых научных поступлений*», «*отдел детективов и бульварного чтения*» и «*отдел эзотерики и философии*». Для конструкта «*темперамент*», был создан скрипт «*поведение в ситуации пожара*», где для каждого темпераментального профиля была смоделирована типичная поведенческая реакция.

При разработке скриптов и их вариантов мы старались выполнить два требования. Во-первых, каждый из вариантов должен обладать максимальной дискриминирующей силой в отношении имплицитных

конструктов, выявленных по результатам обработки анкеты, и, во-вторых, каждый из вариантов скрипта допустимо приписать к нескольким персонажам.

Поясним этот принцип на примере. Испытуемый на первом шаге должен выбрать один из трех магазинов одежды, куда предположительно пошло подозреваемое лицо. В каждом типе магазинов испытуемый встречает несколько персонажей. На втором шаге испытуемый должен выбрать один из трех вариантов книжного магазина. Однако и там встречается несколько персонажей, причем существенно может измениться их состав (как если бы первый и второй шаги решения были бы независимы друг от друга). Если перевести способ получения дополнительной информации, реализуемый в нашем исследовании, на формальный язык алгебры, то следовало бы описать соотношение классов и признаков следующим образом: если допустить, что искомый объект обладает свойством X (определенный внешний вид), то вместе с ним в этот класс входят одни объекты (персонажи); если допустить, что искомый объект обладает свойством Y (предпочитаемый вид чтения), то вместе с ним в этот класс входят другие объекты (персонажи), если допустить, что искомый объект входит в класс Z (вид темперамента), то вместе с ним в этот класс входят третьи объекты (персонажи). Другими словами, каждому узлу пространства поиска соответствует несколько, причем равновероятных, вариантов решений. Поэтому с формально-логической точки зрения любой ответ на любом этапе прохождения по узлам графа являет-

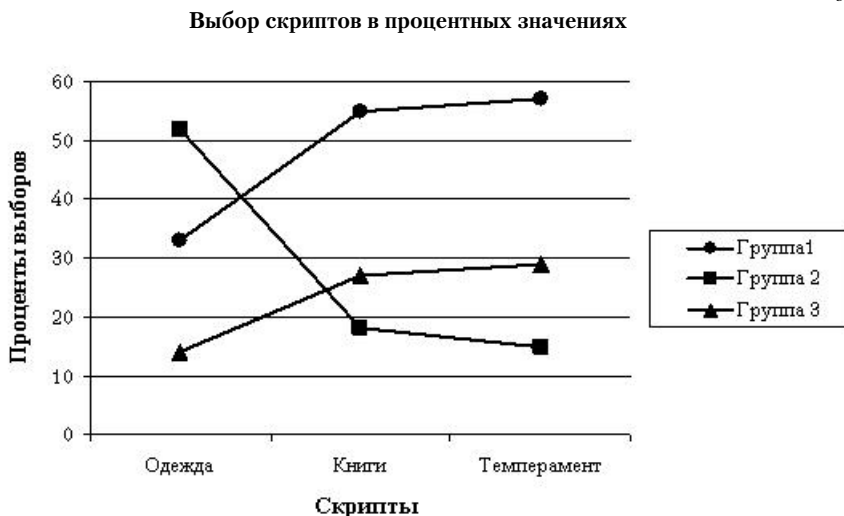
ся «необоснованным» вследствие упомянутой недостаточности информации. Однако тот факт, что решение все же принимается в каком-то узле (после реализации какого-либо скрипта), косвенно свидетельствует об имплицитных конструктах, направляющих процесс категоризации.

В итоге разработанный стимульный материал (8 изображений женских лиц) и модельные ситуации (скрипты) были объединены в сетевое пространство поиска. Испытуемый имеет возможность переходить из каждого узла графа решения (скрипта) к любым узлам (скриптам), т. е. переходить к следующим скриптам и возвращаться. В соответствии с теоретической моделью категоризации все узлы расположены на одном уровне и образуют сетевую, а не иерархическую структуру.

Была разработана компьютерная методика, напоминающая по форме игру типа «квест». Игровое пространство поиска представляет собой последовательность трех ситуаций и трех вариантов поведения каждой женщины в конкретной ситуации. В каждой ситуации испытуемый видит изображения тех персонажей, которые реализуют вариант сценария, выбранный испытуемым. На каждом этапе испытуемый может принять решение и «задержать» только одну из «подозреваемых». После «задержания» испытуемый узнает, верно или неверно он опознал «агента X ». В случае неверного «задержания» испытуемому предлагается повторить процедуру сыска сначала.

Результаты выборов скриптов поведения по группам представлены на рисунке 1.

Рисунок 1



В качестве критериев статистического различия в выборах испытуемыми скриптов поведения по группам использовались непараметрические тесты для зависимых выборок: критерий знаков и Т-критерий Вилкоксона. В качестве оцениваемых случаев каждый раз выступала группа, включающая лицо 1, поочередно с остальными двумя. По критерию знаков получено положительная разница между выбором скриптов. По критерию Вилкоксона получено различие при выборе скриптов второй и третьей группы (соответственно $p = 0.0285$ и $p = 0.0109$).

Выборы испытуемыми скриптов поведения демонстрируют относительное преобладание и рост количества выбора тех скриптов, которые заложены в имплицитную модель групп, включающих изображение 1 (группа 1).

Таким образом, на основании полученных данных можно сделать вывод, что испытуемые в процедуре поиска решения руководствуются имплицитными представлениями. Такие имплицитные представления направляют выбор скриптов поведения в процессе категоризации социальных объектов.

Литература

Брушлинский А.В. Социальная психология в России и теория Сержа Московичи // Московичи С. Век толп. Исторический трактат по психологии масс. М., 1996. С. 5–20.

Ребеко Т.А., Сакбаев А.А. Категоризация визуальных изображений в информационно-избыточной среде // Исследования по когнитивной психологии / Под. ред. Е.А. Сергиенко. 2004. С. 48–71.

Толстова Ю.Н. Анализ социологических данных. Методология, дескрип-

тивная статистика, изучение связей между номинальными признаками. М., 2000.

Улыбина Е.В. Психология обыденного сознания. М., 2001.

Чалдини Р., Кенрик Д., Нейберг С. Социальная психология. Пойми себя, что бы понять других. В 2 т. М., 2002.

Шихирев П. Современная социальная психология. М., 1999.

Ghiglione R., Bromberg M. Interactions, attitudes, representations, communication // Cours de Psychologie. Origines et bases. 1992. 1. 189–228.

Сакбаев Ахмет,

Контакты: ooch@mail.ru