

## Рубрика: ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ПЛОЩАДКА

КОЛЛЕКТИВИСТИЧЕСКАЯ / ИНДИВИДУАЛИСТИЧЕСКАЯ  
ОРИЕНТАЦИЯ КАК ФАКТОР ПОВЕДЕНЧЕСКОГО ВЫБОРА

*М. С. Мышкина, В. В. Колпакова*

Проблематика выбора и его продуктивность на уровне поведения являются одними из наиболее актуальных. Поведенческий выбор является результатом проявления системы личностных предпочтений и социокультурных условий и сохраняет саму возможность социального поведения. Проблематика исследования состоит в экспериментальном выявлении особенностей поведенческого выбора в аспекте его вариативности/устойчивости в связи с когнитивной ориентацией субъекта выбора. Новизна исследования – в рассмотрении проблемы имплицитного и эксплицитного проявления когнитивной ориентации как фактора поведенческого выбора.

Выявлено влияние когнитивной ориентации на устойчивость поведенческого выбора. Когнитивная ориентация обеспечивает его устойчивость: стабильно направленный на себя поведенческий выбор респондентов с ИО (индивидуалистическая ориентация), на интересы группы у респондентов с КО (коллективистическая ориентация). Когнитивная ориентация детерминирует имплицитные и эксплицитные характеристики поведенческого выбора. Имплицитные характеристики проявляются в спонтанном первичном выборе, эксплицитные – в выборе в ситуации мысленного присутствия значимого Другого.

Ключевые слова: социальная идентичность, когнитивная ориентация, коллективистическая когнитивная ориентация, индивидуалистическая когнитивная ориентация, поведенческий выбор, имплицитные, эксплицитные особенности когнитивной ориентации.

DOI: 10.47929/2305-7327\_2021.01\_63-69

*Работа выполнена при поддержке РФФИ, проект 19-29-07489.*

Проблематика выбора и его продуктивность на уровне поведения являются одними из наиболее актуальных. В современной литературе понятие «поведенческий выбор» рассматривается в аспекте культуры поведения. Согласно

*Об авторах:*

*Мышкина  
Марина Сергеевна*

*доцент кафедры социальной психологии Самарского национального исследовательского университета имени академика С. П. Королева, Россия, Самара*

*Адрес для переписки:  
ул. Ак. Павлова, 1, 443011,  
г. Самара, Россия*

*E-mail: Pylaem@bk.ru*

*Колпакова  
Вера Владимировна*

*магистрант кафедры социальной психологии Самарского национального исследовательского университета имени академика С. П. Королева, Россия, Самара*

*Адрес для переписки:  
ул. Ак. Павлова, 1, 443011,  
г. Самара, Россия*

*E-mail:  
kolpakova-vera@rambler.ru*

*УДК 316.6  
ББК 88.54*

А. А. Иванишину, поведенческий выбор является своеобразным «квантом» персоногенеза, попыткой «дотраивания» личности через сохранение основных ее черт в субъективно сложной жизненной ситуации [Иванишин, 2015].

Фундаментальной характеристикой культуры поведенческого выбора выступает ее роль в сохранении самой возможности социального поведения. Это проявляется в системе идеалов, ценностей, знаков, символов поведенческого выбора. В точке выбора человек в определенной степени асоциален, какое бы решение он ни принял, в центре происходящего находится именно его «Я», направленное на самосохранение или самоуничтожение через поведенческий выбор, особенно в критических, пограничных ситуациях. Выбор есть частный случай реализации какого-то абстрактного субстанционального начала («дао» Конфуция, «эйдетический мир» Платона, «единый» Боэция, «Абсолютная идея» Г. Гегеля, «мировая воля» А. Шопенгауэра и др.), реализации, которая кажется абсолютному большинству людей выработанной самостоятельно. При таком понимании выбор отличается от понятий поведенческого решения и поведенческого действия; иными словами, человек очень часто действует неосознанно (например, на уровне, как указывал К. Левин, квазипотребностей, т. е. активно и неосознанно), несколько реже принимает привычные поведенческие решения («внутриустановочная деятельность», согласно Д. Узнадзе). Поведенческий выбор – специфический целостный ответ психики на попадание в субъективно сложную ситуацию, характеризующуюся неопределенностью, в которой человек обязательно выделяет «крайние» символы, угрожающие (ему или другим) или многообещающие. Поведенческий выбор является результатом проявления системы личностных предпочтений и социокультурных условий.

Это позволяет рассматривать его как детерминированного когнитивной ориентацией, которая, в свою очередь, является продуктом влияния социальных факторов. Когнитивная ориентация на современном этапе находится в центре внимания в сфере исследования социально-психологических явлений. Термин «когнитивная ориентация» возник в когнитивной психологии и определяется как индивидуальный когнитивный стиль человека, позволяющий видеть причины своего поведения во внешней среде или в себе самом. При этом само демонстрируемое поведение может быть инвариантным к своим причинам, то есть люди с разными когнитивными стилями могут совершать одни и те же поступки, но придавать им разный смысл.

В основе когнитивистского подхода лежит стремление объяснить социальное поведение, ориентируясь на систему познавательных процессов и закрепление равновесия когнитивных структур. Р. Нисбетт предложил теоретическую схему, демонстрирующую то, как в разных культурных практиках возникают различные системы мышления. В основе предложенного подхода лежит дифференциация холистического и аналитического мышления, традиция которой заложена в теориях мышления У. Джеймса и Ж. Пиаже. Холистическое мышление – диалектическое, ассоциативное, в первую очередь, отражает сходство и смежность, сравнительно мало использует категории и формальную логику, в центре его внимания – целостное поле, которому приписыва-

вают причины событий. Такое мышление свойственно коллективистическим, «восточно-азиатским» культурам. Аналитическое мышление оперирует символическими системами репрезентации, в основе которых – структура правил. Люди с таким мышлением более аналитичны, сосредоточены преимущественно на конкретном объекте и его категориях. Аналитическое мышление свойственно индивидуалистическим, «западным» культурам [Нисбетт и др., 2011].

Таким образом, культуральная специфика познавательных процессов оформляется в когнитивную ориентацию, коллективистическую или индивидуалистическую. Когнитивная ориентация на коллективную субъектность, взаимозависимость и личную свободу, независимость, стабильность и устойчивость когнитивной ориентации на протяжении жизни человека являются результатом влияния культурной среды и социальных факторов [Tajfel et. al, 2001; Turner, 2010], как и когнитивные стили, которые рассматриваются как образования, формирующиеся прижизненно, под влиянием социокультурных факторов [Шкуратова, 2015].

Г. Уиткин и его коллеги анализировали различие такого когнитивного стиля, как «полезависимость/полenezависимость» в сфере восприятия. В группе полenezависимых выявлена динамика проявления стиля в зависимости от ситуации: устойчивая демонстрация как фиксированная полenezависимость и мобильная полenezависимость как склонность к переходу на полезависимый стиль поведения из-за требований ситуации [Шкуратова, 2015].

В психологическом пространстве личности ситуация может меняться в зависимости от ее субъективной значимости, например, при введении в нее референтного человека. Исходя из этого, можно предположить, что на поведенческий выбор оказывают воздействие множество факторов, и к числу основных можно отнести когнитивную ориентацию и полезависимость как когнитивный стиль. Это обеспечивает возможность проверки данной гипотезы в условиях социально-психологического эксперимента с целью поиска ответов на вопросы: зависит ли устойчивость поведенческого выбора от типа когнитивной ориентации (коллективистической или индивидуалистической)? Влияет ли воображаемое присутствие значимого Другого на тип поведенческого выбора: индивидуалистический или просоциальный? Какими характеристиками должен обладать воображаемый значимый Другой, чтобы влиять на устойчивость индивидуалистического или просоциального поведенческого выбора?

Такая постановка проблемы позволит на основе анализа результатов социально-психологического эксперимента выстроить иерархию значимости факторов социального поведения личности и определить место когнитивной ориентации в этой иерархии на материале поведенческого выбора.

**Методы.** Прообразом эксперимента явилась схема исследования социальной идентичности Соломона Аша, модифицированная В. С. Мухиной. Испытуемые принимали участие в интернет-опросе с помощью специально разработанной гугл-формы. Последовательность эмпирического исследования: 1) субтест «сходство» теста WISC Векслера для

формирования испытуемых группы «интеллектуальная норма»; 2) определение когнитивной ориентации (субтест № 4, методика А. В. Захаровой), выделение двух групп респондентов: по направленности «вместе с группой» (коллективистическая ориентация) и «отдельно от группы» (индивидуалистическая ориентация); 3) ситуация «выбор мишени» с вознаграждением «себе» (Л – личный интерес) или «группе» (Г – групповой интерес) (2 этапа: индивидуальный спонтанный выбор (ситуация 1) и в воображаемом присутствии референтного человека «значимого Другого» (ситуация 2)).

Исследование организовано на базе Самарского национального исследовательского университета имени академика С. П. Королева и проводилось с января по март 2021 года. В исследовании приняли участие 86 человек в возрасте 20–25 лет.

**Результаты.** На основании определения когнитивной ориентации (методика А. В. Захаровой) были выделены группы испытуемых с коллективистическим и индивидуалистическим типами когнитивной ориентации (таблица 1).

Таблица 1. Характеристика выборки

Когнитивная ориентация		Возраст	Мужчины	Женщины
Всего человек	86	24,7	15	71
Коллективистическая (КО), в %	43,0	24,8	46,7	42,3
Индивидуалистическая (ИО), в %	57,0	24,7	53,3	57,7

Из таблицы 1 видно, что среди респондентов есть коллективистически (43,0 %) и индивидуалистически (57,0 %) ориентированные представители. Индивидуалистическая ориентация является несколько более популярной. Это соотношение наблюдается среди женщин и мужчин.

Следующей задачей исследования стало выявление устойчивости поведенческого выбора респондентов с разной когнитивной ориентацией в направлении выигрыша для себя и для группы в двух ситуациях. Устойчивость отмечалась, если в обеих ситуациях респондент делает идентичный последовательный выбор: 1) первичный спонтанный выбор выигрыша «себе» или «в фонд группы»; 2) выбор выигрыша в ситуации мысленного присутствия значимого Другого.

Полученные данные свидетельствуют о том, что «коллективисты» в 47,0 % случаев в первой ситуации отсутствия внешнего наблюдателя (ситуация 1) осуществляют поведенческий выбор в пользу группы.

В ситуации 2 (с воображаемым присутствием значимого Другого) «коллективисты» делают выбор в пользу группы в 57,0 % случаев.

Качественный анализ полученных данных выявил, что индивидуальный спонтанный выбор коллективистов (ситуация 1) направлен «на себя» (53,0 %), но в воображаемом присутствии значимого Другого он сокращается до 47,0 %, увеличиваясь в «пользу группы». Это объясняется тем, что присутствие значимого Другого усиливает, стимулирует их социальную ориентацию на Другого, на группу, повышает ее зна-

чимось. Таким образом, коллективистическая когнитивная ориентация обеспечивает устойчивость поведенческого выбора респондентов, а образ значимого Другого является фактором увеличения стабильности коллективистического и просоциального выбора, расширения социальности, проявляющейся в ответственности и заботе респондентов об интересах группы.

Статистическое сравнение выборов в двух ситуациях коллективистически ориентированных респондентов свидетельствует о том, что выявленная разница является незначимой, сохраняется на уровне тенденции. Соотношение сделанных выборов в свою пользу и в фонд группы сохраняется в обеих ситуациях, как вне воображаемого присутствия значимого Другого, так и при нем. Это говорит в целом об устойчивом коллективистическом поведенческом выборе респондентов с коллективистической когнитивной ориентацией.

Полученные данные свидетельствуют о том, что «индивидуалисты» в 67,0 % выборов в ситуации отсутствия внешнего наблюдателя осуществляют его в свою пользу. Во второй ситуации (с воображаемым присутствием значимого Другого) «индивидуалисты» делают выбор в пользу себя в 61,0 % случаев.

Сравнение полученных данных также свидетельствует о статистической незначимости количества сделанных индивидуалистами выборов в свою пользу и в фонд группы в обеих ситуациях. Это говорит об устойчивом индивидуалистическом поведенческом выборе респондентов с индивидуалистической когнитивной ориентацией, их стабильно проявляющемся стремлении ориентироваться на личный интерес.

Таким образом, индивидуалистическая когнитивная ориентация обеспечивает устойчивость поведенческого выбора респондентов. При этом образ значимого Другого является фактором некоторого увеличения просоциального выбора у респондентов и ИО.

Полученные данные были проверены с помощью углового преобразования Фишера. В таблице 2 представлены данные углового преобразования Фишера между группами, сделавшими выбор в двух ситуациях (1 – вне значимого Другого; 2 – в воображаемом присутствии значимого Другого), ЛЛ (себе-себе) и ГГ (группе-группе), ЛГ (себе-группе), ГЛ (группе-себе) ( $\chi^2_{эмп.} = 1,73$ , при  $p=0,05$ ).

**Таблица 2. Поведенческий выбор респондентов с КО и ИО**  
(по тесту Захаровой)

Поведенческий выбор	Фигура 1 (КО)	Фигура 2 (ИО)	Всего
Л1Л2	36,4	63,6	100,0
Л1Г2	33,3	66,7	100,0
Г1Г2	56,7	43,3	100,0
Г1Л2	0,0	100,0	100,0

Экспериментальные ситуации позволили выявить имплицитные и эксплицитные особенности поведенческого выбора респондентов с различной когнитивной ориентацией. Имплицитные особенности про-

являются в первичном выборе, эксплицитные – в ситуации с мысленным присутствием значимого Другого. В обеих ситуациях выявлены значимые различия в показателях просоциальности выбора у респондентов с КО в сравнении с выбором респондентов с ИО (Л1Л2 «себе-себе» – 36,4 и 63,6). Об этом также свидетельствует общая тенденция разницы в показателях выборов «группе-группе» (56,7 и 43,3). Очевидно, что респонденты с коллективистической ориентацией устойчиво проявляют повышенное внимание к социальному окружению («полю»). Это согласуется с данными, полученными в исследовании имплицитных характеристик идентичности [Гудзовская, Мышкина, 2021].

В структуре социальной идентичности коллективистов и индивидуалистов выявляется отчетливая иерархия ценностей социального/индивидуалистического характера, что находит подтверждение в имплицитно/эксплицитно проявляемой когнитивной ориентации на примере поведенческого выбора. Заслуживает особого внимания выявленный факт статистически значимых различий в показателях устойчивости выбора «себе» у респондентов с ИО в сравнении с выбором респондентов с КО (0,0 и 100). Это свидетельствует о том, что «индивидуалисты» делают устойчивый выбор «себе» вне зависимости от отсутствия или воображаемого присутствия значимого Другого. Данные полученных выборов могут рассматриваться как результат внутренней позиции, детерминированной когнитивной ориентацией – коллективистической или индивидуалистической.

Таким образом, полученные результаты свидетельствуют, с одной стороны, о влиянии когнитивной ориентации на поведенческий выбор: у коллективистов доминирующим является коллективистический выбор, у индивидуалистов – индивидуалистический. Когнитивная ориентация обеспечивает его устойчивость: стабильно направленный на себя поведенческий выбор респондентов с индивидуалистической когнитивной ориентацией и направленный на интересы группы у респондентов с коллективистической когнитивной ориентацией. Когнитивная ориентация детерминирует имплицитные и эксплицитные характеристики поведения, результирующие поведенческий выбор. Имплицитные характеристики проявляются в спонтанном первичном выборе, эксплицитные – в выборе в ситуации мысленного присутствия значимого Другого. Фактором, расширяющим социальное поле субъекта выбора, является феномен мысленного присутствия значимого Другого. Выявлен универсальный характер его воздействия на поведенческий выбор всех респондентов, но с учетом вида их когнитивной ориентации.

**Выводы.** Выявлено влияние когнитивной ориентации на устойчивость поведенческого выбора. Когнитивная ориентация обеспечивает его устойчивость: стабильно направленный на себя поведенческий выбор респондентов с индивидуалистической когнитивной ориентацией и направленный на интересы группы – у респондентов с коллективистической когнитивной ориентацией. Когнитивная ориентация детерминирует имплицитные и эксплицитные характеристики поведения, результирующие поведенческий выбор. Имплицитные характеристики проявляются в спонтанном первичном выборе, эксплицитные – в выборе в ситуации мысленного присутствия значимого Другого. Образ значимого Другого увеличивает устойчивость коллективистического

*М. С. Мышкина, В. В. Колпакова*

и просоциального выборов у респондентов всех видов когнитивной ориентации, позволяет расширить социальное поле субъекта выбора, что проявляется в ответственности и заботе о группе (существенно – у «коллективистов», незначительно – у «индивидуалистов»).

### **Список литературы**

1. Гудзовская А. А., Мышкина М. С. ИмPLICITная расовая идентичность российских школьников на этапе коммитмента // Российский психологический журнал. – 2021. – Т. 18. – № 1. – С. 91-105. – DOI: 10.21702/rpj.2021.1.7.
2. Иванишин А. А. Культура поведенческого выбора как социологическая категория // Социально-экономические явления и процессы. – 2015. – № 5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-povedencheskogo-vybora-kak-sotsiologicheskaya-kategoriya> (дата обращения: 06.04.2021).
3. Нисбетт Р., Пенг К., Чой И., Норензаян А. Культура и системы мышления: сравнение холистического и аналитического познания. – М.: Фонд «Либеральная миссия», 2011. – 63 с.
4. Шкуратова И. П. Когнитивный стиль и общение. – Ростов н/Д.: Изд-во Ростовского пед. университета, 2015. – 156 с.
5. Tajfel H., Turner J. An integrative theory of intergroup conflict. // In M. A. Hogg & D. Abrams (Eds.), Key readings in social psychology. – Intergroup relations: Essential readings Psychology Press. – 2001. – P. 94–109.
6. Turner J. C. Social categorization and the self-concept: A social cognitive theory of group behavior. // In T. Postmes, N. R. Branscombe (Eds.), Rediscovering social identity. – 2010. – P. 243–272.