

Секция «Психология»

Невербальное поведение как основа атрибуции социального статуса

Федотова Светлана Владимировна

Аспирант

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Факультет

психологии, Москва, Россия

E-mail: fedotova-s@yandex.ru

Проблема формирования образа социального объекта давно находится в центре внимания психологов. В частности вопросы, связанные с влиянием социального статуса объекта на восприятие его личностных характеристик субъектом познания, освещены в научной литературе последних десятилетий [4; 5]. При этом социальный статус часто рассматривается как социодемографическая характеристика, которая заранее известна субъекту восприятия [6; 7].

Несмотря на это, проблема атрибуции социального статуса практически не освещена в научной литературе. Тем не менее, изучение данного феномена имеет важную научную и практическую значимость. Кроме того, в исследованиях как отечественных, так и зарубежных психологов, было установлено, что экспрессивное поведение занимает особое место при первичном восприятии личности [1; 2; 3].

На основании вышеизложенного была обозначена проблема настоящего исследования, которая заключается в изучении места невербального компонента общения в ходе атрибуции социального статуса.

В исследовании по-новому раскрывается проблема атрибуции социального статуса. Актуальность данного исследования состоит в том, что оно вносит определенный вклад в изучение социальной перцепции, и в частности атрибутивных процессов. Кроме того, проведенное исследование может иметь практическое применение при разработке стратегий самопрезентации и формировании имиджа.

Настоящее исследование имело целью выявить место невербального поведения в процессе атрибуции социального статуса и определить основные коды невербального поведения, участвующие в атрибуции того или иного социального статуса.

Теоретическим объектом данного исследования выступил процесс социального познания; эмпирическим объектом исследования являются студенты московских ВУЗов; предметом исследования является процесс атрибуции социального статуса у студентов московских ВУЗов.

Основными гипотезами данного исследования выступают предположения о том, что социальный статус входит в число ключевых характеристик, определяемых при первичном восприятии социального объекта и, что социальный статус определяется в соответствии с устоявшимися схемами невербального поведения.

Исследование проводилось на студенческой выборке в период с октября 2011 года по март 2012 года в г. Москве. В каждом опросе испытуемому предстояло дать ответы на вопросы в соответствии со следующими методиками:

- модифицированной методикой Куна-Макпартланда;
- специально разработанным вопросником «Социальный статус»;
- специально разработанным вопросником «Образ и социальный статус выступающего в видеоролике».

При этом каждому респонденту предлагалось ответить на вопросы, касающиеся двух участников заранее отобранных видеороликов. Кроме того, в установочном исследовании респонденты писали эссе по теме «Типичный образ человека с высоким и низким статусом».

В установочном исследовании приняли участие 30 респондентов. Из них 17 – мужского пола и 13 – женского, в возрасте от 17 до 25 лет. В основной части исследования приняли участие 80 студентов московских ВУЗов в возрасте от 17 до 25 лет. Из них: 40 - женского пола, 40 – мужского.

Исходя из проведенного исследования, можно сделать следующие выводы:

1. Респонденты не склонны выделять такую характеристику, как «социальный статус» при первичном восприятии социального объекта. Возможно, данная характеристика определяется при первичном восприятии, но не является наиболее важным компонентом образа человека, который формируется у субъекта восприятия. Таким образом, наша гипотеза о том, что социальный статус входит в число ключевых характеристик, определяемых при первичном восприятии социального объекта, не подтвердилась в ходе исследования.

2. Исследование показало, что респонденты склонны обращаться к невербальному поведению при определении его социального статуса. При этом наблюдаются яркие различия невербального кода у представителей разных статусов. Так высокому статусу свойственны такие общие характеристики невербального компонента общения, как уверенность, сдержанность, умеренность; среднему статусу характерны – активность и напряженность в невербальных проявлениях; в свою очередь, низкому статусу свойственна – зажатость, нервозность, резкость в движениях. Так, в процессе атрибуции социального статуса субъект восприятия склонен опираться на невербальное поведение социального объекта. Кроме того, существуют устоявшиеся схемы невербального поведения, соответствующие определенному социальному статусу. Но, тем не менее, при определении социального статуса респонденты также склонны опираться на марку и качество одежды и автомобиля.

3. В ходе исследования было установлено, что респонденты определяют социальный статус, опираясь на устоявшиеся схемы невербального поведения. Но, также, при определении социального статуса важное место занимают такие характеристики, как приписываемый или известный уровень дохода, ум, образование, должность и проявления внешнего облика социального объекта. Таким образом, на уровне тенденции подтвердилась основная гипотеза, выдвинутая в исследовании, что социальный статус определяется в соответствии с устоявшимися схемами невербального поведения.

В целом, проведенное исследование показало, что социальный статус не входит в число ключевых характеристик, определяемых при первичном восприятии социального объекта. Но, тем не менее, он приписывается объекту познания, основываясь на некоторых компонентах внешнего вида, в том числе и на невербальном поведении.

Литература

1. Андреева Г.М. Социальная психология. М., 2008.
2. Лабунская В.А. Экспрессия человека: общение и межличностное познание. Р-н-Д., 1999.

3. Меграбян А. Психодиагностика невербального поведения. СПб., 2001.
4. Berger J., Rosenholtz S.J., Zelditch M. Jr, Status Organizing Process. Annual Review of Sociology. Vol. 6, pp. 470-508, 1980.
5. Hareli S., Sharabi M., Cossette M., Hess U., Observers' expectations regarding the emotional reactions of others in a failure context: the role of status and perceived dominance. Motiv Emot. Vol. 35. pp. 52-62, 2011.
6. Levine J.M., Moreland R.L. Small Groups. NY: Psychology Press, 2006.
7. Lynn M., Williams J. Black-White Differences in Tipping: The Moderating Effects of Socioeconomic Status. Cornell Hospitality Quarterly, Vol. 53. pp. 286-294, 2012.