

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ВОСПРИЯТИЯ ЧУЖОГО: ИДЕНТИЧНОСТЬ, ЗНАНИЕ, АМБИВАЛЕНТНОСТЬ

Б. ШЕФЕР, М. СКАРАБИС, Б. ШЛЁДЕР



Бернд Шефер (Bernd Schäfer) – профессор психологии (full professor for psychology), работает в области социальной психологии в Институте психологии IV (Social Psychology, Personality Psychology, Organizational Psychology) при Вестфальском университете Вильгельма в г. Мюнстер, Германия (Westfälische Wilhelms-University). Он изучал психологию и социологию в университетах Вены, Бонна, Кельна и Праги с 1963 по 1968 г. Степень доктора философии (Ph.D.) получил в 1971 г. и занял полный профессорский пост в Мюнстере в 1976 г. после хабилитации в Бонне. В 2001 г. он получил звание почетного профессора в Государственном университете гуманитарных наук (Москва). Его основные интересы лежат в области социальных аттитюдов, стереотипов и предубеждений.



Мартин Скарабис (Martin Scarabis) – научный ассистент в группе проф. Шефера в Университете Мюнстера. Интересуется проблемой обработки социальной информации, амбивалентности отношений, автоматическими ассоциациями и скрытыми аттитюдами. Его исследования ассоциативных процессов и социального поведения поддержаны грантом Немецкого исследовательского общества. Совместно с другими внешними организациями он занимается приложением социально-психологических знаний к области исследования рынка, маркетинга и пищеобеспечивающего поведения. Мартин Скарабис получил диплом психолога в Университете Мюнстера в 1997 г., Ph.D. – в 2001 г. Он является членом Общества по изучению личности и социальной психологии.



Бернд Шлёдер (Bernd Schlöder) – социальный психолог, получил диплом психолога и степень доктора философии (Ph.D.) в Бонне за диссертацию последовательности теорий (consistency theories). Хабилитацию по теме ценности и изменения ценностей проходил в 1991 г., будучи ассистентом профессора Шефера в Университете Мюнстера. В 1991–1997 гг. был профессором-ассистентом на факультете психологии Мюнстера. Затем читал лекции в университетах Бонна, Дортмунда, Бохума по организационной и педагогической психологии. Проводит исследования в области социальных аттитюдов, ценностей, коммуникации, личностной идентичности. В настоящее время Бернд Шлёдер разрабатывает проект реформирования обучения в Университете Бонна.

Резюме

Восприятие чужого в современных социально-психологических исследованиях – новая тема. Основываясь на философском и социологическом подходах, Шефер и Шлёдер представили модель восприятия чужого (Schäfer, Schlöder, 1994).

В рамках этой концепции чужое понимается в контексте самопонимания и самоопределения (идентичности) воспринимающего человека или социальной структуры. В качестве главных компонентов идентичности рассматриваются предписывающие, то есть направляющие поведение компоненты собственного знания, которые, будучи связаны с социальными ценностями, относятся также и к потребности в признании.

Предполагается, что чужое сигнализирует об отклонении от главных аспектов идентичности человека и тем самым ставит под сомнение его собственную идентичность. Из-за недостатка информации и опыта контактов с чужим человеком индивид какое-то время не может решить, как следует понимать это отклонение – как благоприятный шанс или как опасность. В результате возникает амбивалентная реакция. Наряду с этой неосведомленностью в узком смысле в данной модели рассматриваются также последующие этапы восприятия чужого, которые, однако, приводят к возникновению других по качеству реакций (безразличия или негативного и позитивного отношения).

1. Проблема восприятия чужого в социальной психологии

Чужой человек и восприятие чужого – это тема, которой в классических областях исследования социальной психологии не уделяется должного внимания. Поэтому понятие чужого в психологии недостаточно разработано (Thomas, 1993a). Работы, которые можно отнести к традиции немецкой социологии, например, Зиммеля (Simmel, 1908) и Шютца (Schütz, 1944/1972), также едва ли оказали здесь свое стимулирующее воздействие. И, наоборот, во многих социально-научных и культурологических дисциплинах имеется множество публикаций, посвященных этому феномену. В качестве общей характери-

стики чужого из имеющейся литературы (ср. сборники Münkler, 1997; Schäffter, 1991; Wierlacher, 1993) можно почерпнуть следующее:

1. Чужое представляет собой *проблему ориентировки в новой ситуации*: ощущение чужого возникает тогда, когда не могут быть успешно применены испытанные способы интерпретации и поведения. Шютц (Schütz, 1944/1972) характеризует чужака как человека, «который ставит под сомнение чуть ли не все, что кажется близким и несомненным членам группы» (с. 59).

2. Чужое *относительно*: оно не является устойчивым свойством людей или объектов – это понятие относительное. Его можно понять только

с позиции того, кто его так характеризует, или, как полагает Шустер: «Оно в чрезвычайной степени зависит от системы координат, в которой определяется чужое, от перспективы, в которой оно рассматривается, от масштаба, который при этом закладывается» (Schuster, 1996, с. 207).

3. Чужое *нестабильно*: ощущение чужого варьирует в зависимости от опыта соприкосновения с предметом или человеком.

4. Чужое связано с аффективной *амбивалентностью*: оно «привлекает и пугает» одновременно. Как утверждает Шефтер, «все модусы переживания чужого крайне амбивалентны» (Schäffter, 1991, с. 24).

1.1. Основные моменты в социально-психологических исследованиях чужого

Проблема восприятия чужого имеет точки соприкосновения с психологией межкультурных различий, изучением аккультурации, социальной психологией предубеждений и стереотипов, а также с концепцией социальной репрезентации.

В психологии *межкультурных различий* (Thomas, 1993b) речь идет об изучении культурных условий, вследствие которых возникают проблемы ориентации в отношениях между «чужими» группами (например, между немцами и китайцами, американцами и японцами), и об устранении этих проблем посредством предоставления знаний и обучения соответствующим формам поведения. В сущности,

мы здесь имеем дело с феноменом чужого, обусловленным культурными причинами. Хотя на примере межкультурных исследований рассматривается стандартный случай восприятия чужого, имеющий, кроме того, значительную общественную релевантность, переживание чужого постичь здесь в полном объеме не удастся. Ограничения этого подхода связаны с тем, что здесь не проводится общий анализ предпосылок и последствий переживания чужого и в значительной степени оставляется без внимания то, что, несмотря на имеющиеся в распоряжении знания о людях или вещах, впервые созданных в собственной культуре, ощущения чужого могут сохраняться.

В работах, посвященных изучению *аккультурации* (Berry, 1980; Bourhis, Moise, Perreault, Senecal, 1997), освещаются проблемы ассимиляции и интеграции этнических и культурных групп, переселившихся в другие страны. Исследователи исходят из того, что аккультурация представляет собой своего рода стрессовую ситуацию, предполагающую необходимость нахождения стратегии ее преодоления. Предметом изучения здесь являются форма, предпосылки и последствия конкретных стратегий обеих сторон и их совместимость. Во многих работах рассматриваются связанные с аккультурацией установки немцев по отношению к туркам, полякам, итальянцам и т.д. и предпосылки возникновения позитивных или негативных установок. Почти все исследования проведены как корреляционные и поэтому мало пригодны для анализа причин-

но-следственных связей. Также и теоретические подходы к аккультурации до сих пор не представляют собой систему, которая позволила бы предсказывать возникновение тех или иных реакций.

Еще одним направлением исследований, в котором определенную роль играет проблема чужого, является *изучение стереотипов и предубеждений*. Функция стереотипов состоит в том, чтобы снабдить человека ожиданиями, объяснениями, оценками и предпочтениями в поведении. Благодаря этому стереотипы редуцируют ощущение чужого. То же самое относится и к предубеждениям. «В предубеждениях чужой человек или чужое становится доступным пониманию, конкретным и предсказуемым. Таким образом, чужой человек становится составной частью нашего мира» (Schäfer, Schlöder, 1994, с. 84). Эта идея связана с понятием *социальной репрезентации*, которое было введено в социальную психологию Московичи (Moscovici, 1973) (ср. Schlöder, 1988). Объектом исследований теории социальной репрезентации являются общие знания в разных группах людей. Переживание чужого представляет собой исходный пункт развития таких социальных репрезентаций (Moscovici, 1988, с. 234). Хотя понятие чужого здесь систематически не разрабатывается, из рассуждений Московичи можно заключить, что переживание чужого присуще всем сообществам. Речь идет о фактах и событиях, которые вначале не доступны обсуждению и оценке (например новые технологии, такие, как Интер-

нет). С точки зрения понимания чужого и формы его анализа этот подход в целом близок концепции чужого, разрабатываемой Шефером и Шлёдером. Правда, поскольку в данном случае анализ относится к сообществам, то значение здесь имеют не столько индивидуальные позиции, сколько общественные реакции.

Помимо этих общих моментов, существуют отдельные социально-психологические работы, относящиеся непосредственно к восприятию чужого (Bornewasser, 1995; Graumann, 1997; Mummendey, 1993). В них используются подходы к описанию частных аспектов чужого (например, системно-теоретические рассуждения или концепции из области исследования взаимодействия между группами), однако само переживание чужого не объясняется.

1.2. Ступенчатая модель восприятия чужого Шефера и Шлёдера

В своей концепции чужого Шефер и Шлёдер пытаются учесть особенности восприятия чужого человека и предсказать реакции на конкретные ситуации общения с ним (Schäfer, Schlöder 1994; Schäfer, 1993; 1998). Эта концепция помогает, например, объяснить повседневный опыт, что одни чужие люди и группы людей вызывают симпатию, а другие – антипатию, причем в худшем случае дело доходит до насилия. Данная модель представляет собой интегративную модель восприятия чужого, в которой



Рис. 1. Ступенчатая модель этапов восприятия чужого

учитываются, объясняются и связываются между собой вышеупомянутые характеристики чужого. Рис. 1 иллюстрирует ступенчатую модель восприятия чужого.

Используя понятия соответствия или несоответствия чужого идентичности, «неизвестного», «неиспытанного» и «своего/не своего», модель рассматривает три значения слова «чужой», которые встречаются как в научной литературе, так и в обыденной речи. Они рассматриваются в дальнейшем, после чего более подробно поясняется понятие чужого, характеризующееся соотношением трех переменных величин (знания, опыта, отношения к идентичности).

Чужое как неизвестное

Прежде всего, под чужим понимается все, что является неизвестным. Чужое – это *неизвестное*. Так, например, Михельс пишет: «Чужое – это репрезентант неизвестного. Неизвестное связано с отсутствием ассоциаций и содержит в себе зачатки антипатии» (Michels, 1925/1968, с. 303). Здесь выражено широко распространенное предположение о существовании антипатии к неизвестному (ср. также социобиологические подходы к объяснению нетерпимости, Baldwin, 1998, с. 26–32). В отличие от этой позиции Шефер и Шлёдер в качестве типичной формы реакции на неизвестное ожидают не не-

гативный аффект (антипатию), а безразличие (см. рис. 1, ступень 1).

Чужое как неиспытанное

На второй ступени восприятия чужого находится *неиспытанное* (рис. 1, ступень 2). Явления, о которых у человека имеются знания, но которые им не освоены, тоже могут восприниматься как чужие (Münkler, 1997; Nassehi, 1995). Хотя в этом случае свойства и формы поведения постороннего объекта известны, однако в конкретных условиях они не испытаны и не пережиты.

На уровнях неизвестного и неиспытанного чужое, в сущности, определяется как (пока еще) не вошедшее в знания человека и как (пока еще) не приобретенный опыт. Ощущение чужого в этом смысле может исчезнуть благодаря приобретению нового знания и нового опыта и является временным.

Чужое как «не свое»

Третье значение понятия чужого выявляется при более детальном рассмотрении аспекта отнесенности чужого к самому индивиду. В данной модели оно обозначается как *не свое*, или чужое. «Не свое» отличается по качеству от неизвестного и плохо знакомого тем, что оно имеет отношение к главным особенностям человека, которые можно обозначить как «свое». Подобного отношения в первых двух случаях нет, или же из-за недостатка знания и недостатка опыта оно не воспринимается. На этом значении чужо-

го в классическом анализе делал акцент Георг Зиммель (Simmel, 1908). «Не свое» можно определить как несоответствие главным особенностям самого человека. Поэтому восприятие «не своего» связано с отрицательной валентностью, то есть сопровождается негативной реакцией, а восприятие «своего» – с положительной (рис. 1, ступень 3).

Чужое как угроза идентичности

Особая проблематика восприятия чужого возникает в результате определенной констелляции трех переменных – неизвестного, освоенного и отношения к «своему». Чужое в более специфическом и узком смысле как просто неизвестное и неиспытанное означает, что данное положение вещей пока воспринимается как «свое», но процесс познания еще не продвинулся настолько далеко, чтобы «другой» был бы провозглашен «своим». Это состояние обозначается как *угроза идентичности*, связанная с противоречивыми чувствами. Шефер (Schäfer, 1998) утверждает:

«Угроза идентичности означает, что существует состояние неопределенности, независимо от того, соответствуют ли (потенциально) притязания чужака меркам и нормам воспринимающего человека или им противоречат. Чужое связано с неопределенностью, причем не важно, означает ли оно благоприятные возможности или угрозу для собственной идентичности. Следовательно, восприятие чужого основывается на специфиче-

ской взаимосвязи переменных известности, испытанности и соответствия или несоответствия идентичности» (с. 380).

Сходное понятие чужого использует Бауманн. Он понимает чужака как человека, который выпадает из привычного разделения на друзей и врагов по причине своей непонятности и временно выступает в роли того, о ком пока судить невозможно (Baumann, 1998, с. 25).

В ходе дальнейшего общения с другим человеком могут быть получены дополнительные сведения или возникнуть переживания, которые будут соответствовать или не соответствовать идентичности, то есть характеристикам, приписываемым собственному «я», и будут иметь четкую положительную или отрицательную валентность. Решающим фактором для приобретения социальными отношениями эмоциональной окраски является, следовательно, то, что хотя бы один человек чувствует, что нечто свое «задето» другим человеком. Как это происходит, обсуждается в дальнейшем. Но сначала понятия «своего» и «не своего» следует более подробно характеризовать через их отношение к личной и социальной идентичности и ввести в теоретическую систему понятий.

2. Идентичность как характерная совокупность предписывающих представлений

Идентичность – это центральный момент в проблеме чужого. В концеп-

ции Шефера и Шлёдера (Schäfer, Schlöder, 1994) – как и в других концепциях идентичности (например, Aboud, 1979; Breakwell, 1986), – хотя и придается определенное значение самоопределению, или самосознанию, вследствие разграничения того, что человек считает своим и чужим, тем не менее, эти понятия не играют такой важной роли, как в других подходах (Tajfel, Turner, 1986). В связи с вопросом о национальной идентичности Шефер и Шлёдер выделяют два важных компонента знания человека о самом себе:

«Ориентирующее знание [...] – это знание, оценка, суждение о социальных данностях; оно служит действующему человеку для выбора линии поведения. Его функция состоит в структурировании внешнего мира с точки зрения поведения, и, следовательно, оно связано с намерениями, целями и ценностями действующего человека» (Schäfer, Schlöder, 1990, с. 317, курсив авторов).

«Самоопределение происходит в результате того, что человек или коллектив связывает себя определенными ценностными ориентациями и тем самым берет на себя обязательства, причем такое взятие на себя обязательств может происходить в той или иной степени сознательно или спонтанно» (там же, с. 318, курсив авторов).

Соответственно, в качестве важной характеристики, образующей идентичность, выступают *ценности*.

2.1. Ценности и стандарты идентичности как основа социальной ориентации

Вышеупомянутые характеристики ориентирующего знания и самоопределения, данные Шефером и Шлёдером (Schäfer, Schlöder, 1990), имеют непосредственное отношение к классическому анализу Клюкхона (Kluckhohn, 1954). Клюкхон определяет ценности следующим образом: «*Ценность – это концепция, явная или скрытая, являющаяся отличительной особенностью индивида или характеристикой группы, которая влияет на выбор доступных способов, средств и форм поведения*» (с. 395, курсив наш). Вслед за Грауманном и Виллигом (Graumann, Willig, 1983), Олпортом (Allport, 1955), Р. Г. Тернером (Turner, 1968), Оссорио и Дэвисом (Ossorio, Davis, 1968), а также Хабермасом (Habermas, 1976), ценностям приписывается функция обеспечения идентичности. Основной вопрос, который нас здесь интересует, это то, насколько такие концепции принятых ценностей могут рассматриваться в качестве главных характеристик идентичности, обеспечивающих основу для *социальной ориентации и самоопределения*. Более подробные и вместе с тем тщательные описания социальных ценностей можно найти, например, в теоретических работах Лаутманна (Lautmann, 1969) и Шлёдера (Schlöder, 1993), а также в обзорной статье Грауманна и Виллига (Graumann, Willig, 1983).

Констатируя, что ценности влияют на выбор способов, средств и целей

поведения, Клюкхон (Kluckhohn, 1954) подчеркивает этим функцию ценностей, которая заключается в мотивировании поведения и структурировании действий. Сначала кажется непонятным, каким образом абстрактное «представление о желаемых ценностях» может обеспечивать конкретную ориентацию поведения. Подобно тому, как научные конструкты в процессе операционализации становятся доступными наблюдению, здесь нужно исходить из того, что на более конкретном уровне, чем уровень ценностей как таковых, должны существовать представления о том, каким образом следует действовать в соответствии с желаемыми ценностями, а какое поведение ценности не соответствует. На этот момент обращает внимание Моррис (Morris, 1956), разделяя ценности на *оперативные и представляемые*. Грауманн и Виллиг также считают, «что ценности только тогда могут выполнять мотивирующую и регулирующую поведение функцию, когда они символически представлены в конкретной, сознательно воспринимаемой ситуации в конкретизированной форме» (Graumann, Willig, 1983, с. 354). Из различных психологических теорий поведения известно, что хотя люди обладают общими представлениями о том, к каким конечным состояниям они стремятся, тем не менее эти представления нуждаются в конкретизации, чтобы иметь возможность регулировать реальное поведение (см. обзор Gollwitzer, Bargh, 1996; Pervin, 1989; Martin, Tesser, 1996). Эту проблему Брендл и Хиггинс пытаются очертить с помощью понятий *высоко-*

и низкоидентичных целей (Brendl, Higgins, 1996). Ценности как представления о желаемом можно также понимать как общие целевые состояния (Kluckhohn, 1954; Rokeach, 1973), из которых вытекают более конкретные цели, относящиеся к поведению (Maio, Olson, 2000), или определяется валентность альтернатив поведения (Feather, 1990; 1995; Lewin, 1963). Например, ценность «справедливость» может выражаться в различных формах поведения. Если принцип потребности в справедливом распределении гласит, что каждый человек должен зарабатывать по своим потребностям, то принцип равенства требует, чтобы все люди получали одинаково много, а принцип личного вклада – чтобы всем воздавалось по их труду. Это *дедуктивное* заключение Шлёдер описывает как форму обоснования ценностных суждений (Schlöder, 1993).

Такие ценностные суждения, выведенные из общепризнанных принципов, являются *стандартами идентичности*. Они характеризуют *относящиеся к главным ценностям человека, структурирующим поведение, ситуационно специфические мерки мышления, суждения и поведения, которые определяют идентичность*. Таким образом, описанные Томасом культурные стандарты следует понимать как частный случай стандартов идентичности, так как они характеризуют масштабы культурной идентичности (Thomas, 1993a; 1996). Поскольку такие стандарты относятся к ценностям, которые формируют идентичность человека как индивида или как части общества и служат критериями пове-

дения, ориентированного на ценности, они воспринимаются как обязывающие («обязанность через убеждение», Schlöder, 1993, с. 108).

Из-за того, что стандарты идентичности связаны с потребностью в признании, они называются *предписывающими* и тем самым отграничиваются от *описательных* аспектов, которые не связаны с притязанием на признание. Такое высказывание, как «общественное равенство женщины и мужчины предполагает, что при предоставлении рабочих мест претендентам женского пола должно отдаваться предпочтение», выражает обязывающее требование. И наоборот, такое высказывание, как «моим детям восемь и двенадцать лет», имеет чисто описательный характер. Понятия «описательный» и «предписывающий» в этом значении иногда встречаются в философии (например, Hare, 1972), но лишь в редких случаях их можно обнаружить в психологических концепциях. Чайлдини, Рено и Каллгрэн (Cialdini, Reno, Kallgren, 1990), введя понятия «описательный» и «инъюнктивный» (они предпочитают этот термин понятию «предписывающий»), выделяют два аспекта значения норм (ср. также Minihoва, 1998). Понятие «описательный» они используют в таких случаях, в которых норма обозначает «среднюю величину» человеческого поведения (*norms of is*), тогда как под «инъюнктивными» они понимают такие нормы, которые обязывают (*norms of ought*). Роквич разделяет описательные, оценочные и предписывающие убеждения (Rokeach, 1973; 1975). Описательные убеждения – те, которые можно

верифицировать или фальсифицировать, тогда как оценочные убеждения выражают суждение «хорошо» или «плохо», а предписывающие убеждения указывают на состояние оценивания с точки зрения желаний человека (по существу, такие убеждения выступают как ценности). Физер использует те же понятия, рассматривая (связанную с половыми ролями) «Я»-концепцию (Feather, 1984). Предписывающими являются такие признаки, которые связаны с компонентами долженствования. Это означает, что не все оценочные суждения являются предписывающими – они могут быть и просто описательными, если имеют для идентичности человека несущественное значение, в частности, если они являются выражением субъективных предпочтений, которые не основываются на более общих ценностных ориентациях (например: «Мне больше нравится красное вино по сравнению с белым»). Подобное разграничение суждений по критерию их отнесенности к ценностям известно из так называемых теорий *функциональных, ценностно-экспрессивных и утилитарных установок* (Katz, 1960; Smith, Bruner, White, 1956; Snyder, De Bono, 1989) и, соответственно, *символических и инструментальных установок* (Abelson, Prentice, 1989; Herek, 1986; 1987). Стандарты идентичности – в отличие от предпочтений, основанных на сиюминутных интересах или потребностях, – основываются на общих ценностях (см. работы Шлёдера и Цанны, в которых рассматриваются *обоснование цели и средства*, а также *обоснование ценностей* (Schlöder, 1993; Zanna,

1988; 1994)). Они ситуационно специфичны, поскольку их значимость проистекает из связи с ценностями, а не представляет собой следствие сиюминутного настроения или неудовлетворенной потребности.

Дифференциация ценностей и стандартов встречается также на операциональном уровне. Если при заполнении опросников ценностей (например, Rokeach, 1973) испытуемых просят расположить ценности по степени важности или указать их значение по рейтингу (Braithwaite, Law, 1985; Schwartz, 1996), то иногда отдельные ценности репрезентируются различными утверждениями (Feldman, 1988; Harding, Philips, 1986; Katz, Hass, 1988; Mellema, Bassili, 1995; Rettig, Pasamanick, 1959). Фельдман обосновывает этот подход следующим образом: «[...] Ценности всегда связаны с совокупностью убеждений, соединяющих их с социальными правилами» (с. 421). Это наглядно представлено на рис. 2, иллюстрирующем представление Катца и Хесса.

Вышеприведенный пример показывает, что в стандартах идентичности специфицируются не только идеальные, но и материальные цели и выводы («богатые нации имеют моральную обязанность делиться с более бедными странами»). Поскольку обладание материальными благами понимается как выражение осуществления релевантных идентичности ценностей (например, право на одежду, жилье, средства существования), речь идет о требованиях, которые также относятся к предписываемому компоненту личной или социальной идентичности (ср.

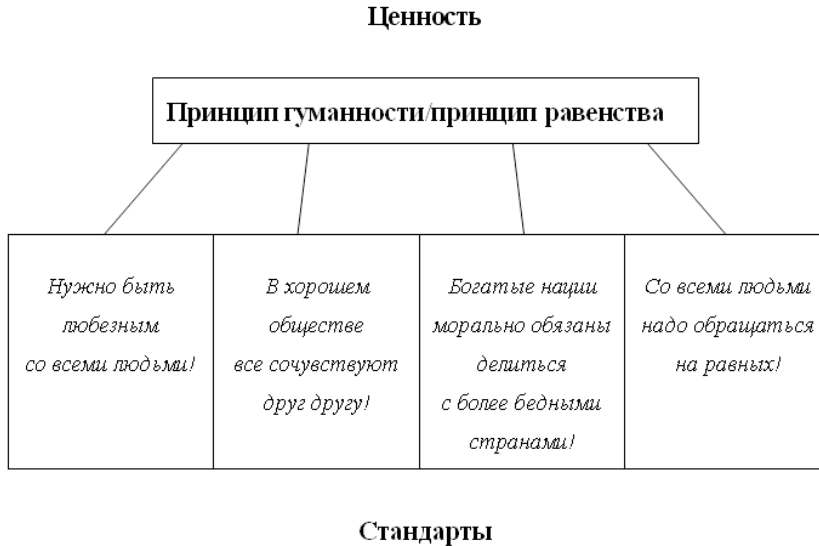


Рис. 2. Соотношение ценностей и стандартов идентичности (по: Katz, Nass, 1988)

также понятие *ценностных ожиданий*¹ у Гурра – Gurr, 1970). От них необходимо отличать такие данности, которые хотя тоже имеют материальный характер, однако из-за отсутствия отношения к ценностям не воспринимаются как обязывающие, например, интересы, мотивированные чисто финансово. Так, учащиеся, вероятно, будут воспринимать умеренные взносы в больничную кассу как требование, являющееся выражением их права на получение врачебной помощи, тогда как поход в кино будет восприниматься ими как нечто приятное, но не как обязательное. Стандарты идентичности,

¹ «Ценностные ожидания – это вещи и условия жизни, по поводу которых люди считают, что они правильно названы» (Gurr, 1970, с. 24).

проясняющие идеальное значение ценностей, здесь называются *идеально-символическими*; стандарты идентичности, проясняющие материальное значение ценностей, называются *материально-экономическими*.

Поскольку в стандартах идентичности содержатся материальные аспекты, они имеют существенное значение для «Я»-концепции. Это подчеркивалось еще Джемсом, который проводил понятийное различие между *социальным «Я»*, *духовным «Я»*, *чистым Эго* и *материальным «Я»*² (James, 1890/1950, с. 292) (см. также Cantril, 1947, 117).

² К материальному «Я» Джемс причисляет тело самого человека, его одежду, семью, дом, а также различное имущество, в том числе относящееся к духовной жизни.

На этой же основе приводит свои аргументы Белк: «...Ключ к пониманию того, что означает собственность, состоит в том, что [...] мы относимся к нашей собственности как к части нас самих» (Belk, 1988; 1991, с. 139). Он обсуждает роль личной собственности как выражение собственной идентичности и, кроме того, дифференцирует по содержанию, какие виды собственности особым образом выполняют эту функцию. Аналогичную позицию отстаивают Абельсон и Прентис, придерживающиеся функционалистских концепций установок (Abelson, Prentice, 1989; Prentice, Carlsmith, 2000). В этой связи, в частности, интересна их мысль о соответствии убеждений и предметов собственности («убеждения сродни собственности»). На образующую идентичность функцию собственности указывает также Хан (Hahn, 1997).

В рассуждениях подобного рода часто на переднем плане стоит аспект объектов, называемый Хаублом (Hauubl, 2000) *коммуникативным*, то есть вопрос о том, что именно тот или иной предмет говорит о его владельце (см. также Csikszentmihalyi, Rochberg-Halton, 1989; Grewal, Mehta, Kardes, 2000; Wicklund, Gollwitzer, 1985). Согласно разработанной здесь концепции идентичности, подобные предметы, напротив, нужно причислять к собственности в феноменологическом смысле; их идеальное распределение и обладание могут обосновываться с точки зрения общепризнанных ценностей. Этот аспект Хаубл называет *регулятивным*. Например, в Германии владение оружием предполагает разрешение со стороны властей. Люди, не имеющие ли-

цензии на владение оружием и приобретение боеприпасов, не имеют права им владеть. И, наоборот, в США право на владение стрелковым оружием считается выражением основного права.

Регулятивные и коммуникативные аспекты стандартов идентичности служат ориентации людей в социальном мире. В дальнейшем будет конкретизировано второе понятие, используемое Шефером и Шлёдером (Schäfer, Schlöder, 1990), – самоопределение.

2.2. Ценности и стандарты идентичности как основа самоопределения

Согласно Клюкхону, ценности характеризуют индивидов или социальные сообщества (Kluckhohn, 1954). Бабад, Бирнбаум и Бенне утверждают: «Человека *определяют* биосоциальные свойства, но он *определяет себя* посредством ценностной ориентации [...]» (Babad, Birnbaum, Benne, 1983, с. 229, курсив авторов). Идея о том, что и социальные группы, и индивиды могут отличаться своими ценностными представлениями, встречается и в психологических исследованиях ценностей. Так, например, Херрманн описывает ценности как «различные у разных людей, относительно стабильные предпочтения индивидуальных оценок» (Herrmann, 1982, с. 35). Аспект групповой специфичности ценностей рассматривается в работах, посвященных сравнительному изучению культур (Hofstede, 1980; Schwartz, Bilsky, 1987; Triandis, 1995). С точки зрения отдельных авторов он даже является

основополагающим для объяснения понятия культуры (Parsons, Shills, 1954; Nunner-Winkler, 1997).

Ценности понимаются как центральный параметр при описании межличностных и социальных различий прежде всего потому, что они не признаются или не принимаются всеми людьми или культурами в равной степени. Этот аспект определяется понятием *ценности, релевантной идентичности*. Его можно понимать в двух значениях. Людей можно классифицировать как похожих или различающихся, основываясь на их индивидуальных ценностных приоритетах, независимо от их принадлежности к социальным сообществам. Эта гипотеза, относящаяся прежде всего к области дифференциальной психологии, означает, что только определенные ценности из совокупности всевозможных ценностных ориентаций людей принимаются в качестве главных руководящих принципов жизни (индивидуальная ценностная центральность). Анализ ценностей с точки зрения их значения для процессов интеракции и коммуникации в социальных сообществах (идентичность в социальном смысле) присущ, скорее, социально-психологическому подходу. По аналогии с этим разграничением Шлёдер обсуждает социальный параметр ценностей, а также отношение ценностей к личности или к «Я»-концепции индивидов (Schlöder, 1993; 1995). Из его анализа вытекает, что обе точки зрения нельзя строго отделить друг от друга – они соотносятся между собой в динамическом смысле.

Однако для людей или социальных образований ценности могут быть ха-

рактерными также и на уровне стандартов идентичности. Даже тогда, когда два человека, заполняя опросник, отдадут предпочтение ценности справедливости по сравнению с другими ценностями, они могут обладать различными стандартами. Шлёдер говорит также об индивидуализации ценностей (Schlöder, 1993), а Клюкхон – об *идиосинкратических ценностях* (Kluckhohn, 1954). Лупфер, Уикс, Доан и Хьюстон показали, что в научных концепциях справедливости эксплицитные стандарты, которые могут считаться объективированными общественным знанием, играют определенную роль в повседневных суждениях обычных людей и даже используются в применении к конкретной ситуации (Lupfer, Weeks, Doan, Houston, 2000). То же самое относится к социальным образованиям: права человека как канон обязывающих ценностей государства в отдельных государственных конституциях истолковываются по-разному. Причина этого заключается в том, что в случае вышеописанного выведения стандартов идентичности из ценностей речь идет не о формально-логической дедукции, а об истолковании, основывающемся на историческом развитии общества и, соответственно, на личном жизненном опыте человека (Nunner-Winkler, 1997, с. 392; Lantermann, 1998).

Согласно этим представлениям, индивиды и социальные группы приобретают идентичность, во-первых, благодаря избирательной позитивной позиции по отношению к желательным ценностям (ценностям, релевантным идентичности) и, во-вторых, благодаря обусловленному жизненными со-

бытиями и биографией истолкованию и соответствующей конкретизации абстрактных ценностных представлений (стандарты идентичности).

Подытоживая, можно констатировать, что в соответствии с представленным пониманием идентичности разграничение между личной и социальной идентичностью, имеющее фундаментальное значение для теории социальной идентичности (Tajfel, Turner, 1986), здесь имеет подчиненное значение, а относящееся к «я» человека знание критериев можно дифференцировать как описательное и предписывающее, а также как относящееся и к материально-экономической стороне жизни, и к идеально-символической. В этом контексте понятие идентичности можно охарактеризовать следующим образом:

Ядром идентичности является относящееся к самому человеку знание, которое в связи с релевантными идентичности ценностями приобретает предписывающий характер. Идентичность человека или социального образования определяется специфической совокупностью идеально-символических и материально-экономических стандартов идентичности. Наряду с этими главными компонентами идентичности (ценностями и стандартами) личное или социальное «я» содержит также описательные, периферические компоненты, которые характеризуются тем, что хотя они и воспринимаются как относящиеся к «я», тем не менее, не имеют отношения к ценностям и поэтому не имеют «характера долженствования».

3. Расхождение с идентичностью и дефицит знания как детерминанты угрозы идентичности

Как уже отмечалось, чужое как угроза идентичности предполагает, что собственные стандарты идентичности ставятся под сомнение чужим явлением или человеком, и вследствие недостатка знания возникает ощущение неопределенности. Эту чуждость можно обсуждать с точки зрения предписывающих представлений. Оба важных аспекта – противопоставление идентичности и знание – нельзя рассматривать отдельно друг от друга. Поэтому в дальнейшем они будут обсуждаться во взаимосвязи.

3.1. Расхождение с идентичностью

Расхождения с идентичностью связаны со стандартами идентичности. Ценности проявляются в виде ценностных суждений в поведении и в этом качестве воспринимаются также и у других людей. Самой общей форме расхождения со стандартами идентичности соответствуют следующие высказывания: человек А утверждает: «Смертная казнь – это хорошо», человек Б утверждает: «Смертная казнь – это плохо». В данном случае непонятно, на чем основываются эти суждения. В целом можно только говорить о совпадении и расхождении с идентичностью. Здесь имеет место несовместимость в том смысле, что оба высказывания не могут быть одновременно верными. Согласно Бар-Талю и Гева, этот случай следует рассматри-

вать в качестве важной причины социальных конфликтов между людьми (Bar-Tal, Geva, 1986). Угрозы идентичности в смысле не проясненной взаимосвязи ценностей со стандартами идентичности здесь ожидать нельзя. Дифференциация на неясное и однозначное, позитивное или негативное расхождение с идентичностью возможны только при более специфических ценностных суждениях.

Ценностные суждения и связанные с ценностями установки, как правило, не только выражаются, но и обосновываются, то есть не только утверждается, что некие мероприятия или объекты хороши или плохи, но, кроме того, указывается, по каким меркам делается такая оценка (Schlöder, 1993). Кроме того, в полемике между людьми, оценивающими социальные события, часто можно наблюдать, что один человек обосновывает свое согласие тем, что обсуждаемый факт обнаруживает позитивную связь с определенной ценностью и поэтому трактуется позитивно (например, *смертная казнь оправдана*), однако другой человек не высказывает совершенно противоположную мысль, а в своем суждении скорее ссылается на другую ценность или стандарт (например, *смертная казнь негуманна*). Расхождение заключается здесь не в том, что используются разные понятия *ценности*, а в том, что обсуждаемый факт относят к «диапазону действия» (Lautmann, 1969) *разных* ценностей. В этом состоит главное предположение *теории обоснования ценностей* (Eiser, 1987; Kristiansen, Matheson, 1990; Kristiansen, Zanna, 1988; 1994). В приведенном примере

точка зрения других людей может непосредственно отвергаться как неприемлемая, если уже стало ясно, что, например, при оценке смертной казни в основу суждения была положена ценность «справедливость», но не ценность «человечность». Здесь при оценке не принимается в расчет ценность, релевантная идентичности, которая в соответствии с собственными предписывающими представлениями, безусловно, должна лежать в основе этой оценки. Вместо этого в основу кладется ценность, которая, согласно собственным предписывающим представлениям, в этом случае не должна приниматься в расчет. В соответствии с концепцией чужого в данном случае следует исходить из того, что «другое» причисляется к области «не своего» и поэтому оценивается негативно. Этот аспект становится еще более понятным, если он, как будет сделано далее, рассматривается с точки зрения содержания и структуры знания о людях и группах.

3.2. Знание о людях и группах

В модели восприятия чужого знание о чужих людях, группах или данностях дифференцируется по разным критериям (количественный: известность и испытанность; качественный: описательное знание или предписывающее). Кроме того, знания об индивидах и группах людей могут относиться к самым разным содержательным аспектам. В табл. 1 представлены работы разных авторов, в которых рассматриваются соответствующие аспекты данной проблемы.

Таблица 1. Категории знания о чужом человеке

	Категория и описание	Соответствие
1.	Характеристика явления Знание о непосредственно воспринимаемых особенностях других людей, например, цвет волос, цвет глаз, цвет кожи, фигура, одежда, язык и т.д.	Физические и биологические характеристики (Park, 1986); физическая информация (Prentice, 1990); внешний вид (van Dijk, 1987) физические признаки (Milhabet, Monteil, 1995); комплекция, черты лица, язык (Mullen, Rozell & Johnson, 2000)
2.	Демографические сведения Знание имени, происхождения, статуса, вероисповедания, отношений с другими людьми...	Демографическая информация (Park, 1986; Prentice, 1990); происхождение (van Dijk, 1987); социальное положение (Milhabet, Monteil, 1995)
3.	Формы поведения Знание о поведении другого человека	Манеры поведения и членство в организациях (Park, 1986); манеры поведения (Prentice, 1990, Milhabet & Monteil, 1995)
4.	Представления и убеждения Знание о ценностях, стандартах, нормах, установках, целях другого человека	Установки, чувства, убеждения (Park, 1986); частная информация (Prentice, 1990); социокультурные качества (van Dijk, 1987); символические убеждения (Bell, Esses, Maio, 1996); групповые убеждения (Bar-Tal, 1990, 1998); знания о культуре (Stephan, Stephan, 1985)

При выявлении угрозы идентичности важную роль играют такие знания, которые вызывают непосредственную оценку объекта как соответствующего идентичности (своего) или не соответствующего ей (не своего). Эти знания препятствуют появлению чувства неуверенности, характерного для ощущения угрозы идентичности. Сюда прежде всего следует отнести знания, приведенные в табл. 1 под пунктом 4 в качестве *представлений и убеждений*. Например, Эссес, Хэддок и Занна определяют «символические убеждения» следующим образом: «Это убеждения в том, что социальные группы нарушают или поддерживают тщательно оберегаемые ценности и нормы» (Esses, Haddock, Zanna, 1993, с. 139).

В ряде работ удалось показать, что воспринимаемые отклонения от собственных ценностей (Biernat, Vescio, Theno, 1996; Schwartz, 1996), норм (De Ridder, Tripathi, 1992), мировоззрений (Greenberg, Solomon, Pyszcynski, 1997) или убеждений (Rokeach, Evans Smith, 1960), как правило, ведут к негативным реакциям и оценкам, тогда как сходство в целом (Byrne, 1969), особенно тогда, когда оно относится к ценностям (Lea, 1982), ведет к появлению симпатии. В согласии с этими данными находится «модель плюрализма ценностей» (Tetlock et al., 1996; Fiske, Tetlock, 1997) и теория структуры систем убеждений Рокича (Rokeach, 1960), где в качестве главного компонента выделены ценности в

форме предписывающих убеждений. Показано, что люди располагают не только представлениями о желаемых ценностях, о том, что правильно и приемлемо (*beliefs*), но и убеждениями, какие вещи ошибочны и должны быть отвергнуты (*disbeliefs*). Это разграничение встречается также в определении ценностей: «Ценность – это стойкая вера в то, что определенная форма поведения или конечное состояние существования в личном или социальном плане является *предпочтительным по сравнению с противоположной формой* поведения или конечным состоянием существования» (Rokeach, 1973, с. 5, курсив автора; ср. также различие между *целями сближения и избегания* в работе Emmons, Kaiser, 1996). Также и стандарты идентичности указывают не только на то, какие цели нужно преследовать и каким образом, но и на то, какие цели и способы действия не соответствуют собственной идентичности («не свое»). Основываясь на теории систем убеждения Рокича (Rokeach, 1960), можно утверждать, что у человека уже имеются в распоряжении различные представления в виде «beliefs» или «disbeliefs». Согласно Фиске и Тетлоку, люди могут опираться на «правила исполнения» для выбора определенных стандартов (Fiske, Tetlock, 1997). Таким образом, появляется «иммунитет» в отношении отклоняющихся представлений, которые расцениваются как ошибочные. Это означает, что даже тогда, когда описательные знания, относящиеся к категориям, приведенным в табл. 1 (*характеристики явления, демографические сведения и*

формы поведения), скудны или вообще отсутствуют, то есть по многим аспектам имеется неизвестность или плохое знакомство, то это не будет вызывать сомнения в идентичности, если в действие вступают *представления и убеждения*, непосредственно указывающие, что это «не свое».

Следовательно, аспект недостаточного знания должен относиться к главным стандартам оценки другого человека, значимой для ощущения идентичности. Аналогичная мысль вытекает из работ, посвященных влиянию социальных меньшинств (к которым часто можно причислить чужаков). Так, например, Московичи пишет: «[...] оно [меньшинство] вводит совершенно новые аспекты проблемы или объекта и ставит под сомнение существующие ценности, тем самым нарушая внутреннюю (межиндивидуальную) устойчивость и обращая ясные, несомненные факты в мучительную неопределенность» (Moscovici, 1985, с. 386). Московичи считает, что при таких условиях создается интрапсихическая конфликтная ситуация, а потому при угрозе идентичности в понимании Шефера и Шлёдера (Schäfer, Schlöder 1994) можно ожидать возникновения амбивалентных чувств (ср. также Scarabis, 2000).

4. Амбивалентность как аффективная реакция на чужого человека

В рамках очерченной концепции чужого амбивалентность – это способ реагирования, характерный для восприятия чужого. Хотя термин «амбивалент-

ность» в качестве конструкта появляется в различных областях психологического исследования (Brömer, 1999, 4 etc.; Jonas, Brömer, Diehl, 2000, 37 etc.), тем не менее нет единообразия в его использовании, и редко можно встретить подходы к его эмпирическому пониманию. Исключение составляют современные исследования установок (Alvarez, Brehm, 1995; 1997; Brömer, 1999; Gönner, Sherlock, Orbell, 1998; Jonas, Diehl, Brömer, 1997; Maio, Bell, Esses, 1996; Moore, 1973; 1980; Sparks, Hederley, Shepherd, 1992; Tourangeau, Rasiniski, D'Andrade, 1991; Vallacher, Novak, Kaufman, 1994; Zaller, Feldman, 1992). В данной работе наряду с определением понятия амбивалентности обсуждается также проблема ее измерения, что можно рассматривать как важный момент в развитии ее понимания и разработке подходов к операционализации амбивалентности.

Понятие амбивалентности

В когнитивно ориентированном исследовании установок амбивалентность трактуется как одновременное появление позитивных и негативных оценок по отношению к воспринимаемому объекту (Bargh, Chaiken, Govenader, Pratto, 1992; Brömer, 1999). При условии, что положительные и отрицательные аспекты оцениваемого концепта известны, непоявление амбивалентных реакций объясняется такими «когнитивными механизмами», как торможение (Bargh et al.) или избирательное использование тенденции оценивания (McGregor, Newby-Clark,

Zanna, 1999). В статье Цаллера и Фельдмана (Zaller, Feldman, 1992) представлены «аксиомы», поясняющие основные предположения работ, где парадигма переработки социальной информации применяется к феномену амбивалентности установки (Devine, Hamilton, Ostrom, 1994; Strack, 1988). Цаллер и Фельдман постулируют следующее:

Аксиома амбивалентного отношения: Большинство людей обладают противоположными мнениями по большинству вопросов, то есть их рассуждения могут привести к решению проблемы любым способом (с. 585).

Аксиома ответа: Обычно индивиды отвечают на предлагаемые вопросы, усредняя наиболее понятные, «бросающиеся в глаза» в момент ответа суждения, причем эта понятность детерминирована аксиомой *доступности* (с. 586, курсив в оригинале).

Аксиома доступности: Доступность любого суждения зависит от стохастического процесса его появления в сознании человека, причем недавно обдумывавшиеся суждения будут появляться с несколько большей вероятностью (с. 586).

Таким образом, амбивалентность можно охарактеризовать тем, что в определенный момент времени люди связывают одновременно позитивные и негативные свойства с одним понятием. Согласно Йонасу и др., это должно быть частым случаем, а согласно аксиоме амбивалентности (см. выше) – даже правилом (Jonas et al.,

2000). В рамках социокогнитивной модели установки Пратканиса (Pratkanis, 1989; Pratkanis, Greenwald, 1989) утверждается, что в случае обсуждения спорных объектов в основе установки лежит биполярная когнитивная репрезентация, содержащая как аргументы «за», так и аргументы «против». Это, однако, сопровождается не амбивалентными, а стабильно позитивными или негативными установками. Также из исследования стереотипов известно, что люди, обладая знаниями, не всегда принимают их в расчет при вынесении социальных суждений (ср. гипотезу о диссоциации [Devine, 1989], а также Wood, 2000, с. 548–549).

При более строгом понимании амбивалентности наряду с непоследовательными оценочными реакциями и субъективно ощущаемой конфликтностью учитывается также феноменологический компонент. При этом амбивалентность не может пониматься как выражение простого знания о положительных и отрицательных сторонах обсуждаемого аспекта – скорее, она должна возникать тогда, когда обе сто-

роны в равной мере субъективно принимаются в расчет при вынесении суждения. Учитывая это, Уилсон, Линдси и Скулер определяют амбивалентность как «[...] случай, когда доступны позитивные и негативные оценки, которые рассматриваются как правомерные и которые в конечном счете приводят к субъективному состоянию конфликта» (Wilson, Lindsey, Schooler, 2000, с. 107).

Измерение амбивалентных установок

Предположение, что установки могут содержать одновременно как позитивные, так и негативные тенденции, оказало существенное влияние на измерение установок. Если обычно исследователи упускали из виду, что люди могут высказываться по поводу того или иного вопроса одновременно положительно и отрицательно, то при исследовании амбивалентности были созданы инструменты, которые позволяют это выявить. Кроме того, посто-

Таблица 2. Сопоставление понятий амбивалентности

	Амбивалентность как оценочная непоследовательность (широкое понятие)	Амбивалентность как выражение субъективного конфликта (узкое понятие)
McGregor et al., 1999	<i>потенциальная амбивалентность</i>	<i>амбивалентность чувств</i>
Jonas et al., 2000	<i>амбивалентность в структурном смысле</i>	<i>амбивалентность в мета-установочном смысле</i>
Maio, Esses, Bell, 2000	<i>непоследовательность</i>	<i>амбивалентность</i>
Cacioppo, Gardner, Berntson, 1997	<i>бивалентность</i>	<i>амбивалентность</i>

янно указывалось на сложность интерпретации таких реакций, которые на биполярных шкалах относятся к средней категории. В частности, данные Клопфера и Мэддена свидетельствуют о том, что наряду с классической интерпретацией индифферентности, выбор нулевой точки также может осно-

вываться на амбивалентных установках (Klopfers, Madden, 1978; 1980).

Существуют три формата, пригодных для выявления амбивалентных установок: косвенное, прямое и открытое измерение. Они будут представлены в последующих статьях.

Литература

- Abelson, R. P. (1959). Modes of resolution of belief dilemmas. *The Journal of Conflict Resolution*, 3, 343-352.
- Abelson, R. P. & Prentice, D. A. (1989). Beliefs as possessions: A functional perspective. In A. R. Pratkanis & S. J. Breckler (Eds.), *Attitude structure and function. The third Ohio State University volume on attitudes and persuasion* (pp. 361-381). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- About, F. E. (1979). Self: An identity, a concept, or a sense. In L. H. Strickland (Ed.), *Soviet and Western Perspectives in Social Psychology* (pp. 235-254). Oxford: Pergamon.
- Allport, G. W. (1955). *Becoming*. New Haven: Yale University Press.
- Alvarez, R. M. & Brehm, J. (1995). American ambivalence towards abortion policy: Development of a heteroskedastic probit model of competing values. *American Journal of Political Science*, 39, 1055-82.
- Alvarez, R. M. & Brehm, J. (1997). Are Americans ambivalent towards racial policies? *American Journal of Political Science*, 41, 345-374.
- Babad, E. Y., Birnbaum, M. & Benne, K. D. (1983). *The social self. Group influences on personal identity*. Beverly Hills: Sage.
- Baldwin, J. R. (1998). Tolerance/intolerance: A multidisciplinary view of prejudice. In M.L. Hecht (Ed.), *Communicating pre-judice* (pp. 24-56). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Bargh, J. A., Chaiken, S., Govender, R., & Pratto, F. (1992). The generality of the automatic attitude effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 62, 839-912.
- Bar-Tal, D. (1990). *Group Beliefs. A Conception for Analyzing Group Structure, processes, and behavior*. New York: Springer.
- Bar-Tal, D. (1998). Group Beliefs as an Expression of Social Identity. In S. Worchel, J.F. Morales, D. Páez & J.C. Deschamps (Eds.) *Social Identity. International Perspectives* S. 93-113. London: Sage.
- Bar-Tal, D. & Geva, N. (1986). A cognitive basis of international conflicts. In S. G. Worchel & W. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*. (pp. 118-133). Chicago: Nelson-Hall.
- Bassili, J. N. (1996). Meta-judgmental versus operative indexes of psychological attributes: The case of measures of attitude strength. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 637-653.
- Baumann, Z. (1998). Moderne und Ambivalenz. In U. Bielefeld (Hrsg.), *Das Eigene und das Fremde. Neuer Rassismus in der alten Welt?* (S. 23-49). Hamburg: Hamburger Edition.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139-168.

- Belk, R. W. (1991). The ineluctable mysteries of possessions. *Journal of Social Behavior and Personality*, 6, 17-55.
- Bell, D.W., Esses, V.M., & Maio, G.R. (1996). The utility of open-ended measures to assess intergroup ambivalence. *Canadian Journal of Behavioral Science*, 28, 12-18.
- Berry, J. W. (1980). Acculturation as varieties of adaption. In A. Padilla (Ed.), *Acculturation: Theory, models and some new findings*. Boulder: Westview Press.
- Biernat, M., Vescio, T. K. & Theno, S. A. (1996). Violating American values: A "value congruence" approach to understanding outgroup attitudes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 32, 387-410.
- Bornewasser, M. (1995). Motivationale Hintergründe von Fremdenfeindlichkeit und Gewalt. In S. Müller, H.-U. Otto & U. Otto (Hrsg.), *Fremde und Andere in Deutschland. Nachdenken über das Einverleiben, Einebnen, Ausgrenzen* (S. 87-102). Opladen: Leske & Budrich.
- Bourhis, R. Y., Moise, C. L., Perrreault, S. & Senécal, S. (1997). Immigration und Multikulturalismus in Kanada : Die Entwicklung eines interaktiven Akkulturationsmodells. In A. Mummendey & B. Simon (Hrsg.), *Identität und Verschiedenheit: Zur Sozialpsychologie der Identität in komplexen Gesellschaften* (S. 63-107). Bern: Huber.
- Braithwaite, V. A. & Law, H. G. (1985). Structure of human values: Testing the adequacy of the Rokeach Value Survey. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49, 250-263.
- Breakwell, G. (1986). *Coping with threatened identities*. London: Methuen.
- Breckler, S. J. (1994). A comparison of numerical indexes for measuring attitude ambivalence. *Educational and Psychological Measurement*, 54, 350-365.
- Brendl, C. M. & Higgins, E. T. (1996). Principles of judging valence: What makes events positive or negative? In M. P. Zanna (Ed.), *Advances In Experimental Social Psychology* (Vol. 28, pp. 95-160). New York: Academic Press.
- Brömer, P. (1999). *Informationsverarbeitung bei ambivalenten Einstellungen*. Regensburg: Roderer.
- Byrne, D. (1969). Attitudes and attraction. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 4, pp. 35-89). San Diego: Academic Press.
- Cacioppo, J. T., & Berntson, G. G. (1994). Relationship between attitudes and evaluative space: A critical review, with emphasis on the separability of positive and negative substrates. *Psychological Bulletin*, 115, 401-423.
- Cacioppo, J. T., Gardner, W. L. & Berntson, G. G. (1997). Beyond bipolar conceptualizations and measures: The case of attitudes and evaluative space. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 1, 3-25.
- Cialdini, R. B., Reno, R. R. & Kallgren, C. A. (1990). A focus theory of normative conduct: Recycling the concept of norms to reduce littering in public places. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, 1015-1026.
- Conner, M., Sherlock, K. & Orbell, S. (1998). Psychosocial determinants of ecstasy use in young people in the UK. *British Journal of Health Psychology*, 3, 295-317.
- Csikszentmihalyi, M. & Rochberg-Halton, E. (1989). *Der Sinn der Dinge*. München: Psychologie Verlags Union.
- DeRidder, R. & Tripathi, R. C. (1992) (Eds.). *Norm violation and intergroup relations*. Oxford: Clarendon Press.
- Devine, P. G. (1989). Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 5-18.
- Devine, P. G., Hamilton, D. L. & Ostrom, T. M. (Eds.) (1994). *Social cognition: Impact on*

- social psychology*. San Diego: Academic Press.
- Eiser, J. R. (1987). *The expression of attitudes*. New York: Springer.
- Emmons, R. A. & Kaiser, H. A. (1996). Goal orientation and emotional well-being: Linking goals and affect through self. In L. L. Martin & A. Tesser (Eds.), *Striving and feeling. Interactions among goals, affect, and self-regulation* (pp. 79-98). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Esses, V. M., Haddock, G. & Zanna, M. P. (1993). Values, stereotypes, and emotions as determinants of intergroup attitudes. In D. M. Mackie & D. L. Hamilton (Eds.), *Affect, cognition, and stereotyping: Interactive processes in group perception* (pp. 137-166). San Diego: Academic Press.
- Feather, N. T. (1984). Masculinity, femininity, psychological androgyny and the structure of values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47, 604-620.
- Feather, N. T. (1990). Bridging the gap between values and action. Recent applications of the expectancy-value model. In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and cognition. Foundations of social behavior* (Vol. 2, pp. 152-192). New York: Guilford Press.
- Feather, N. T. (1995). Values, valences, and choice: The influence of values on the perceived attractiveness and choice of alternatives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 1135-1151.
- Feger, H. (1978). *Konflikterleben und Konfliktverhalten*. Bern: Huber.
- Feldman, S. (1988). Structure and consistency in public opinion. *American Journal of Political Science*, 32, 416-440.
- Fiske, A. P. & Tetlock, P. E. (1997). Taboo trade-offs: Reactions to transactions that transgress the spheres of justice. *Political Psychology*, 18, 255-297.
- Gollwitzer, P. M. & Bargh, J. A. (Eds.) (1996). *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior*. New York: Guilford Press.
- Graumann, C. F. (1997). Die Erfahrung des Fremden: Lockung und Bedrohung. In A. Mummendey & B. Simon (Hrsg.), *Identität und Verschiedenheit. Zur Sozialpsychologie der Identität in komplexen Gesellschaften* (S. 39-62). Bern: Huber.
- Graumann, C. F. & Willig, R. (1983). Wert, Wertung, Werthaltung. In H. Thomae (Hrsg.), *Enzyklopädie der Psychologie: Themenbereich C Theorie und Forschung, Serie 4 Motivation und Emotion, Band 1 Theorien und Formen der Motivation* (S. 312-396). Göttingen: Hogrefe.
- Greenberg, J., Solomon, S. & Pyszczynski, T. (1997). Terror management theory of self-esteem and cultural worldviews: Empirical assessments and conceptual refinements. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (Vol. 29, pp. 61-139). New York: Academic Press.
- Greenwald, A. G., Banaji, M. R., Rudman, L. A., Farnham, S. D., Nosek, B. A. & Rosier, M. (2000). Prologue to a unified theory of attitudes, stereotypes, and self-concept. In J. P. Forgas (Ed.), *Feeling and thinking: The role of affect in social cognition and behavior* (pp. 308-330). New York: Cambridge University Press.
- Grewal, R., Mehta, R. & Kardes, F. R. (2000). The role of the social-identity function of attitudes in consumer innovativeness and opinion leadership. *Journal of Economic Psychology*, 21, 233-252.
- Gurr, T. R. (1970). *Why men rebel*. Princeton: University Press.
- Habermas, J. (1976). *Zur Rekonstruktion des Historischen Materialismus* (S. 63-91). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hahn, A. (1997). „Partizipative“ Identitäten. In H. Münkler (Hrsg.), *Furcht und Faszination. Facetten der Fremdheit*, S. 115-158. Berlin: Akademie Verlag.
- Harding, B. & Philips, D. (1986). *Contrasting*

- values in *Western Europe*. London: Macmillan.
- Hare, R. M. (1972). *Die Sprache der Moral*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hass, G. R., Katz, I., Rizzo, N., Bailey, J., & Eisenstadt, D. (1991). Cross-racial appraisal as related to attitude ambivalence and cognitive complexity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 17, 83-92.
- Haubl, R. (2000). Be-dingte Emotionen. Über identitätsstiftende Objekt-Beziehungen. In H.A. Hartmann & R. Haubl (Hrsg.), *Von Dingen und Menschen. Funktion und Bedeutung materieller Kultur* (S. 7-36). Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.
- Herek, G. M. (1986). The instrumentality of attitudes: Toward a neofunctional theory. *Journal of Social Issues*, 42, 99-114.
- Herek, G. M. (1987). Can functions be measured? A new perspective on the functional approach to attitudes. *Social Psychology Quarterly*, 50, 285-303.
- Herrmann, T. (1982). Wertorientierung und Wertwandel. Eine konzeptuelle Analyse aus dem Blickwinkel der Psychologie. In H. Stachowiak & T. Ellwein (Hrsg.), *Bedürfnisse, Werte und Normen im Wandel* (Bd. 2, S. 29-71). München: Fink.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences*. Beverly Hills: Sage.
- James, W. (1890/1950). *The principles of psychology*. Dover: Dover Publications.
- Jonas, K., Brömer, P. & Diehl, M. (2000). Attitudinal ambivalence. In W. Stroebe & M. Hewstone (Eds.), *European Review of Social Psychology* (Vol. 11, pp. 35-74). Chichester: Wiley.
- Jonas, K., Diehl, M. & Brömer, P. (1997). Effects of attitudinal ambivalence on information processing and attitude-intention consistency. *Journal of Experimental Social Psychology*, 33, 190-210.
- Kaplan, K. (1972). On the ambivalence-in-difference problem in attitude theory and measurement: A suggested modification of the semantic differential technique. *Psychological Bulletin*, 77, 361-372.
- Katz, D. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24, 163-204.
- Katz, I. & Hass, R. G. (1988). Racial ambivalence and American value conflict: Correlational and priming studies of dual cognitive structures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 55, 893-905.
- Klopfer, F.J. & Madden, T.M. (1978). The "cannot decide" option in Thurstone-type attitude scales. *Educational and Psychological Measurement*, 38(2), 259-264.
- Klopfer, F. J. & Madden, T. M. (1980). The middlemost choice on attitude items: Ambivalence, neutrality, or uncertainty? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 6, 97-101.
- Kluckhohn, C. (1954). Values and value-orientations in the theory of action. In T. Parsons & E. A. Shils (Eds.), *Toward a general theory of action*. 3rd ed. (pp. 388-433). Harvard: University Press.
- Kristiansen, C. M. & Matheson, K. (1990). Value conflict, value justification, and attitudes toward nuclear weapons. *Journal of Social Psychology*, 130, 665-675.
- Kristiansen, C. M. & Zanna, M. P. (1988). Justifying attitudes by appealing to values: A functional perspective. *British Journal of Social Psychology*, 27, 247-256.
- Kristiansen, C. M. & Zanna, M. P. (1994). The rhetorical use of values to justify social and intergroup attitudes. *Journal of Social Issues*, 50(4), 47-65.
- Lantermann, E-D. (1998). Werthaltungen im Kontext. In K. C. Klauer & H. Westmeyer (Hrsg.), *Psychologische Methoden und Soziale Prozesse* (S. 328-351). Lengerich: Papst.
- Lautmann, R. (1969). *Wert und Norm. Begriffsanalysen für die Soziologie*. Köln: Westdeutscher Verlag.

- Lea, M. & Duck, S. (1982). A model for the role of similarity of values in friendship development. *British Journal of Social Psychology*, 21, 301-310.
- Lewin, K. (1963). *Feldtheorie in den Sozialwissenschaften*. Bern: Huber.
- Lupfer, M. B., Weeks, K. P. Doan, K. A. & Houston, D. A. (2000). Folk conceptions of fairness and unfairness. *European Journal of Social Psychology*, 30, 405-428.
- Maio, G. R., Bell, D. W. & Esses, V. M. (1996). Ambivalence and persuasion: The processing of messages about immigrant groups. *Journal of Experimental Social Psychology*, 32, 513-536.
- Maio, G. R., Esses, V. M. & Bell, D. B. (2000). Examining conflict between components of attitudes: Ambivalence and inconsistency are distinct constructs. *Canadian Journal of Behavioural Science*, 32, 58-70.
- Maio, G. R. & Olson, J. M. (2000). What is a "value-expressive" attitude? In G. R. Maio & J. M. Olson (Eds.), *Why we evaluate: Functions of attitudes* (pp. 249-269). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Martin, L. L. & A. Tesser, A. (Eds.) (1996). *Striving and feeling. Interactions among goals, affect, and self-regulation*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- McGregor, I., Newby-Clark, I. R. & Zanna, M. P. (1999). "Remembering" dissonance: Simultaneous accessibility of inconsistent cognitive elements moderates epistemic discomfort. In E. Harmon-Jones & J. Mills (Eds.), *Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology* (pp. 325-353). Washington: APA.
- Mellema, A & Bassili, J. N. (1995). On the relationship between attitudes and values: Exploring the moderating effects of self-monitoring and self-monitoring schematicity. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 21, 885-892.
- Michels, R. (1925). Materialien zu einer Soziologie des Fremden. In *Jahrbuch für Soziologie*, 1968 (Bd. 1, S. 269-319). Frankfurt a.M.: Sauer und Auvermann.
- Milhabet, I. & Monteil, J.M. (1995). Activés évaluatives libre: une illustration expérimentale du concept de double connaissance et du poids évaluatif sur l'impression formée. *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 25, 52-67.
- Minihová, B. (1998). Problems of dilemmas solutions in the context of social norms. *Studia Psychologica*, 40, 352-356.
- Moore, M. (1973). Ambivalence in attitude measurement. *Educational and Psychological Measurement*, 33, 481-483.
- Moore, M. (1980). Validation of the Attitude Toward Any Practice scale through the use of ambivalence as a moderator variable. *Educational and Psychological Measurement*, 40, 205-208.
- Morris, C.W. (1956). *Varieties of Human Value*. Chicago: University Press.
- Moscovici, S. (1973). Foreword. In C. Herzlich & D. Graham (Eds.), *Health and illness. A social psychological analysis* (pp. ix-xiv). London: Academic Press.
- Moscovici, S. (1985). Social Influence and Conformity. In G. Lindzey & E. Aronson (Eds.), *The Handbook of Social Psychology*. (Vol. 2, pp. 204-273). New York: Random House.
- Moscovici, S. (1988). Notes towards a description of Social Representations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 211-250.
- Mullen, B., Rozell, D. & Johnson, C. (2000). Ethnophobias for ethnic immigrant groups: Cognitive representation of 'the minority' and 'the foreigner.' *Group Processes and Intergroup Relations*, 3, 5-24.
- Mummendey, A. (1993). Fremde im Spiegel sozialer Vorurteile. In Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg (Hrsg.), *Erfahrungen des Fremden* (S. 127-138). Heidelberg: Heidelberger Verlagsanstalt.

- Münkler, H. (Hrsg.) (1997). *Furcht und Faszination. Facetten der Fremdheit*. Berlin: Akademie Verlag.
- Nassehi, A. (1995). Der Fremde als Vertrauter. *Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*, 47, 443-463.
- Nisbett, R. E., & Wilson, T. D. (1977). Telling more than we know: Verbal reports on mental processes. *Psychological Review*, 84, 231-259.
- Nunner-Winkler, G. (1997). Zurück zu Durkheim? Geteilte Werte als Basis gesellschaftlichen Zusammenhalts. In W. Heitmeyer (Hrsg.), *Was hält die Gesellschaft zusammen? Bundesrepublik Deutschland: Auf dem Weg von der Konsens- zur Konfliktgesellschaft* (Bd. 2, S. 360-402). Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Osgood, C.E., Suci, G.J. & Tannenbaum, P.H. (1957). *The measurement of meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
- Ossorio, P. G. & Davis, K. E. (1968). The self, intentionality and reaction to evaluations. In C. Gordon & K. Gergen (Eds.), *The self in social interaction* (pp. 355-370). New York: Wiley.
- Park, B. (1986). A Method for Studying the Development of Impressions of Real People. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(5), 907-917.
- Parsons, T. & Shills, E. A. (1954). Systems of value-orientation. In T. Parsons & E. A. Shils (Eds.), *Toward a general theory of action*. 3rd ed. (pp. 159-189). Harvard: University Press.
- Pervin, L. A. (1989). *Goal concepts in personality and social psychology*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Pratkanis, A.R. (1989). The cognitive representation of attitudes. In A. R. Pratkanis & S. J. Breckler (Eds.), *Attitude structure and function. The third Ohio State University volume on attitudes and persuasion* (pp. 71-98). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Pratkanis, A. R. & Greenwald, A. G. (1989). A sociocognitive model of attitude structure and function. In L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 22, pp. 245-285). San Diego: Academic Press.
- Prentice, D. A. (1990). Familiarity and differences in self- and other-representations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 369-383.
- Prentice, D. A. & Carlsmith, K. M. (2000). Opinions and personality: On the psychological functions of attitudes and other valued possessions. In G. R. Maio & J. M. Olson (Eds.), *Why we evaluate: Functions of attitudes* (pp. 223-248). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Priester, J. R. & Petty, R. E. (1996). The gradual threshold model of ambivalence: Relating the positive and negative bases of attitudes to subjective ambivalence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71, 431-449.
- Rettig, S. & Pasamanick, B. (1959). Changes in moral values among college students: A factorial study. *American Sociological Review*, 24, 856-863.
- Riketta, M. (2000). Discriminative validation of numerical indices of attitude ambivalence. *Current Research in Social Psychology*, 5(4).
- Rokeach, M. (1960). *The open and the closed mind*. New York: Basic Books.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Rokeach, M. (1975). *Beliefs, attitudes, and values*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Rokeach, M., Evans, R. I & Smith, P. W. (1960). Two kinds of prejudice or one. In M. Rokeach (Ed.), *The open and the closed mind* (pp. 132-168). New York: Basic Books.
- Scarabis, M. (1997). *Identitätsdiskrepanz, Potenz und die Erfahrung des Anderen*. Münster: Unveröffentlichte Diplomarbeit.

- Scarabis, M. (2000). Sozial- und differentialpsychologische Aspekte des Erlebens und der Verarbeitung von identitätsrelevanten Wertkonflikten. Münster: Dissertation.
- Scarabis, M., Bahlinghorst, N., Schulze, R. & Schäfer, B. (dieses Heft). *Das Erleben von Fremdheit als Determinante subjektiver Ambivalenz*
- Scarabis, M., Schulze, R. & Schäfer, B. (dieses Heft). *Ökonomische und symbolische Identitätsdiskrepanzen als Determinanten von Ambivalenz gegenüber Fremdgruppen*. Universität Münster: Unveröffentlichtes Manuskript.
- Schäfer, B. (1983). Semantische Differential Technik. In H. Feger & J. Breidenkamp (Hrsg.) Datenerhebung, Hogrefe, Göttingen, 1983, Seiten 154-221 Series: Enzyklopaedie der Psychologie, Themenbereich B, Serie I, Band 2.
- Schäfer, B. (1993). Das Fremde als Herausforderung von Identitätsansprüchen. *Ethik & Unterricht*, 4, 2-8.
- Schäfer, B. (1998). Bedingungen der Ambivalenz sozialer Einstellungen. In K.C. Klauer & H. Westmeyer (Hrsg.), *Psychologische Methoden und soziale Prozesse* (S. 372-400). Lengerich: Pabst.
- Schäfer, B. & Schlöder, B. (1990). Nationalbewußtsein als Aspekt sozialer Identität. In P. Leidinger & D. Metzler (Hrsg.), *Geschichte und Geschichtsbewußtsein. Festschrift Karl-Ernst Jeismann zum 65. Geburtstag* (S. 309-348). Münster: Institut für Didaktik der Geschichte.
- Schäfer, B. & Schlöder, B. (1994). Identität und Fremdheit. Sozialpsychologische Aspekte der Eingliederung und Ausgliederung des Fremden. *Jahrbuch für Christliche Sozialwissenschaft*, 35, 69-87.
- Schäffter, O. (Hrsg.) (1991). *Das Fremde. Erfahrungsmöglichkeiten zwischen Faszination und Bedrohung*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Schlöder, B. (1988). Soziale Vorstellungen als Bezugspunkte von Vorurteilen. In B. Schäfer & F. Petermann (Hrsg.) *Vorurteile und Einstellungen. Sozialpsychologische Beiträge zum Problem sozialer Orientierung* (S. 66-98). Köln: Deutscher Instituts-Verlag.
- Schlöder, B. (1993). *Soziale Werte und Werthaltungen. Eine sozialpsychologische Untersuchung des Konzepts sozialer Werte und des Wertewandels*. Opladen: Leske & Budrich.
- Schlöder, B. (1995). Outlines of a social psychological conception of valuation. *Swiss Journal of Psychology*, 54, 173-185.
- Schuster, M. (1996). Ethnische Fremdheit, ethnische Identität. In M. Schuster (Hrsg.), *Die Begegnung mit dem Fremden. Wertungen und Wirkungen in Hochkulturen vom Altertum bis zur Gegenwart. Colloquium Rauricum* (Bd. 4, S. 207-221). Stuttgart: Teubner.
- Schütz, A. (1944/1972). Der Fremde. Ein sozialpsychologischer Versuch. In A. Brodersen (Hrsg.), *Alfred Schütz: Gesammelte Aufsätze* (Bd. 2, S. 53-69). Den Haag: Martinus Nijhoff.
- Schwartz, S. H. (1996). Value priorities and behavior: applying a theory of integrated value systems. In C. Seligman, J. M. Olson & M. P. Zanna (Eds.), *The psychology of values: The Ontario symposium* (Vol. 8, pp. 1-24). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Schwartz, S. H. & Bilsky, W. (1987). Toward a universal psychological structure of human values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 550-562.
- Scott, W. A. (1966). Measures of cognitive structure. *Multivariate Behavioral Research*, 1, 391-395.
- Sherif, M. (1963). *The psychology of social norms*. New York: Harper Row.
- Sherif, M. & Cantril, H. (1947). *The psychology of ego-involvements*. New York: Wiley.

- Simmel, G. (1908). *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, S. 685-691. Leipzig.
- Smith, M.B., Bruner, J.S. & White, R.W. (1956). *Opinions and personality*. New York: Wiley.
- Snyder, M. & DeBono, K. G. (1989). Understanding the functions of attitudes: Lessons from personality and social behavior. In A. R. Pratkanis & S. J. Breckler (Eds.), *Attitude structure and function. The third Ohio State University volume on attitudes and persuasion* (pp. 339-359). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Sparks, P., Hedderley, D. & Shepherd, R. (1992). An investigation into the relationship between perceived control, attitude variability and the consumption of two common foods. *European Journal of Social Psychology*, 22, 55-71.
- Stephan, W.G. & Stephan, C.W. (1985). Intergroup Anxiety. *Journal of Social Issues*, 41(3), 157-175.
- Strack, F. (1988). Social Cognition: Sozialpsychologie innerhalb des Paradigmas der Informationsverarbeitung. *Psychologische Rundschau*, 39, 72-82.
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986). The Social Identity Theory of Intergroup Behaviour. In S. G. Worchel & W. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*. (pp. 7-24). Chicago: Nelson-Hall.
- Tetlock, P. E. (1986). A value pluralism model of ideological reasoning. *Journal of Personality and Social Psychology*, 50, 819-827.
- Tetlock, P. E., Peterson, R. S. & Lerner, J. S. (1996). Revising the value pluralism model: Incorporating social content and context postulates. In C. Seligman, J. M. Olson & M. P. Zanna (Eds.), *The psychology of values: The Ontario symposium* (Vol. 8, pp. 25-51). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Thomas, A. (1993a). Psychologie interkulturellen Lernens und Handelns. In A. Thomas (Hrsg.), *Kulturvergleichende Psychologie. Eine Einführung* (S. 377-424). Göttingen: Hogrefe.
- Thomas, A. (1993b). Fremdheitskonzepte in der Psychologie als Grundlage der Austauschforschung und der interkulturellen Managerausbildung. In A. Wierlacher (Hrsg.), *Kulturthema Fremdheit: Leitbegriffe und Problemfelder kulturwissenschaftlicher Fremdheitsforschung* (S. 257-281). München: Iudicium.
- Thomas, A. (1996). Analyse der Handlungswirksamkeit von Kulturstandards. In A. Thomas (Hrsg.), *Psychologie interkulturellen Handelns* (S. 107-135). Göttingen: Hogrefe.
- Thompson, M. M., Zanna, M. P. & Griffin, D.W. (1995). Let's not be indifferent about (attitudinal) ambivalence. In R. E. Petty & J.A. Krosnick (Eds.), *Attitude Strength: Antecedents and consequences* (pp. 361-386). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Tourangeau, R., Rasinski, K. A. & D'Andrade, R. (1991). Attitude structure and belief accessibility. *Journal of Experimental Social Psychology*, 27, 48-75.
- Triandis, H. C. (1995). *Individualism and collectivism*. Boulder: Westview Press.
- Turner, R.H. (1968). The self-conception in social interaction. In C. Gordon & K. Gergen (Eds.), *The self in social interaction* (pp. 93-106). New York: Wiley.
- Vallacher, R. R., Nowak, A. & Kaufman, J. (1994). Intrinsic dynamics of social judgment. *Journal of Personality and Social Psychology*, 67, 20-34.
- Van Dijk, T. A. (1987). *Communicating Racism. Ethnic Prejudice in Thought and Talk*. Newbury Park: Sage.
- Wenzlaff, R. M. & Wegner, D. M. (2000). Thought Suppression. *Annual Review of Psychology*, 51, 59-91.

- Wicklund, R. A. & Gollwitzer, P. M. (1985). Symbolische Selbstergänzung. In D. Frey & M. Irle (Hrsg.), *Theorien der Sozialpsychologie. Band 3: Motivations- und Informationsverarbeitungstheorien* (S. 31-55). Bern: Huber.
- Wierlacher, A. (Hrsg.) (1993). *Kulturthema Fremdheit. Leitbegriffe und Problemfelder kulturwissenschaftlicher Fremdenheitsforschung*. München: Iudicium.
- Wilson, T. D., Lindsey, S., & Schooler, T. Y. (2000). A model of dual attitudes. *Psychological Review*, 107, 101-126.
- Wood, W. (2000). Attitude Change: Persuasion and Social Influence. *Annual Review of Psychology*, 51, 539-570.
- Zaller, J. & Feldman, S. (1992). A simple theory of the survey response: Answering questions versus revealing preferences. *American Journal of Political Science*, 36, 579-616.