

Teoriji socialne identitete in samokategorizacije

*Tomaž Vec**
Univerza v Ljubljani, Pedagoška fakulteta, Ljubljana

Povzetek: V obdobju med 1960 in 1980 je v socialni psihologiji opaziti vračanje v njena sociološka izhodišča. Za razliko od t. i. psihološke socialne psihologije, ki je bila usmerjena v procese znotraj posameznika, se je sociološka socialna psihologija (ponovno) pričela ukvarjati s pojavi, ki nastajajo, se vzdržujejo in se spreminjajo v socialnih interakcijah. Poleg socialnega konstrukcionizma in teorije socialnih predstav je na tem področju uveljavljena teorija socialne identitete in iz nje izhajajoča teorija samokategorizacije. Ker sta bili prvi dve teoriji v našem prostoru že predstavljeni, se zdi smiselno predstaviti in ovrednotiti še teoriji socialne identitete in samokategorizacije.

Ključne besede: socialna psihologija, teorija socialne identitete, teorija samokategorizacije

The social identity and self-categorization theory

Tomaž Vec
University of Ljubljana, Faculty of Education, Ljubljana, Slovenia

Abstract: In social psychology a returning to its sociological roots can be observed in the years from 1960 till 1980. Whereas the psychologically oriented social psychology was concerned with the intraindividual processes, the sociologically oriented social psychology rediscovered on the other side the phenomena which have arised, maintained and changed in and due to the social interactions. In this field, the social constructionism and the theory of social representations are not the only influential theories – social identity theory and self-categorization theory are important as well. The paper presents and evaluates the last two theories.

Key words: social psychology, social identity theory, self-categorization theory

CC = 3020

* Naslov / Address: asist. Tomaž Vec, Univerza v Ljubljani, Pedagoška fakulteta, Kardeljeva ploščad 16, 1000 Ljubljana, Slovenija, e-mail: tomaz.vec@guest.arnes.si

V obdobju med 1960 in 1980 je v socialni psihologiji opaziti vračanje v njena sociološka izhodišča. Za razliko od t. i. psihološke socialne psihologije (kot jo poimenuje Cartwright, 1979/1997), ki je bila usmerjena v procese znotraj posameznika, se je sociološka socialna psihologija (ponovno) pričela ukvarjati s pojavi, ki nastajajo, se vzdržujejo in se spreminjajo v socialnih interakcijah. Sociološka socialna psihologija ima več uveljavljenih smeri:

- analiza diskurza, ki ima svoje izhodišče v kritiki pozitivizma v znanosti, ki sta jo oblikovala še posebej postmoderna in socialni konstrukcionizem (pričetek z Gergenovim člankom leta 1973, v katerem je dal smernice kritiki pozitivistično-empiristične znanosti ter ponudil drugačne koncepte resnice in spoznanja);
- teorija socialnih predstav (njen avtor je Moscovici¹), ki je osredotočena na to, kako posamezniki in skupine uporabljajo predstave za razumevanje in konstruiranje skupne in izmenjane resničnosti. Teorija opozarja na t. i. zdravorazumske teorije in spoznanja, ki jih ljudje oblikujemo o socialnem svetu;
- teorija socialne identitete in iz nje izhajajoča teorija samokategorizacije. Kot začetek teorije socialne identitete še običajno šteje delo »An integrative theory of intergroup conflict« avtorjev Tajfla in Turnerja iz leta 1979, teorijo samokategorizacije pa je Turner očrtal leta 1982 (Turner, 1991).

V našem prostoru sta bili že predstavljeni teorija socialnih predstav (npr. Černigoj, 2000; Vec, 1999,) in socialni konstrukcionizem (npr. Bečaj, 2003), zato se zdi smiselno predstaviti in ovrednotiti še teoriji socialne identitete in samokategorizacije.

Teorija socialne identitete

Vprašanje identitete je po mnenju Augostinosove in Walkerja (1996) eno izmed temeljnih vprašanj, ki si ga ljudje zastavljamo v življenju. Kuhn in Zurcher sta leta 1977 (po Augostinos in Walker, 1996) odgovore na vprašanje »Kdo sem jaz?« razdelila v štiri kategorije: fizični self, socialni self, reflektivni self in oceanični self. Pogosta pa je delitev na osebno in socialno identiteto, čeprav je, kot opozorita navedena avtorja (prav tam), taka delitev nasilna in arbitrarna. Tako je po Turnerju (1982, po Hogg in Vaughan, 1998) potrebno socialno identiteto ločevati od osebne, ki je tisti del koncepta selfa, ki je izpeljan iz osebnostnih lastnosti in idiosinkratičnih osebnih odnosov nekega posameznika z drugimi ljudmi.

Teorija socialne identitete se je razvijala od prvega Tajflovega poimenovanja v zgodnjih sedemdesetih, ko je proučeval medskupinsko razločevanje. Njena predhodnica

¹ S svojim delom »Psihoanaliza, njena podoba in njena publika« (La psychoanalyse, son image et son public), ki je izšlo 1961 v Parizu, je Moscovici objavil izsledke svojega raziskovanja predstav o psihoanalizi med različnimi sloji francoske družbe (po Deutscher, 1984).

je bila Sherifova (1967) »teorija realističnih konfliktov«, katere glavna ideja je, da medskupinski konflikti temeljijo na realnem tekmovanju (za redke vire) med skupinami. Ugotavljal je, da kadar se doseganje ciljev dveh skupin (in posameznikov) medsebojno izključuje, to vodi v konflikte in etnocentrizem med obema skupinama, ter obratno – kadar imata skupini (in posamezniki) skupne cilje, vodi to v kooperacijo in medskupinsko harmonijo. Ko so Tajfel in njegovi sodelavci (Tajfel, Billig, Bundy in Flament, 1971, ter Billig in Tajfel, 1973) eksperimentalno preverjali to teorijo, so ugotovili, da lahko v primerih, ko ni prisotno medskupinsko tekmovanje, skupine sledijo tudi drugim motivom (npr. strategija maksimalnega skupnega profita). Pričeli so raziskovati osnovne premise, ki določajo skupino kot skupino, oziroma to, kakšen je najmanjši možni povod, da pride do učinka, ki ga je opisal Sherif. Ugotovili so, da sploh ni potrebno drugega, kot da se ljudje razdelijo v skupine. Dajanje prednosti in nagrad svoji skupini ter zavračanje članov drugih skupin se pojavi že na osnovi povsem minimalnih pogojev, kategorizacij (npr. če so bili člani skupine sestavljeni s strani eksperimentatorja »na slepo«), kar so imenovali minimalna skupinska paradigma (tudi minimalna skupina ali pa minimalna situacija²). Tako bi lahko po mnenju Hogg in Vaughana (1998) Tajflovno raziskovanje »minimalne skupinske paradigme« umestili v drugi del predhodnice teorije socialne identitete.

Kot začetek koherentne teorije običajno navajajo delo »An integrative theory of intergroup conflict« Tajfela in Turnerja iz leta 1979. Teorijo socialne identitete opredelita Hogg in Vaughan (1998) kot »teorijo skupinskega članstva in medskupinskih odnosov, ki temeljijo na samokategorizaciji, socialni primerjavi in tvorbi izmenjanih samodefinicij, v terminih znotrajskupinskih značilnosti« (str. 363).

V teoriji sta Tajfel in Turner predstavila idejo, da ljudje nimamo zgolj individualnih identifikacij, ampak se istovetimo z različnimi socialnimi skupinami in kategorijami, ki jim pripadamo. Z navedeno teorijo sta eksplicitno poudarila pomen medskupinskega vedenja. Pri tem sta (po Augustinos in Walker, 1996) poudarila razliko med medosebnim vedenjem (interakcijo med posamezniki, ki predpostavlja, da so posamezniki v medsebojni interakciji kot specifični individuumi) ter medskupinskim vedenjem (ki poteka med ljudmi glede na njihovo članstvo v določenih skupinah). Menila sta, da je med obema oblikama kontinuum.

Temeljna predpostavka teorije je (po Hogg in Vaughan, 1998), da socialne kategorije (tako večje skupine, kot so narod ali veroizpoved, kot manjše skupine, kot je klub ali organizacija) zagotavljajo članstvo s socialno identiteto. Socialna identiteta naj bi bila osnovana na naši težnji po klasificiranju (stvari in ljudi) v kategorije, kar naj bi predstavljalo tudi temeljni mehanizem človeškega zaznavanja.

² Prim. Tajfel in Billig, 1973.

Kategorizacije

Proces kategorizacije se nanaša na to, kako dražljaje grupiramo kot člane ene kategorije – glede na podobnosti z ostalimi v tej kategoriji in glede na razlike s člani ostalih kategorij. Kategorizacijo lahko vidimo kot temelj zaznave, mišljenja, jezika in aktivnosti (po Augoustinos, Walker, 1996). Večinoma uporabljamo kategorije avtomatično, z malo zavestnega truda. Kadarkoli prepoznamo ali izenačujemo nek objekt kot nekaj (knjigo, drevo, žival), pravzaprav že kategoriziramo. Kategorije naj bi nam omogočale vzpostavljanje reda v kompleksnosti dražljajskega sveta in hkrati s tem uspešno in učinkovito komuniciranje o in v svetu.

Kategorizacija v »post Wittgensteinskem« smislu³ (kot ga označi Rus, 1994) poteka preko zaznave in identifikacije ustreznega dražljaja. Funkcija kategorizacije naj bi bila v reduciranju kompleksnih dražljajev iz okolja, tako da jih posameznik lahko razvrsti v skupine glede na podobnosti v njihovih bistvenih potezah. Kot pravi Rus (prav tam): »Podobnosti in razlike med različnimi vrstami ali tipi objektov obravnava v okviru sistema, v katerem ti objekti spadajo k različno poimenovanim kategorijam ... Kategorizacija na ta način poenostavi in reducira zelo veliko število dražljajev. Kategorizacija selektivno fokusira pozornost na določene vidike določenega dražljaja, ki ga grupira v okviru določene združujoče kategorije. To omogoča predvidevanje specifične poteze (značilnosti) kateregakoli elementa (predstavnik) kategorije, in sicer na osnovi splošnih pričakovanj v zvezi s kategorijo.«

Tajflu (Billig in Tajfel, 1973; Tajfel, 1982; Tajfel idr., 1971) pa kategorizacija pomeni procese, s katerimi se okolje razdeli na kategorije: osebe, objekte in dogodke, ki so si z vidika ravnanja, namer ali naravnosti posameznika enaki oz. podobni. Po njegovem mišljenju je kategorizacija pogoj tako za preživetje posameznika kot socialne skupine. Brez takega procesa naj ne bi bilo ustreznih reakcij na dražljaje iz okolja, niti na cilj usmerjenega ravnanja. Podobno razmišlja Mill (po Jaspars in Hewstone, 1990), ki pravi, da »naravne kategorije vzniknejo iz spontanih tendenc mišljenja, po združevanju tistih objektov, ki so si na splošno bolj podobni« (str. 123). Na začetku namreč poteka proces selekcioniranja glede tistih lastnosti, ki so preproste, lažje predstavljljive in dojemljive na prvi pogled, brez predhodnih procesov in misli. Temeljnega pomena je uporaba preprostih kognitivnih kategorij, ki poenostavijo in selekcionirajo tiste informacije, ki so preštevilne – kar zagotavlja nekakšno ekonomičnost in koherentno vedenje posameznika.

Socialna kategorizacija

Tajfel idr. (1971) pravijo, da je socialni svet prepeden s socialnimi kategorijami. Nekatere so večje, obsežnejše (kot npr. rasa, spol, družbeni razred) in nekatere manjše

³ Wittgenstein je (po Rusu, 1994, s. 14) prvi zagovarjal tezo, da primerki vsakdanjih kategorij ne zajemajo vedno vseh opredeljujočih kategorialnih značilnosti (kot je predpostavka »klasičnega« videnja kategorizacije).

(npr. teami, prijateljske, interesne, eksperimentalne skupine). Vsak posameznik bo pripadnik nekaterih od teh skupin in nekaterih ne. Že preprosta kategorizacija ima lahko znotraj tega pomembne kognitivne posledice; podobnost med člani znotraj skupine določene kategorije je običajno zaznana večja, kot je dejansko, in obratno, razlike med člani različnih kategorij so običajno zaznane kot večje od realnih. Proces Augoustinosova in Walker (1996) imenujeta »efekt poudarjanja« (v orig. *accentuation effect*). Roscheva (po Augoustinos in Walker, 1996) je eksperimentalno ugotovila, da se do določenih kategorij ljudje vedejo kot do referenčnih točk, da so nekako bolj reprezentativne od ostalih. Te kategorije je poimenovala prototipi. To so tiste referenčne točke, ki predstavljajo centralno tendenco ali povprečje kategorij.

Augoustinos in Walker (1996) poudarjata (skladno s »post Wittgensteinskim« pristopom), da lahko v določeno kategorijo uvrstimo tudi pripadnika, ki ne vsebuje vseh atributov (določujočih potez) svoje kategorije. Član kategorije mora z ostalimi deliti nekaj potez tako, da je z ostalimi povezan v »družinski podobnosti«. To kaže še posebej poudariti za socialne objekte, kot so ljudje in dogodki, kjer so meje vključevanja v kategorije manj jasne. Vse kaže, da je socialna kategorizacija bolj kompleksna kot objektna kategorizacija, saj so socialni objekti variabilni, dinamični, interaktivni in zaradi tega manj predvidljivi. Tako kot za socialne objekte velja tudi za socialne situacije, da se kategorizirajo v terminih reprezentativnih potez tako, da je določeno vedenje anticipirano in pričakovano v določenem kontekstu.

Ena temeljnih kategorizacij je (Augoustinos in Walker, 1996) razlika med *seboj* in *drugimi*, oz., če gledamo bolj socialno, med *nami* in *njimi*. Najpomembnejši del celotne teorije socialne identitete je prav v trditvi, da je socialni svet zaznavan v kategorijah, ki so socialno konstruirane. Vsak med nami pripada nekaterim kategorijam in nekaterim ne.

Nekateri (v struji psihološke socialne psihologije) socialno kategorizacijo opredeljujejo kot proces v posamezniku. Tako npr. Philipchalk (1995) poskuša povzeti različne definicije socialne kategorizacije v opredelitev: »Socialna kategorizacija je klasifikacija ljudi kot članov različnih socialnih skupin« (str. 363). Na drugi strani bolj sociološko naravnani avtorji poudarjajo socialni izvor kategoriziranja. Že po Durkheimu (1982) so kategorije delo kolektiva in zapiše: »Ne le, da imajo svoj izvor v družbi, ampak so tudi stvari, ki jih izražajo, družbene. Ne samo, da jih je družba ustanovila, ampak tudi za vsebino uporabijo različne vidike družbene biti« (str. 397–398). Kategorije so tudi po Augoustinosovi in Walkerju (1996) odvisne od kulturnega okvira, znotraj katerega se nahajamo. Če sledimo takemu razmišljanju, je potemtakem vsaka kategorizacija izvorno vsaj posredno socialna.

Funkcije kategorij Durkheim (1982) opredeli takole: »Funkcija kategorij je torej, da so nadredne in zaobsežejo vse druge pojme: so trajni okviri mentalnega življenja ... odnosi, ki jih kategorije izražajo, obstojajo na impliciten način v individualnih zavestih« (str. 398).

Po Tajflu (1982) pa naj bi bila funkcija kategorizacije v vzpostavljanju reda v kompleksnosti dražljajskega sveta, s čimer nam omogoča uspešno in učinkovito

komuniciranje o in v svetu. Prav v tem naj bi bila osnova socialne motivacije. Vendar se nam postavlja vprašanje, ali je svet res kompleksen, ali pa mu to kompleksnost oz. pomen kompleksnosti ljudje šele damo s svojo (v medosebnih odnosih izmenjano) interpretacijo. In, če je tako, potem kategorizacija pomeni prej ustvarjanje kompleksnosti kot pa njeno razreševanje.

Socialna identiteta

Socialna identiteta ne predpisuje le članstva, ampak predpisuje tudi ustrezno vedenje (norme) za člane. Ko se identificiramo s socialnimi skupinami, že primerjamo različne skupine med seboj in posledica teh primerjav je vpliv na to, kako vidimo sebe in naše reakcije do drugih ljudi, ki pripadajo drugim skupinam. Socialna identiteta običajno postavlja posameznika v relacijo do socialnih kategorij, socialnih pozicij ali socialnih statusov.

Po Hoggu in Vaughanu (1998) je socialna identiteta povezana s skupinskim vedenjem, ki ima nekaj splošnih karakteristik: etnocentrizem, favoriziranje skupine, medskupinsko diferenciacijo, konformnost s skupinskimi normami ter percepcijo sebe, članov skupine in nečlanov v terminih skupinskih stereotipov. Te značilnosti skupinskega vedenja izhajajo iz socialne identitete prav zaradi procesa socialne kategorizacije. Identiteto Augostinosova in Walker (1996) definirata kot »samopodobo« ali »self koncept«, samospoštovanje pa so naša stališča do sebe kot objekta oz. to, kako vrednotimo lastne self koncepte.

Tajfel (1982)⁴ socialno identiteto definira kot »tisti del posameznikovih self konceptov, ki izhaja iz njegovih védenj o njegovem članstvu v socialni skupini (ali skupinah), skupaj z vrednotami in čustveno pomembnostjo tega članstva« (str. 24). Socialna identiteta je torej prvenstveno vedno povezana z nečim socialno referentnim (lahko bi rekli, da je socialno nanašajoča), običajno s socialno skupino.

Augostinos in Walker (1996) navajata ugotovitve Brewerja in Zurcherja, da bi težko rekli, da nekaj, kar poimenujemo osebna identiteta, sploh obstaja. Po prvem je to zgolj fikcija, ker so vse vrste identitet socialne. Nujno namreč vsebujejo socialne primerjave med mojim selfom sedaj in mojim selfom, kot je reprezentiran spominsko ali kot podobo v nekaterih drugih sklopih alternativ. Zurcher pa pravi (prav tam), da so vse oblike identitete socialne in so celo asocialne oblike »odvisne od določenih form socialne organizacije«.

Drug pomemben temelj socialne identitete predstavlja pozitivno samovrednotenje. Ljudje imamo repertoar več socialnih in osebnih identitet – tako kot smo pač člani več skupin hkrati. Te identitete, kot pravita Hogg in Vaughan (1998), se stalno spreminjajo (v njihovi splošni pomembnosti znotraj self koncepta) in »postajajo pomembna osnova samozaznave in vedenja kot funkcije kontekstualnih faktorjev.«

⁴ Definicija izvira iz leta 1981.

Na identifikacijo z neko skupino vpliva ravno zaradi težnje po pozitivnem samospoštovanju tudi socialna primerjava..

Socialna primerjava

Pozitivna samopodoba na individualni ravni pomeni, da ima posameznik sam o sebi dobro mnenje, vendar se, kot opozorita Augostinosova in Walker (1996), to vedno dogaja v primerjavi z nekom. Imeti dobro samopodobo pomeni, da je posameznik prepričan, da je boljši od povprečja ali od večine drugih ljudi (gre pravzaprav za samopovečevanje). Podobno temu tudi vsaka skupina (specifična socialna kategorija) oblikuje pozitivno samopodobo zgolj preko socialne primerjave med lastno skupino in neko pomembno drugo skupino.

Poučevanje, kako ljudje vrednotijo osebne in socialne attribute preko socialnih primerjav, je spodbudila Festingerjeva objava teorije socialnega primerjanja. Prva hipoteza te teorije je, »da v človekovem organizmu obstaja poseben gon po primerjanju svojih mnenj in sposobnosti« (Festinger, 1954, str. 117). Po Festingerjevem mnenju ljudje običajno vrednotijo sebe in svoje kvalitete tako, da jih primerjajo z določenimi kriteriji v objektivni stvarnosti. Kadar pa takšni objektivni kriteriji niso dostopni (npr. večinoma ni objektivnih kriterijev za pravilno, nepravilno, dobro, slabo, lepo, grdo), pričnejo ljudje uporabljati socialne primerjave. Šele primerjanje z drugimi ljudmi nam torej daje vrednostne standarde.

Kot poudarita Augostinosova in Walker (1996), samovrednotenje in samopovečevanje običajno motivira konfliktnost in tekmovalnost. Kategorizacija članstva v skupini dobi torej pomen šele v relacijah z drugimi kategorijami, z drugimi skupinami. V zvezi s tem naj bi nastopala dva pomembna problema: (1) problem določitve referentnosti: člani neke skupine morajo sprejeti odločitev, katero izmed vseh skupin, ki so razpoložljive, si bodo izbrali za primerjavo; (2) izbira dimenzije: člani se morajo odločiti, vzdolž katere dimenzije bodo primerjali.

Ob tem se postavlja tudi vprašanje, kaj se zgodi takrat, ko se posamezniki znajdejo v neki skupini, ki se je ne da pozitivno vrednotiti glede na druge skupine. V teoriji socialne identitete govorijo o dveh temeljnih možnostih: odhodu iz skupine in poskusu spremembe skupinskega statusa (Augostinos in Walker, 1996). Kaj od tega naj bi posameznik izbral, je odvisno od njegovega sistema prepričanij (v orig. *belief system*) ki so povezana s socialno mobilnostjo in socialnimi spremembami.

Socialna mobilnost

Socialna mobilnost (prehajanje med skupinami, zapuščanje skupine) je po Augostinosovi in Walkerju (1996) povezana s prepričanjem, da so meje skupine bolj odprte kot zaprte in je možno zapustiti skupino in se pridružiti neki drugi, ki je bolj pozitivno vrednotena. Možnost zapustitve se ne nanaša vedno le na logične možnosti,

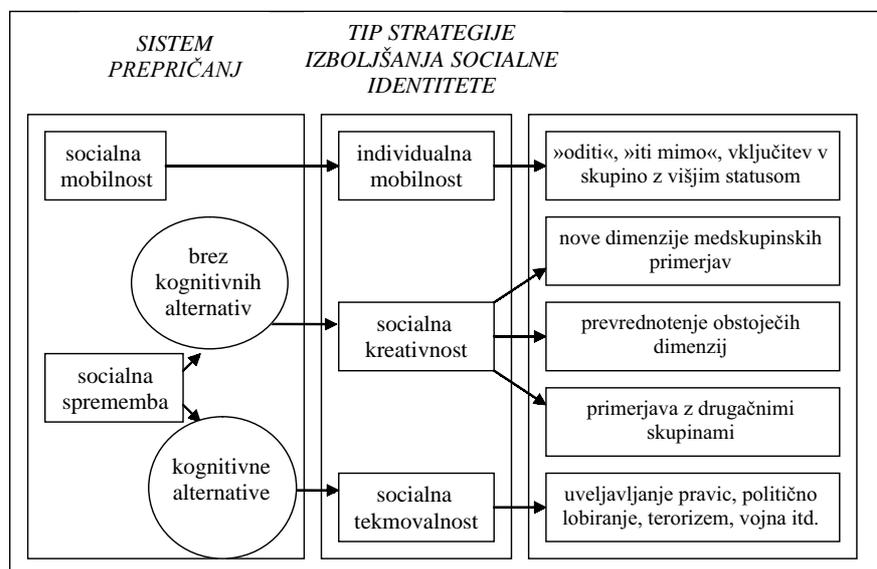
ampak je povezana s tem, ali je to »psihološko izvedljivo« ali ne. (Znotraj)skupinska lojalnost in identitetna povezanost s skupino in njenimi člani je pogosto dovolj močna, da se člani ne odločajo za zapustitev skupine. Sprememba skupinskega statusa po Tajflu in Turnerju (1986, po Augustinos in Walker, 1996) poteka na dva načina, in sicer s (1) socialno kreativnostjo in (2) socialnim tekmovanjem.

Katerega izmed teh dveh načinov naj bi posameznik izbral, je po omenjenih avtorjih odvisno predvsem od percipirane varnosti, pri čemer kot varne zazna tiste medskupinske odnose, ki jih vidi kot stabilne in legitimne (in obratno: nestabilni in nelegitimni medskupinski odnosi so ne-varni). Ob socialni kreativnosti Tajfel in Turner (po Augustinos in Walker, 1996) govorita o treh glavnih strategijah:

- Člani lahko vpeljejo nove dimenzije medskupinskih primerjav, na osnovi katerih bo skupina postala bolj zaželena. Vendar bo tovrstna strategija uspešna šele, če bodo člani te skupine sprejeli nove primerjalne dimenzije kot veljavne in kadar se na drugo skupino lahko vpliva s sprejemanjem nove dimenzije. Znotrajskupinsko sprejemanje je verjetno vse, kar je potrebno za uspešno strategijo v podpiranju socialne identitete.
- Druga socialnokreativna strategija temelji na prevrednotenju obstoječih primerjalnih dimenzij, na osnovi katerih je bila skupina negativno ovrednotena. Tovrstna strategija bo v večjem številu uporabljena (po Hogg in Vaughan, 1998), kadar bi lahko negativno vrednotenje uničevalo bistvo skupine in kadar je negativno vrednotena karakteristika nespremenljiva (npr. barva kože – pri čemer Hogg in Vaughan omenjata prevrednotenje rasističnih pojmov v slogan »črno je lepo«).
- Člani, katerih skupina je bila negativno ovrednotena v primerjavi z določeno skupino, lahko poiščejo druge primerjalne skupine, ali pa celo nadomestijo primerjavo vrednotenja skupine kot celote s primerjavo na individualni ravni, tj. zgolj med posameznimi člani v skupini (kar naj bi bila značilnost članov z nižjim statusom znotraj skupine).

Medtem ko socialna kreativnost običajno sledi takrat, kadar imamo opravka z negativno medskupinsko primerjavo, ki je varna, pa se ob nezanesljivih (ne-varnih) primerjavah večkrat pojavi socialna tekmovalnost. Le-ta variira od medskupinskih strategij direktnih konfrontacij (nasilja, vojn itd.) do znotrajskupinskega reorganiziranja in prestrukturiranja (npr. v politični stranki). Hogg je s sodelavci (po Hogg in Vaughan, 1998) navedeno združil v naslednji model:

Ne glede na strategijo (socialna kreativnost ali socialna tekmovalnost) pa Augustinosova in Walker opozorita (1996), da večina ali celo vse težnje po izboljšanju statusa neke skupine naletijo na odpor pri dominantni skupini. Skupina se namreč ne odreče zlahka in prostovoljno favorizirani poziciji. Prav zaradi tega lahko domnevamo, da bo vsaka takšna strategija pripeljala do medskupinskih napetosti in sovražnosti.



Slika 1: Struktura prepričanj in strategij za doseganje socialne identitete.

Teorija samokategorizacije

Turner je, kot sam pravi (Turner, 1991, 2004) v devetdesetih letih oblikoval teorijo samokategorizacije, ki nudi analizo selfa in odnosov med selfom, socialnimi normami in socialnim kontekstom. Teorijo samokategorizacije predstavi kot »splošno teorijo skupinskega vedenja«, katere osrednja hipoteza je, da je potrebno skupinsko vedenje razumeti kot vedenje posameznikov v smislu izmenjane identitete in ne kot vedenje različnih posameznikov. Vedenje posameznikov v skupini torej Turnerju ne predstavlja vedenja samih posameznikov, ampak je odraz skupine kot celote oz. skupinske identitete.

Temeljne ideje teorije samokategorizacije opiše Turner (1991, 2005) takole: Eden od vidikov selfa je kognitivni – to je sistem konceptov selfa, ki jih oseba uporablja, da opredeli sebe. »Self koncepte« lahko vidimo kot samokategorije ali samokategorizacije: kognitivno grupiranje selfa kot enakega, podobnega, ustreznega določenemu razredu pojavov (torej določene skupine) in v nasprotju do nekaterih drugih razredov. Samokategorizacije so različne glede na vključevanje in abstraktnost. Tako ljudje lahko kategorizirajo sebe:

- kot individualne osebe, pri čemer se opredelijo z razlikami od drugih posameznikov;
- kot socialne skupine, kjer samokategorizacije predstavljajo nivo socialne identitete

– tu se posamezniki opredeljujejo v terminih skupinskega članstva v primerjavi s članstvom izven skupine (skupinsko in izvenskupinsko članstvo pri tem bolj vključuje raven socialne identitete kot osebni self).

Turner in Oakes (1989) pravita, da že iz Tajflove kategorizacije in teorije identitete izhaja, da je osebna identiteta neposredno odvisna od socialne. Posameznik namreč ne oblikuje svoje osebne identitete sam, temveč to naredi na osnovi medsebojnega primerjanja in razlikovanja z drugimi. V teoriji samokategorizacije pa so razlike med osebno identiteto (osebnim selfom) in socialno identiteto (kolektivnim selfom) zelo poudarjene. Medtem ko se osebna identiteta nanaša na kategorizacije »mene« nasproti »ne mene«, se socialna nanaša na kategorizacije »nas« nasproti »njih«. Gre torej za primerjavo naše skupine do psihološko pomembnih drugih izven skupine. Ob interakcijah z drugimi ljudmi postanejo nekateri bolj privlačni in cenjeni od drugih, hkrati pa posameznik v teh interakcijah zadovoljuje različne individualne cilje in potrebe, ki jih sam ne bi mogel doseči.

Zaradi te medsebojne odvisnosti in koristnosti se razvije kohezivna skupina, ki vpliva na vedenje in stališča članov in jih hkrati spreminja. Ta kohezivnost omogoča oblikovanje socialne identitete, ki je oblikovana na osnovi razlik (med različnimi skupinami, ki jim posamezniki pripadajo). Posameznikova osebna identiteta postane s tem odvisna od tega, v katero socialno skupino bo posameznik samega sebe v določenem kontekstu uvrstil.

Za teorijo samokategorizacije so osrednje ideje to, da socialne identitete ali identifikacije temeljijo na skupinskem članstvu, pri čemer so socialne identitete prav toliko izrazi selfa kot povsem osebne identitete. Koncept selfa ali določena samokategorija je zamišljena kot od konteksta odvisna kognitivna predstava. Pri tem osebna identiteta odseva medosebno razlikovanje izmenjane identitete na višjem nivoju (npr. me ženske, me Avstralke). Socialna identiteta lahko občasno deluje skoraj povsem prevladujoče nad osebno identiteto.

Samokategorije se razlikujejo tako glede vsebine kot glede ravni, tako v pomenu vsebine kot v funkciji specifičnega konteksta. Katera samokategorija je prevladujoča v določenem času, je odvisno od pripravljenosti ljudi, da uporabijo določeno kategorijo in njeno skladnost z danimi podatki. Po Turnerju (1991) obstajata dve medsebojno povezani obliki ujemanja: (1) primerjalno ujemanje, ki je opredeljeno s principom metakontrasta, in (2) normativno ujemanje, ki je opredeljeno s kongruentnostjo stereotipnih vsebin kategorije s trenutno izraženim vedenjem.

Princip metakontrasta pomeni (po Turner in Oakes, 1989), da bo skupina dražljajev kategorizirana v neko kategorijo višjega reda, če bodo povprečne razlike med njimi manjše od povprečnih razlik med njimi in drugimi dražljaji znotraj referenčnega okvira. Tako npr. poimenujemo določeno skupino stvari »stoli«, ker je načeloma razlika med stoli manjša kot razlika med »stoli« in »mizami«. Princip metakontrasta bi lahko opisali kot ustrezno poenostavitev. To, kako kategoriziramo ljudi, zajema tudi socialni

pomen podobnosti in razlike med njimi ter odnose med socialnimi kategorijami in vrednotami, potrebami in cilji tistega, ki jih zaznava. Kadar socialna identiteta postane poudarjena, individualna samozaznava postaja razosebljena (depersonalizirana). Torej bolj ko se nekdo zaznava kot član skupine (v smislu izmenjane, stereotipno definirane socialne kategorije), manj se zaznava kot ločena individualna osebnost.

Samokategorizacija in socialni vpliv

Turner (1991) pravi, da je razosebljanje kot samozaznava in aktivnost (v smislu izmenjane socialne identitete) tesno povezano s socialnim vplivanjem in s tem s socialno resničnostjo. Skupinsko kohezivnost namreč v teoriji samokategorizacije pojmujejo kot učinek medsebojno zaznane podobnosti (med selfom in drugimi v skupini), ki se izoblikuje s poudarjanjem izmenjanih socialnih kategorij članstva. Socialna kohezija je torej v osnovi pojmovana kot produkt identitete (in ne obratno!). Podobno je tudi socialna kooperacija videna kot produkt preoblikovanja posameznikov v psihološko skupino. Pri tem se namreč povsem osebni tekmovalni interesi preoblikujejo v kolektivne interese, ki jih določa socialna identiteta (Turner, prav tam).

Teorija samokategorizacije predpostavlja, da se bodo podobni ljudje v isti situaciji ne le nagibali k temu, da se vedejo na isti način, temveč bodo tudi od drugih pričakovali, da se vedejo na isti način. Kadar kategoriziramo sebe kot podobne drugim v istih situacijah, se bomo nagibali k enakemu vedenju in v teh primerih bomo izkusili subjektivno veljavnost. Po Turnerju (1991) se ljudje vedno vedemo kot člani neke skupine, celo ob preizkušanju fizične resničnosti. »Zaznano, pričakovano ali verjetno soglasje podobnih drugih v isti situaciji pomeni, da je naše vedenje prej posledica delovanja objektivnega sveta, kot pa osebnih lastnosti, predsodkov in nagnjenj.« (Turner, prav tam, str. 161).

Zaznano, pričakovano ali verjetno soglasje podobnih drugih v isti situaciji pomeni za nas potrditev, da je naše vedenje povezano z delovanjem objektivnega sveta, ne pa posledica osebnih lastnosti, predsodkov in nagnjenj. Tako člani skupine izmenjane skupinske norme običajno zaznavajo kot objektivno ustrezne. Subjektivna veljavnost in gotovost postaneta tako odvisni od strinjanja ali nestrinjanja drugih glede določenih dražljajev v okoliščinah izmenjane socialne identitete. Vendar Turner (1991) pravi, da vzajemni vpliv, ki producira strinjanje, ni edini možni odgovor na situacije nestrinjanja in negotovosti – odzivamo se lahko tudi z rekategorizacijo ali z diferenciacijo situacije. Človeška potreba po soglasju pa bo naraščala v odvisnosti od tega, ali (1) se ljudje kategorizirajo kot podobne drugim v situacijah, ki so jim pomembne; (2) se zaznavajo kot tiste, ki si delijo z drugimi isto dražljajsko situacijo; (3) so negotovi glede ustreznega odgovora (kadar zaznavajo ali pričakujejo nesoglasje); (4) je pravilen odgovor pomemben za skupino.

Velja pa tudi, da je stopnja soglasja v skupini lahko različna (ne gre za to, da bi morali biti soglasni prav vsi ali pa noben) in da bodo bolj prepričljivi člani skupine tisti, ki bolje predstavljajo skupinski konsenz.

Glede na različne raziskave, ki jih Turner (1991) analizira, bi lahko na splošno pričakovali, da bo neka oseba bolj odprta za vplive, (1) kadar bo bolj negotova; (2) kadar se bo v večji meri kategorizirala kot podobno s skupino (se bo z njo v večji meri identificirala), kar pomeni, da bolj vplivajo na ljudi tiste skupine, v katere se prištevajo sami (v takih situacijah bo oseba dajala pomembno več takih odgovorov, ki so v skladu z normami skupine); (3) kadar bo dojemala sebe kot tisto, ki si z drugimi izmenjuje isto dražljajsko situacijo (odgovori, ki so v skladu z normami lastne skupine, se zdijo namreč bolj prepričljivi od drugih); (4) kadar se skupina, v kateri se oseba nahaja, jasno loči od svojega okolja (je distinktivna); (5) kadar je skupina, v kateri se nahaja, konsistentna (če je njenim odgovorom pripisana objektivna resničnost); (6) kadar je skupina enotna (konsenzualna); (7) kadar je njen položaj v skupini nejasen oz. neenoznačen.

Zaključek

Ob kritiki teorije socialne identitete zapišeta Augustinos in Walker (1996), da ji lahko očitamo predvsem v zvezi z njenim eksperimentom z minimalno skupinsko paradigmo dvoje: da kategorije, ki so osnova za minimalne skupine, v resnici sploh niso minimalne, ter da so te kategorije tako minimalne, da so nepomembne za realne skupine. Tako menita tudi Rabbie in Horwitz (1988), da se posamezniki ob kreiranju različnih minimalnih skupin (ki se menjujejo) zelo dobro zavedajo njihove medsebojne odvisnosti. Le-ta nastaja na dva načina: poskusne osebe verjamejo, da mora imeti eksperimentator neko vlogo pri njihovi klasifikaciji v skupine, zaradi česar ji pripišejo določen pomen, po drugi strani pa na njihovo odločanje vpliva zavedanje o plačilu ob koncu eksperimenta (torej se odločajo na osnovi predvidenega dobička). Prav zato bi morali, kot zapišeta avtorja, ločevati med socialnimi kategorijami in socialnimi skupinami. Wicklund in Gollwitzer (po Augustinos in Walker, 1996) sta v kritiki tega šla še dlje in očitata teoriji socialne identitete, da govori o skupini prej v fizičnem kot v psihološkem smislu.

Največjo težavo teorije socialne identitete in hkrati teorije samokategorizacije pa predstavlja njuno motivacijsko izhodišče. Glede na to, da se po Tajflu in Billigu (1973) skupine lahko tvorijo brez teženj po doseganju ciljev, s povsem anonimnimi člani, med katerimi ni potrebno sodelovanje, mora biti v ozadju človeškega socialnega vedenja neka zakonitost. Predpostavka obeh teorij je, da ljudje kategoriziramo socialni svet zato, da poenostavimo prekompleksno okolje, ter zaradi gona po primerjanju. Vendar kaže, da je motivacija, ki se skriva v poenostavljanju okolja, zastavljena z »napačnega konca«. Okolje (dana stvarnost) samo po sebi pač ni kompleksno ali nekompleksno – takšno nastaja šele v procesu naše kategorizacije, socialne identifikacije ipd. Pripisovanje kompleksnosti okolju se zgodi šele v procesu interakcije in deluje kot novoustvarjena med ljudmi izmenjana socialna resničnost. Težnja k poenostavljanju okolja je lahko potemtakem šele sekundarna. Prej mora verjetje oz. prepričanje o kompleksnosti okolja nastati v socialni interakciji. Kajpak potem ostanemo

brez odgovora na vprašanje, kje je izvor »potrebe« po kategorizaciji in po vzpostavljanju socialne identitete?

Podobna »izhodiščna« težava se v teoriji socialne identitete in teoriji samokategorizacije kaže v opredeljevanju pojma samospoštovanja, ki ga postavljata v osnovo obravnavnih socialnih procesov. Samospoštovanje je za obe teoriji evidentno individualni psihološki proces, katerega izvor ostane nejasen.

Iz vsega naštetega bi lahko zaključil, da sta teorija socialne identitete in teorija samokategorizacije (tako kot socialni konstrukcionizem in teorija socialnih predstav) sicer prispevali k (ponovni) vpeljavi socialnosti v socialno psihologijo, vendar prav zaradi neukvarjanja s socialno motivacijo (oz. napačnim lociranjem le-te v poenostavljanje prekompleksnega okolja) ostajata obe (oz. vse štiri) s to socialnostjo v težavah.

Čim je namreč osnovna socialna motivacija opredeljena kot nekaj sekundarnega, pridobljenega tekom socializacije in osebnega razvoja (pa čeprav v interakciji z okoljem), je motivacijsko izhodišče povsem jasno: to je v dihotomizaciji posameznika in socialnega okolja. In tega ne zmorejo preiti niti te sodobnejše teorije socialne psihologije, pa čeprav deklarativno govorijo o tem, da je tovrstna dihotomizacija neupravičena. Ker je njihova motivacijska osnova slabo ali sploh ne utemeljena, pravzaprav ne presegajo zdravorazumskega védenja, verjetja, da smo ljudje drug od drugega odvisni. S tem pa, čeprav so sprožile tudi vrsto kvalitetnih eksperimentalnih raziskav, na teoretični ravni bistveno ne presegajo že Sherifove (1967) socialne socialnopsihološke naravnosti⁵.

Skorajda neverjetno se zdi, da nobena od vodilnih sodobnih smeri v socialni psihologiji ne uvidi ne le izvora težav, temveč tudi tega, da bi sploh imela težave v razlagi navedenega. Verjetno je glavni razlog v tem, da med njimi praktično ni komunikacije (prim. e-mail Gergena (1997) Deriabinu in e-mail Moscovicija (1997) Zavalonijevi). Še več: npr. med teoretiki socialnega konstrukcionizma in socialnih predstav skorajda ni navajanja! Moscovici (1997) med drugim pronicljivo ugotavlja, da »je vsakdo preveč zaposlen z grabljenjem, zahtevanjem in zavzemanjem področij«, pri čemer ima v mislih prisvajanje prvenstvenosti v odkrivanju »novih«, vplivnih področij v socialni psihologiji. Ta pronicljiva ugotovitev naj bi kajpak veljala za »drugo stran«, za socialni konstrukcionizem, spregleda pa, da podobna osvajanja ali vsaj varovanja že osvojenih polj veljajo tudi za teorijo socialnih predstav. Tako se v »varovanju svojega vrtička« sodobne socialnopsihološke teorije zapirajo v svoj »monolog«⁶, namesto da bi uvidele »dialoško perspektivo«, kot poudari de Rosa (2003), in so daleč od tega, kar Jahoda (1986) poimenuje »mnogovrstna socialna psihologija«. Zato pravzaprav ni čudno, da imajo težave pogledati izven nje in sploh opaziti, da obstajajo še druge resničnosti.

⁵ Več o dilemah socialne motivacije lahko bralec najde v Bečaj (1991, 1997), Černigoj (2002), Vec (2006).

⁶ Opazno drugačen je v tem le Turner, ki se v svojih analizah dosledno sklicuje tako na teorijo socialnih predstav kot na socialni konstrukcionizem (prim., Turner, 1991, 2005; Turner in Oakes, 1989).

Literatura

- Augoustinos, M. in Walker, I. (1996). *Social cognition*. London: SAGE Publications.
- Bečaj, J. (1991). *Dve funkciji socialne interakcije* [*Two functions of social interaction*]. Neobjavljena doktorska disertacija, Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta Ljubljana [Unpublished doctoral dissertation, University of Ljubljana, Faculty of Arts, Ljubljana, Slovenia].
- Bečaj, J. (1997). *Temelji socialnega vplivanja* [*Foundations of social influence*]. Ljubljana: Filozofska fakulteta.
- Bečaj, J. (2003). (Socialni) konstrukcionizem in socialna psihologija [(Social) constructionism and social psychology]. *Psihološka obzorja*, 12 (3), 43–64.
- Billig, M. in Tajfel, H. (1973). Social categorization and similarity in intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 3 (1), 27–52.
- Cartwright, D. (1997). Introduction to a history of Social Psychology: Contemporary Social Psychology in Historical Perspective. V M. Hewstone, A. S. R. Manstead in W. Stroebe (ur.), *The Blackwell Reader in Social Psychology* (str. 3–18). Oxford: Blackwell Publishers. (originalno delo objavljeno leta 1979)
- Černigoj, M. (2000). *Predstavitev in kritika teorije socialnih predstav* [*The theory of social representations: overview and critique*]. *Psihološka obzorja*, 9 (1), 23–38.
- Černigoj, M. (2002). *Struktura in dinamika socialne resničnosti z vidika odnosa med posameznikom in socialnim okoljem* [*Structure and dynamics of social reality from the viewpoint of the relationship between the individual and society*]. Neobjavljena doktorska disertacija, Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta Ljubljana [Unpublished doctoral dissertation, University of Ljubljana, Faculty of Arts, Ljubljana, Slovenia].
- de Rosa, A. S. (2003). Communication versus discourse. The »boomerang« effect of the radicalism in discourse analysis. V J. Laszlo in W. Wagner (ur.), *Theories and Controversies in Societal Psychology* (str. 56–101). Pridobljeno 3. 2. 2006 s spletne strani: http://www.europhd.eu/html/_onda02/07/08.09.00.00.shtml
- Durkheim, É. (1982). *Elementarni oblici religijskega života* [*Elementary forms of religious life*]. Beograd: Prosveta.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes, *Human Relations*, 7, 117–140.
- Gergen, K. J. (1973). Social Psychology as History. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26 (2), 309–320.
- Gergen, K. J. (1997). *Social Representations & Social Constructionism*. Pridobljeno 1. 12. 2005 s spletne strani: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/mosc1msg.txt>
- Hogg, M. A. in Vaughan, G. M. (1998). *Social Psychology*. London: Prentice Hall Europe.
- Jahoda, G. (1986). Nature, culture and social psychology. *European Journal of Social Psychology*, 16, 17–30.
- Jaspars, J. in Hewstone, M. (1990). Social categorization, collective beliefs, and causal attribution. V C. Fraser in G. Gaskell (ur.), *The Social Psychological Study of Widespread Beliefs* (str. 121–141). Oxford: Clarendon Press.
- Moscovici, S. (1997). *Social Representations Theory and Social Constructionism*. Pridobljeno 1. 12. 2005 s spletne strani: <http://psyberlink.flogiston.ru/internet/bits/>

mosc1.htm.

- Philipchalk, R. P. (1995). *Invitation to social psychology*. Orlando: Harcourt Brace & Company.
- Rabbie, J. in Horwitz, M. (1988). Categories versus groups as explanatory concepts in intergroup relations. *European Journal of Social Psychology*, 18, 117–123.
- Rus, V. S. (1994). *Socialna psihologija: teorija, empirija, eksperiment, uporaba I [Social psychology: theory, experience, experiment, application I]*. Ljubljana: Davean d.o.o.
- Sherif, M. (1967). *Social interaction, process and products*. Chicago: Aldine Publishing Company.
- Tajfel, H. (1982). Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology*, 33, 1–39.
- Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P. in Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1 (2), 149–178.
- Turner, J. C. (1991). *Social influence*. Buckingham: Open University Press.
- Turner, J. C. (2005). Explaining the nature of power: a three-process theory. *European Journal of social psychology*, 35, 1–22.
- Turner, J. C. in Oakes, P. J. (1989). Self-Categorization Theory and Social influence. V P. B. Pualus (ur.), *Psychology of Group Influence* (str. 233–275). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Vec, T. (1999). Socialne in kolektivne predstave [Social and collective representations]. *Anthropos*, 31 (1–3), 247–268.
- Vec, T. (2006). *Socialna resničnost in skupinska dinamika malih skupin [Social reality and group dynamics of small groups]*. Neobjavljena doktorska disertacija, Univerza v Ljubljani, Filozofska fakulteta Ljubljana [Unpublished doctoral dissertation, University of Ljubljana, Faculty of Arts, Ljubljana, Slovenia].

Prispelo/Received: 23.10.2006

Sprejeto/Accepted: 06.03.2007