

СОЦИАЛНИ СТЕРЕОТИПИ И ЕТНИЧЕСКА ИДЕНТИЧНОСТ

доц. д-р Михаил Проданов
ПУ „П. Хилендарски”

SOCIAL STEREOTYPES AND ETHNIC IDENTITY

Assoc. Prof. Mihail Prodanov, PhD

Abstract: *The report presents a study on the effects of ethnic identity and generalized attitude SDO (Social Dominance Orientation) on stereotypes. The sample includes 127 individuals which determine themselves as belonging to the Bulgarian ethnicity. The stereotypes to immigrants from the Middle East are assessed by a questionnaire developed within the model SCM (Stereotype Content Model). Ethnic identity is measured through the questionnaire MEIM-R. The social dominance orientation was tested with an adapted version of the revised original scale SDO. The performed statistical analysis of the data confirms the hypothesis about the effect of ethnic commitment on stereotypical perceptions, an effect that is reinforced by SDO.*

Key words: *stereotypes, ethnic identity, „social dominance orientation”*

Стереотипите в междугруповите взаимодействия: подходи и концепции

Проблемът за междугруповите стереотипи е социално-психологическа проекция на вечния проблем за социалното неравенство, породено от стратифицирането на обществата по различни признаци – икономически, политически, етнически, полови, професионални и др. Човешките индивиди винаги са комуникирали и като членове на съответни социални групи, като това е ставало именно през стереотипните възприятия, които имат членовете на дадена група за членовете на другата, с която си взаимодействат. За съжаление, негативните стереотипи, пораждащи предразсъдъци са пречка за хармоничното общуване между хората от различните общности. Те са ставали и удобно оправдание и са мотивирали редица жестоки граждански междусобици, етноцентризъм, геноцид и войни.

Терминът „стереотип” в социалните науки хронологически се свързва с американския политически журналист Уолтър Липман, който дава дефиницията за „*умствените образи*”, които ние си изграждаме за различни социални групи[2]. Основната му идея е, че реалността е прекалено сложна, за да я разберем напълно и детайлно. Поради това, човешкият индивид създава по-опростени когнитивни схеми, които можем да наречем стереотипи. Процесът на стереотипизиране по отношение на социалната среда, отнасяща се до междугруповото взаимодействие, според Липман включва следните три етапа: 1) идентифициране на множество от индивиди като принадлежащи към определена група или категория, на базата на някакъв признак – пол, възраст, раса, етнос, религия и т.н.; 2) приписване(атрибуция) на определени характеристики и свойства на тази категория от хора; 3) приписване на тези свойства на всеки член на тази категориална група. Липман твърди, че в по-голямата си част стереотипите са



възприети от различни източници, а не са резултат от директен опит. Въпреки това, те трудно се променят чрез пряко общуване, защото в него хората откриват и виждат това, което очакват и предпочитат, а не което действително е налице. Липман определя стереотипите като прекалено опростени представи за света, които задоволяват единствено нуждата той да се възприема като по-разбираем и управляем, отколкото е в действителност. Според него по-често те са неверни и дори вредни.

В основата на формирането на стереотипното мислене стоят, както когнитивни процеси, така и влияния, произтичащи от историята, културата и структурно-функционалните социални взаимодействия между съответните групи. На първо място, в основата на стереотипизирането е когнитивният процес на *категоризация*. Категоризирането на различни обекти от живата и неживата природа е закономерност на нашето мислене. По отношение на социалната реалност, ние сме склонни да използваме признаци като пол, раса, етнос, националност, социално-икономически статус, сексуална ориентация, професия и др., на базата на които класифицираме индивидите от широкото социално обкръжение в различни групи. Категоризацията има адаптивна цел – тя ни позволява да използваме сходни поведения към цяла група от обекти, като по този начин не е нужно всеки път при взаимодействието си с отделен обект да правим специфичен избор. Освен това, категоризацията ни помага да атрибутираме на даден обект повече черти, изхождайки от една единствена – груповата му принадлежност. Така създаваме по-пълнен образ за даден индивид, който не би могъл да се изгради при наличието на оскъдна или никаква информация за него. Теорията за социалните идентичности на Н.Тajfel разглежда категоризацията като базисен процес за изграждане на различните идентичности на личността[12][13]. Tajfel и Turner дефинират социалната идентичност като индивидуалните знания на човек, че принадлежи към определена социална група заедно с емоционалното и ценностното значение, което той отдава на своето членство. Социалната идентичност е аспект от Аз-концепцията. Поради това, един от принципите е, че индивидите се стремят да формират позитивна социална идентичност, за да поддържат висока самооценка. При категоризацията на обектите се формират представи за своята група (in-group) и другата групи или групи (out-group). Особено в този процес е, че се минимизират разликите между членовете на една и съща социална група, като същевременно се увеличават различията между членовете на различните групи. Т.е. минимизиране на вътрегруповите различия е свързано с увеличаване на междугруповите различия, което от своя страна увеличава социалните дистанции. Друг феномен, свързан с груповата идентичност е т.нар. *групов фаворитизъм*, който се изразява в тенденцията да се дава приоритет на интересите на членовете на собствената група, което може да доведе до ощетяване членовете на другите социални групи.

Но категоризацията не може да обясни самостоятелно съдържателните измерения на стереотипите и особено факта, че към една и съща социална общност може да има дори коренно противоположни стереотипни представи от различни гледни точки, що се отнася до конкретните характеристики, приписвани на членовете на тази група. Например, по един начин биха изглеждали стереотипните възприятия на българите за руснаците, а по доста различен начин ще изглеждат стереотипните възприятия за руснаците от страна на американците или поляците. Социално значимите взаимодействия между отделните групи са също фактор за това какви стереотипи се формират. В този смисъл, моделът SCM-Stereotype Content Model релевантно разглежда стереотипите в контекста на съществуващите и/или вероятностните междугрупови взаимоотношения[8]. Според авторите на този модел, съществуват две основни измерения на междугруповите стереотипни възприятия, на базата на които ин-

дивидите разграничават членовете на другите социалните групи според вероятните им влияния върху реципиента или неговата собствена група. Тези измерения са свързани и необходими за оценката на съответните намерения и способностите на „другите“. Независимо от важността на специфичните, исторически обусловени убеждения и груповата памет, голямата част от вариациите на стереотипите се дължат на базисните измерения „топлота“ и „компетентност“. Всъщност, функционалната значимост и универсалност на измеренията „топлота“ и „компетентност“ произтичат от тяхното съотнасяне към два критични аспекта, които са важни за оцеляването и развитието ни в социалния свят, съставен от множество групи и общности: първо, индивидите се нуждаят от предсказване какви са намеренията на другите към тях. Второ, индивидите трябва да познават способностите на другите да преследват и реализират своите намерения. В този смисъл, „компетентността“ включва черти, които се отнасят до възприетите способности на другите да реализират своите намерения. Накратко, хората разграничават другите себеподобни и съответните социални групи, според техните вероятни влияния върху индивида като член на групата на принадлежност (собствената група – in-group), което се определя от възприетите намерения и способности на членовете на външната група – out-group. Моделът SCM предсказва два основни типа стереотипи – *едновалентни* (комбинации от само високи или само ниски стойности по двете измерения топлота и компетентност) и *амбивалентни* (комбинации от ниски vs високи оценки по измеренията). Едновалентните стереотипи могат да бъдат, както напълно негативни, така и позитивни. Що се отнася до амбивалентните, наличието на положителни стойности по едната скала, не изключва предразсъдъчно мислене и дискриминация в определени ситуации, което се дължи на ниските оценки по другата скала [8]. Така, моделът SCM разкрива възможните връзки между стереотипите, от една страна, и предразсъдъците и дискриминацията – от друга.

Етническата идентичност като основен фактор за междуетническите стереотипи

В контекста на казаното по-горе, можем да разглеждаме етническата идентичност като една от социалните идентичности на индивида, която го поставя контрастно в определена етническа група и оттам – обуславя стереотипното мислене на даден член на тази група спрямо членовете на други групи, които се категоризират с друга етническа принадлежност. *Етническата идентичност* е психологическата проекция на етноса в Аз-концепцията на личността. В теорията за социалната идентичност на Tajfel и Turner, етническата идентичност се експлицира чрез етническото самоопределяне или чувството за принадлежност към съответната етническа група и обвързаността с нейните ценности, норми и нагласи. Така тя се дефинира като *етническо съзнание* и е един от основните компоненти на социалната идентичност [12][13]. Друго направление в изследването на етническата идентичност има своите корени в епигентичната теория на Е.Ериксон и концепцията за его-идентичността на Дж.Марша. Според Ериксон идентичността на личността е продукт на активно изследване и експериментиране, което се финализира с вземане на решение и ангажиране в различните области на живота – сексуална, професионална, политическа и т.н. Допълващият тази концепция модел на Марша дефинира 4 основни статуса на идентитета – дифузна идентичност (индивидът е пасивен и не е ангажиран), предварителна (личността има „приписана“ от родителите идентичност, без да е изследвал социалната среда), мораториум (експериментиране без ангажиране) и постигната идентичност (когато изследването води до сигурно обвързване). В този смисъл,



Phinney et al. . разглеждат етническата идентичност от гледна точка на развитието и формирането ѝ, поставяйки акцента върху процеса, който има цикличен характер. Този процес в развитието на личността започва в детството и преминава през три основни цикъла на *изследване – промяна – консолидация*, като се очаква в времето етническата идентичност да се затвърди, когато индивидите придобият по-ясна представа и разбиране за своя етнос и станат по-обвързани с него. Консолидираната идентичност положително корелира със самоуважението и самоувереността, с чувството за благополучие и оптимизма [1][9][10]. Въпросът, който засяга настоящото изследване е свързан с евентуалните ефекти от затвърдената етническа идентичност върху стереотипното мислене на представителите на дадена етническа група. Наличието на позитивни връзки между етническата идентичност и стереотипите би разкрил един от основните източници за индивидуалните проекции на стереотипните възприятия в посока към по-радикална диференциация на членовете на другите социални групи.

Личностните модератори на стереотипното мислене

Съществува специфичен личностен план за изследване на природата на стереотипите. Едно голямо направление в този ракурс е на изследователската група, ръководена от Т. Adorno. Те създават теорията за „авторитарната личност“ [5]. Авторитарната личност се дефинира като тип личност, който се характеризира със сляпо подчинение на авторитетите от своята група на принадлежност. Това са хора с етноцентристки нагласи, т.е. имащи ригидни убеждения в превъзходството на собствената група или раса. От своя страна, тези нагласи са свързани с предразсъдъци спрямо широк спектър от социални групи, обособени по различни признаци – раса, етнос, националност, религия, култура, сексуална ориентация, психичен статус и др. Критерият за дискриминация е единствено нормативно приетото схващане или идеологията на собствената група, която отхвърля съответното различие като чуждо и несвойствено за нея. За изследване на авторитарната личност е разработен инструмент – т.нар. „F-скала”. По-съвременният вариант на конструкта „авторитаризъм” е „консервативният авторитаризъм” – Right-Wing Authoritarianism на R. Altemeyer [6].

Един от личностните конструкти, който също е свързан с темата за стереотипите, предразсъдъците и дискриминацията, е „ориентацията към социално превъзходство” (Social Dominance Orientation – SDO) [11]. Теорията за социалното превъзходство на Pratto и Sidanius се базира върху идеята, че обществото минимизира междугруповите конфликти като създава идеология, поддържаща принципа за господството на една социална група над другите. Всъщност, идеологиите, поддържащи груповото неравенство са средство за легитимиране на дискриминацията. Разбира се, за да постигнат ефект подобен тип идеологии, те трябва да бъдат широко възприети в обществото. За това спомага и формата на представянето им, която понякога е наукообразна, а друг път тези идеи се насаждат като „очевидни истини”. Недалечен пример за такъв тип идеология, прокламираща принципите за расовото превъзходство и необходимостта от расова хигиена са теориите от типа на „социалния дарвинизъм” и „евгениката”, които твърдят, че някои хора не са толкова добри и конкурентоспособно, колкото други, привилегирани по рождение. Pratto и Sidanius наричат подобен тип възгледи „легитимиращи йерархията митове”. Това е така, защото функцията им е да регулират обществените отношения, поддържайки установеното господство на дадена социална група или етнос, което има непосредствено влияние върху политическите, икономическите и социални механизми за разпределение на богатата, поставяйки някои социални групи в неравностойно положение. Съществуват и про-

тивоположен тип идеологии, които имат за цел да намалят неравенството – това са т.нар. „егалитарни идеологии” (в противовес на „елитарните идеологии”). Те застъпват идеята за универсалните човешки права, като не разделят изрично хората на групи и категории. Следователно, според Pratto и Sidanius съществуват две разновидности на социални митове – първата разновидност е митове, които поддържат йерархията и засилват социалното неравенство, а втората – митове, които редуцират йерархията и съдействат за по-голямо социално равенство. Според теорията за социалното превъзходство, значимият фактор за това, дали определен индивид ще стои на някои от двете основни позиции, се представлява от индивидуалната променлива *ориентация към социално превъзходство* – SDO. SDO се описва като генерализирана нагласа (атитюд), насочена към междугруповите отношения, изразяваща отношението на дадената личност към измерения като: *неравенство vs равенство* и *превъзходство vs подчинение*. Ориентацията към социално превъзходство се явява като централна индивидуално-диференцираща характеристика, която предсказва степента на приемане – отхвърляне на множеството идеологии и политики в сферата на междугруповите отношения. Тази личностна дименсия се експлицира и чрез социалните роли, които хората са склонни да изпълняват. Адаптирането на въпросника, който операционализира конструкта „ориентация към социално превъзходство” е направена върху няколко независими изследователски извадки. Психометричните параметри за надеждност и валидност на скалата SDO са консистентни в различните изследвания [7][4].

Въпросите, на които трябва да се даде отговор са в различни проекции. Идеята, че междугруповите стереотипи са неизбежен продукт на структурно-функционалните аспекти на взаимодействието между социалните групи (вероятно и на историческия контекст в степента, до която той получава съответната интерпретация от членовете на общността), т.е. на индивидуални конструкти се приема за базисна. Но факт е, че съществува известна дисперсия на индивидуалните оценки на членовете на съответната социална група. С какво може да се обясни тази дисперсия? Доколко релевантни личностни черти имат опосредстващ ефект върху стереотипното мислене на членовете на групата?

Метод

В проведеното изследване е проверена хипотезата за връзката между стереотипите и етническата идентичност, както и значението на „ориентацията към социално превъзходство”(SDO) в този контекст. Ако стереотипните възприятия на членовете на дадена етническа група се определят от степента на идентификация на конкретния индивид с тази група, това означава, че съществуват различни вътрешно групови различия в стереотипното мислене, които се дължат именно на степента на обвързаност на членовете със собствената си група. Също така, проверява се хипотезата, че силната етническа идентичност ще се прояви в по-радикални стереотипни възприятия и оттам – до възможни предразсъдъци и тенденция към групов фаворитизъм. Конкретно, изследвани са стереотипните възприятия на представители на българския етнос към имигрантите в България, дошли от страните на Близкия изток. Може да се приеме, че имигрантите принадлежат към други етноси, които се възприемат по сходен начин, затова са обединени условно в една общност, имащи различни културни признаци. Също така, относителното им обособяване по местоживееене и социален живот, също ги диференцира от българите. В настоящата ситуация, българи и имигранти живеят формално заедно на територията на България, но приносът на имиг-



рантите в икономиката и социалната сфера е нишожен, поради което може да се очаква, че към тях ще има формирани негативни стереотипи. Те се поддържат и от информацията за отделни инциденти и криминални прояви на мигранти, а така също и от случващото се в други европейски страни. В допълнение към това, изследването включва чертата „ориентация към социално превъзходство” и значението ѝ за дисперсията на индивидуалните оценки в общото стереотипно пространство.

Извадка: Изследвани са общо 127 лица. Извадката е от изследователски тип и не е формирана по метода на случайните извадки. Включени са студенти от различни бакалавърски и магистърски програми към Педагогическия факултет на ПУ „П.Хилендарски” – гр. Пловдив, като в рамките на отделните групи подборът е случаен. От всички изследвани лица, за 126 има данни за техния пол, а 120 са посочили своята възраст. Разпределението по пол е небалансирано: 100 са жени (79%) и 26 (21%) са мъже. Поради небалансираността по пол не биха могли да се правят изводи за влиянието на тази променлива върху другите изследвани конструкти. По възраст изследваните лица варират от 19 до 52г. възраст. Всички участници се самоопределят като принадлежащи към българския етнос.

Инструментарий: В изследването са използвани три въпросника. Първият е инструментът, който операционализира модела SCM. Той е структуриран от две субскали – „топлота” и „компетентност”, предназначени да изследват едноименните основни измерения на стереотипите. Оценкаването става в 5-степенна интервална скала от ликертов тип, като оценките варират от „1 – категорично не съм съгласен” до „5 – напълно съм съгласен”[3]. Вторият метод, използван в изследването, е адаптираната версия на ревизириания вариант на скалата SDO („Ориентация към социално превъзходство”). Ревизирианият вариант на скалата се състои от 7 айтеми-твърдения. Три от тях са реверсивни („обърнати”). Мненията на респондентите отново, както при субскалите на SCM, се отразяват в петстепенна ликертова скала с вариации от „1 – категорично не съм съгласен” до „5 – напълно съм съгласен”. При три отделни пробни изследвания с независими български извадки, SDO показва надеждност-съгласуваност – α на Кронбах 0,65, 0,68 и 0,71[4][7]. За изследване на етническата идентичност е използвана методиката MEIM-R (Multigroup Ethnic Identity Measure) [1][10]. Тя съдържа общо 6 айтеми, които са разпределени по 3 за всяка от двете субскали, дефиниращи конструкта. Емпиричните данни свидетелстват за наличие на двукомпонентна структура на етническата идентичност. Статистически това се представя като двуфакторен модел, в който корелациите между двата фактора са значимо позитивни. Двете отделни скали са етикетирани като *изследване* и *обвързване*. Първата включва айтеми, отнасящи се до поведението на членовете на етническата група, които са насочени към изследване на културата, историята, битата на тази група. Втората субскала включва 3 айтеми, които се отнасят до степента на привързаност и чувството за принадлежност на индивида към своя етнос. За оценяване на отговорите също се използва петстепенна ликертова скала със същите вариации, както при скалите за стереотипите и „ориентацията към социално превъзходство”.

Резултати

За статистически анализ на данните са използвани дескриптивен анализ, корелационни анализи и регресионен анализ.

Дескриптивен анализ: в Таблица №1 са отразени средните стойности и стандартните отклонения на основните изследвани променливи. Както се вижда по сред-

ните стойности за „Топлота”(2,77) и „Компетентност”(2,60), стереотипът на изследваната извадка е едновалентно негативен. Това е така, защото праговата стойност е оценка 3,00 по двете скали. Тези данни не са изненадващи и те съответстват на редица факти, отразяващи доминиращата представа в нашето общество за имигрантите от Близкия изток. Средната стойност по скалата „Ориентация към социално превъзходство” е 2,53, което показва, че тенденцията в извадката е към толериране на равенството. Това може да бъде обяснено и със състава на изследваната група, която е от лица, обучавани в педагогически и психологически специалности, което предполага подобен тип възгледи.

Стойностите по скалите за етническия статус показват, че преобладаващия брой от изследваните притежават *консолидирана етническа идентичност*. И двете скали са със средни стойности над праговата стойност 3,00: „Изследване” – $Mx=3,65$ и „Обвързване” – $Mx=3,81$. Средната възраст на изследваните лица е малко над 28г., което е синхрон с данните по скалите за етническия статус. При анализ на данните за етническата идентичност не беше установено нито едно лице, което да е с *дифузна идентичност* (със стойности, както по „изследване”, така по „обвързване” под 3).

Таблица №1: *Дескриптивни статистики: средни стойности и стандартни отклонения на изследваните променливи*

променливи	Брой ИЛ	Средни стойности	Ст. отклонения
Възраст	120	28,51	6,89
„Изследване”	127	3,65	1,01
„Обвързване”	127	3,81	1,00
„Топлота”	127	2,77	0,77
„Компетентност”	127	2,60	0,57
„Ориентация към социално превъзходство”	127	2,53	0,64

За да се изследват ефектите на етническата идентичност върху стереотипите, извадката беше филтрирана, като в корелационния и линейния регресионен анализ бяха включени само тези лица, които са получили стойности по-големи от 3,00 по скалите „изследване” и „обвързване” на MEIM-R. Това са лицата с тенденция към консолидирана етническа идентичност. Получи се подборна група от 79 участници в изследването. Разпределението по пол в по-малката извадка се запазва – 63(79,7%) са жени и 16(20,3%) – са мъже.

Корелационен анализ: поради малкия брой на лицата в извадката беше изчислен непараметричен корелационен коефициент – Kendall’s tau_b на взаимовръзките между изследваните променливи. Очаквани умерено високи корелации бяха получени между субскалите на въпросниците за стереотипите и етническата идентичност: между „топлота” и „компетентност” корелацията е **0,37(p < 0,001)**, а между



„изследване” и „обвързване” е **0,39** ($p < 0,001$). Освен това, макар и по-слаби, налице са значими взаимовръзки между „обвързване” и „топлота” – **минус 0,20** ($p = 0,023$), както и между „топлота” и „ориентация към социално превъзходство” – **минус 0,17** ($p = 0,039$). Отрицателните взаимовръзки между скалата „топлота”, от една страна и скалите „обвързване” и „ориентация към социално превъзходство”, от друга, показват тенденция, която беше проверена с регресионния анализ.

Линейен регресионен анализ: линейният регресионен анализ беше извършен по метода *enter* с цел да се проверят ефектите на променливите „обвързаност” и „ориентация към социално превъзходство” върху измерението „топлота” на стереотипите към имигрантите. Тези ефекти се потвърдиха – **F = 5,96**, $p = 0,004$, **R² = 0,136**. Бета-коэффициентите на „обвързване” и „ориентация към социално превъзходство” са съответно: **минус 0,276** ($p = 0,012$) и **минус 0,233** ($p = 0,032$).

Изводи и заключение

Резултатите от статистическия анализ на данните потвърждават хипотезата за ефекта на етническата идентичност върху стереотипните представи, както и за влиянието на „ориентацията към социално превъзходство”. Тези изводи са в синхрон с теорията и модела SCM за структурно-функционалните корени на стереотипите и предразсъдъците. *Колкото по-голяма е обвързаността на индивидите със собствената етническа група, толкова по-големи са социалните дистанции в техните възприятия между собствената и другите етнически групи.* Това може да се изрази в предразсъдъчно мислене и дискриминационни действия към представителите на негативно стереотипизираната група. Следователно, не само категоризацията, но степента на обвързване с групата има значение за стереотипните представи. Потвърди се и значението на индивидуалната генерализирана нагласа към толериране на неравенството, която усилва ефекта от етническото обвързване. Това поставя въпроса за процесите и механизмите, които формират подобен тип нагласи, които имат негативно отражение върху междугруповите взаимоотношения и взаимодействия. Разбира се, представените променливи не са единствените фактори, въздействащи върху социалните стереотипи. Недостатъчно балансираната по пол извадка не дава възможност да се изследва значението на пола за индивидуалните вариации. Освен това, би могло да се търсят ефектите и на други личностни черти, имащи своята тежест в сферата на междуличностните отношения.

Литература

1. Ганева, З., Социални идентичности и психично благополучие, „Валдекс ООД”, София, 2010 г.
2. Липман, У., Общественото мнение, „Лик”, София, 2001 г.
3. Проданов, М., Стереотипни възприятия на национални общности // Управление и образование (академично списание), 2013, том 9, кн.4, стр. 195-203
4. Проданов, М., Качествено и количествено измерение на възприятието за социално неравенство // Приложна психология в България, 2013, бр.1, стр. 49-66
5. Adorno, T., Frenkel-Brunswik, E., Levinson, D., & Sanford, N., The Authoritarian Personality, Harper & Brothers, N.Y., 1950 [Electronic version]

6. Altemeyer, B., *The Authoritarians*, Winnipeg, CA, 2006,
[www.members.shaw.ca/jeanaltmeyer/drbob/The Authoritarians.pdf](http://www.members.shaw.ca/jeanaltmeyer/drbob/The_Authoritarians.pdf) (22.02.2012г.)
7. Case, K., Fishbein, H., Ritchey, P., *Personality, Prejudice and Discrimination against women and homosexuals* // *Current Research in Social Psychology*, 2008, 14(2), pp.23-38
8. Cuddy, A.J., Fiske, S.T., & Glick, P., *Warmth and Competence as Universal Dimensions of Social Perception: The Stereotype Content Model and the BIAS Map*, In: Zanna, M (Ed.) *Advances in Experimental Social Psychology*, 2008, Vol.40, pp. 61-149
9. Phinney, J. Ong, A., *Conceptualization and Measurement of Ethnic Identity: Current Status and Future Directions* // *Journal of Counselling Psychology*, 2007, 54(3), pp.271-281
10. Phinney, J., Ganeva, Z., *The Structure of Ethnic Identity of Young Adolescents of Bulgarian and Romany Origin* // *Bulgarian Journal of Psychology*, 2010, 1-4, pp.65-79
11. Pratto, F., Sidanius, J., Stallworth, L., Mall, B., *Social Dominance Orientation: A Personality Variable Predicting Social and Political Attitudes* // *Journal of Personality and Social Psychology*, 1994, 67(4), pp.741-763
12. Tajfel, H., Turner, J., *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*, In: Austin, W., Worchel, S./Eds/*The Social Psychology of Intergroup Relations*, Monterey, CA, 1979, pp.33-47
13. Tajfel, H., Turner, J., *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior*, In: Worchel, S., Austin, W./Eds/*Psychology of Intergroup Relations*, Chicago, 1986, pp.7-24