**Стереотипы социального восприятия**

Татьяна Владимировна Барлас, кандидат психологических наук, старший преподаватель Московского психологического университета.

Тема данной публикации — стереотипы в восприятии человека человеком, то есть устойчивые мнения о личностных качествах групп людей, определяющие отношение к ним и поведение при взаимодействии с представителями этих групп. Примерами стереотипов являются суждения вроде "женщины более эмоциональны, чем мужчины" или "англичане сдержанны и чопорны".

Психологическая предпосылка формирования стереотипов состоит в необходимости обобщения информации об окружающих нас людях. Следуя стереотипу, мы упрощаем картину мира, делаем ее более понятной. Поэтому использование стереотипов — целесообразная стратегия социального познания. Проблемы возникают тогда, когда стереотипы оказываются чрезмерно обобщенными или неверными.

Стереотипы могут действовать как на сознательном, так и на неосознаваемом уровне. Например, негативные суждения по отношению к национальным и расовым меньшинствам, как правило, являются социально неодобряемыми, и на сознательном уровне стереотипы превосходства рас и наций не выражены. Однако это не значит, что они исчезли вовсе. Допустим, аргументируя выбор в пользу претендента на важную должность представителя своей национальности против человека другой национальности, сделавшие этот выбор, возможно, будут искренне протестовать против того, что расовые предпочтения сыграли решающую роль. Сути выбора это не изменит. Приведем примеры аналогичных экспериментов, продемонстрировавших роль стереотипов пола.

Испытуемым предъявлялись фотографии "группы, работающей над исследовательским проектом", и просили предположить, кто из участников внес наибольший вклад в работу. В однополых группах чаще выбирали того, кто сидел во главе стола; то же самое происходило и в смешанных группах, где во главе стола сидел мужчина. Однако в группе из трех женщин и двух мужчин, где во главе стола сидела женщина, каждого из мужчин выбирали втрое чаще, чем всех женщин вместе взятых.

Большая часть стереотипов — это стереотипы пола, возраста, расы, национальности, профессии, социальной принадлежности. Примеры широко известны и достаточно очевидны. Для межличностного взаимодействия существенны также стереотипы внешности (поджатые губы — злой человек, очкарик — умный и пр.). Примером стереотипа внешности, действующего в основном на бессознательном уровне, служит стереотип "красивый — значит, хороший". Выражается он в том, что внешне более привлекательным людям приписываются положительные личностные качества, а менее привлекательным — пороки и недостатки. Действие этого стереотипа отмечается уже с четырехлетнего возраста.

Феномен внутригрупповой пристрастности также можно условно отнести к стереотипам. Выражается он в более высокой оценке членов группы, к которой принадлежим мы сами, и более низкой — членов других групп. Понятие "группа" в данном случае может варьироваться в очень широком диапазоне — от жильцов одного дома до жителей одной страны. Действенность данного стереотипа выражена даже тогда, когда принадлежность к той или иной группе определяется случайными факторами (школьный класс, болельщики одной команды).

Что определяет формирование того или иного стереотипа? Безусловно, в их основе лежат реально существующие различия между женщинами и мужчинами, лицами разных профессий, возрастов, национальностей. Информацию о них мы получаем из собственного опыта, от своих знакомых и близких, из средств массовой информации. Однако как мы сами, так и другие источники информации, которыми мы пользуемся, подвержены действию различного рода искажающих феноменов, снижающих точность социальной перцепции (социального восприятия). Некоторые из этих феноменов имеют самое непосредственное отношение к формированию стереотипов; к их рассмотрению мы и переходим.

Чрезмерная обобщенность стереотипов приводит к тому, что реально существующие небольшие различия очень сильно преувеличиваются. Оценивая людей, мы склонны преувеличивать сходство внутри группы и различия между группами. Так, по данным одного исследования, мужчины оказались незначительно более уверенными и доминантными, а женщины — нежными и склонными к состраданию. Однако в стереотипах мужчины и женщины эти характеристики различались примерно вдвое.

Влияние единичной яркой информации на формирование стереотипов гораздо больше, чем влияние информации более обширной и точной, но малоэмоциональной. Так, описание кровавого преступления, совершенного лицом национальности Х, будет способствовать формированию соответствующего стереотипа в большей степени, чем статистическая таблица, из которой ясно, что наибольший процент преступлений совершают лица национальности Y. Примерно такое же воздействие, как единичная яркая информация, оказывает единичная информация, полученная лично, от друзей и знакомых. Таким образом, мы с легкостью обобщаем единичные факты до закономерности и с гораздо большим трудом применяем общие закономерности к конкретным людям.

Устойчивость стереотипов обеспечивается, в частности, тем, что информация, соответствующая стереотипу, способствует его упрочению, а противоречащая — игнорируется. Более того, в одной и той же информации можно найти подтверждение противоположным стереотипам.

Группа студентов смотрела видеозапись беседы с девочкой, в ходе которой та отвечала на вопросы теста способностей. Одной группе было сказано, что девочка — дочь родителей из низших слоев общества, проживающая в бедном квартале, другой — что это дочь интеллигентов из респектабельного пригорода. Первая группа оценила способности девочки ниже среднего уровня и вспомнила, что она не ответила почти на половину вопросов теста. Вторая группа оценила уровень способностей девочки как высокий, вспомнив, что на большинство вопросов она ответила правильно.

Устойчивость стереотипов выражается в том, что единичные противоречащие им примеры могут сосуществовать со стереотипом, например, "все лица национальности Х — жулики и пройдохи, но к моему соседу, хоть он и той же национальности, это отношения не имеет". Если же примеров, противоречащих стереотипу, достаточно много, они могут быть выделены в отдельную группу, для которой будет создан свой стереотип, например, стереотип феминистки, существенно отличающийся от стереотипа просто женщины.

Как стереотипы влияют на поведение и психику? Помимо очевидных социальных последствий, стереотипы оказывают воздействие и на тех, кто оказывается их объектом. Один из главных механизмов воздействия стереотипов — феномен самоисполняющегося пророчества, основанный на том, что стереотипы меняют поведение тех, кто их разделяет, в свою очередь воздействующее на поведение их партнеров по общению в сторону соответствия стереотипу.

Белые американские испытуемые разыгрывали ситуацию собеседования при приеме на работу. Их поведение существенно различалось в зависимости от расы "претендента на должность": если им был чернокожий, интервьюеры садились на большем расстоянии от него, реже смотрели ему в глаза, заканчивали беседу быстрее и делали больше ошибок в речи. В следующем эксперименте специально тренированные имитаторы опрашивали "претендентов" (только белых) таким образом, чтобы это походило на интервьюирование белых и чернокожих. Те, кого интервьюировали в той же манере, что и чернокожих, выглядели более нервными и менее собранными, чаще сбивались и путались, были меньше удовлетворены тем впечатлением, которое они произвели на интервьюера.

Стереотипы часто определяют атрибуцию поведения, объяснение его причин теми или иными факторами. Так, стереотип "старые люди дряхлеют и много болеют" приводит к тому, что основной причиной болезней и немощей престарелых людей как они сами, так и окружающие считают именно возраст, в то время как таковой может являться, например, изменение образа жизни в связи с выходом на пенсию или переживания в связи со смертью близкого человека.

Если индивид разделяет стереотип, соответствующий его полу, возрасту, профессии и пр., то он не может не влиять на его я-концепцию и самооценку, которые, в свою очередь, определяют поведение, интерпретацию событий и т.д.

В эксперименте был продемонстрирован феномен, названный "уязвимость стереотипом". Студентам с одинаковыми способностями давали контрольную работу. Перед ее началом им говорили одно из двух: 1) мужчины и женщины обычно показывают одинаковые результаты; 2) женщины обычно уступают мужчинам. В обоих случаях результаты подтверждали "стереотип": в первой ситуации и женщины и мужчины набирали в среднем около 15 баллов по 100-балльной шкале, во второй женщины набирали в среднем по 5 баллов, мужчины — по 25.

В заключение необходимо отметить случаи, когда стереотипы "не работают". Такое случается прежде всего в ситуации тесного и длительного общения, когда люди взаимодействуют не с представителем своего пола или национальности, а с конкретным человеком, причем, как уже отмечалось, позитивное отношение к человеку может сосуществовать с негативным стереотипом по отношению с социальной группе, которую он представляет. Однако иногда сознательно декларируемые стереотипы "не срабатывают" и в ситуации поверхностного контакта, о чем свидетельствует результат широко известного исследования, названного "Парадокс Ла-Пьера".

В 1934 году на пике антиазиатских настроений в США психолог Ла-Пьер обратился с письменным запросом в 251 ресторан и отель: "Не согласитесь ли вы принять в качестве гостей китайцев?". Ответило 128 заведений, 92% ответов были отрицательными и лишь 1% — полностью положительным. Но до этого Ла-Пьер вместе с парой своих студентов-китайцев уже объехали все эти заведения и всюду, кроме единственного случая, встретили радушный прием.

Приведенный пример неслучайно имеет четкую "привязку" во времени и пространстве. Несмотря на то, что стереотипы подразумевают "сопротивляемость изменениям", они в целом достаточно чувствительны к социальным условиям той среды, в которой возникают. Поэтому если меняется среда, то и стереотипы меняются. Для примера достаточно вспомнить многочисленные метаморфозы, которые претерпели за последние годы стереотипы "коммуниста" и "демократа". Поэтому стереотипы одной культуры (а большинство приведенных в этом разделе данных были получены в культурах США и Западной Европы) могут не подтвердиться в условиях другой культуры (например, российской).