Роль когнитивных искажений в формировании и поддержании социальных стереотипов

Научный руководитель – Чернышёва Анна Владимировна

Балашова Олеся Денисовна

Студент (бакалавр)

Московский государственный технический университет имени Н.Э. Баумана,
Социально-гуманитарные науки, Кафедра социологии и культурологии, Москва, Россия
E-mail: odbalashova@gmail.com

Когнитивные искажения – систематические ошибки мышления, которые влияют на восприятие реальности и принятие решений. Они играют значительную роль в формировании и поддержании социальных стереотипов, которые представляют собой упрощенные и часто неточные представления о группах людей.

Среди самых распространенных ошибок восприятия, влияющих на формирование искаженных представлений о происходящих событиях, процессах, явлениях, а также отдельных индивидах и целых групп, можно выделить следующие:

1. Эффект доступности. Люди склонны придавать большее значение доступной и заметной информации, что может привести к формированию стереотипов. Например, если в СМИ часто освещаются негативные события, связанные с определенной группой, это может создать искаженное представление о ней. Так, если в новостях часто сообщают о преступлениях, совершенных представителями определенной национальности, это может привести к устойчивому представлению о том, что эта группа более склонна к преступлениям. Исследования показывают, что доступность информации является ключевым фактором в формировании стереотипов [1].

2. Подтверждение предубеждения. Часто люди ищут информацию, подтверждающую их предвзятые убеждения, игнорируя противоречивые данные. Это укрепляет существующие стереотипы и затрудняет их изменение. Например, если человек считает, что определенная профессия более подходит для мужчин, он будет искать примеры, подтверждающие это мнение, и игнорировать случаи, когда женщины успешно работают в этой области. Такое поведение является классическим примером подтверждения предубеждения, которое усиливает стереотипы [3].

3. Межгрупповая дифференциация. Процесс формирования стереотипов также связан с межгрупповой дифференциацией, когда люди склонны идеализировать свою группу и негативно воспринимать другие группы. Это может привести к усилению стереотипов и конфликтам между группами. Исследования показывают, что межгрупповая дифференциация является важным фактором в формировании социальных стереотипов [2].

Поддержание стереотипов

Когнитивные искажения играют значительную роль в укреплении стереотипов, так как они заставляют людей интерпретировать информацию через призму уже существующих предубеждений и общепринятых клише. Это приводит к формированию субъективной социальной реальности, которая и воспринимается человеком как истинная, оказывая значительное влияние на его поведение в социуме.

Социально-когнитивные исследования подчеркивают, что стереотипы не являются статичными, а динамично изменяются в зависимости от условий информационной среды и массовых коммуникаций [1]. Например, в эпоху цифровых технологий и социальных сетей информация распространяется с огромной скоростью, что способствует быстрому изменению или укреплению стереотипов. Массовые коммуникации, такие как новостные сводки,

реклама, кино и телевидение, формируют у людей определенные ассоциации и представления о социальных группах, явлениях или событиях. При этом, если информация подается в упрощенной или искаженной форме, это усиливает когнитивные искажения и способствует закреплению стереотипов.

Кроме того, динамичность стереотипов проявляется в том, что они могут трансформироваться под влиянием новых данных или изменения социального контекста. Например, в условиях глобализации и межкультурного взаимодействия стереотипы, возникающие в восприятии других культур, могут смягчаться или, наоборот, обостряться в зависимости от текущих политических или экономических событий. Таким образом, стереотипы – это не всегда только устойчивые представления, но и достаточно гибкие конструкции, которые адаптируются к изменениям в информационной среде и общественных настроениях.

Влияние на принятие решений

Когнитивные искажения влияют на принятие решений, делая их нерациональными и предвзятыми. Эти искажения могут возникать под влиянием социального окружения и эмоциональных факторов. В результате человек принимает решения, основанные не на объективных данных, а исключительно на субъективных впечатлениях, эмоциях или общепринятых представлениях. Это особенно важно в профессиональной деятельности, где требуется аналитический подход и беспристрастность [4].

Заключение

Понимание когнитивных искажений может помочь осознать и избежать негативно-го влияния стереотипов на мышление и поведение. Это возможно благодаря развитию критического мышления и рефлексии. Например, осознание того, что мы склонны к подтверждению предубеждения или эффекту доступности, позволяет нам более внимательно анализировать информацию, подвергать сомнению свои убеждения и искать альтернативные точки зрения. Это важно для формирования более объективного и рационального восприятия реальности, так как помогает избежать необоснованных и предвзятых суждений.

Работа над преодолением стереотипов и когнитивных искажений может улучшить межличностные и межгрупповые отношения, способствуя большему пониманию и терпимости в обществе. Например, осознание того, что наши представления о других людях или группах могут быть искажены стереотипами, позволяет нам более открыто и непредвзято взаимодействовать с ними. Это может включать в себя активное слушание, эмпатию и готовность учитывать индивидуальные особенности каждого человека, а не полагаться на обобщения. В результате такие усилия способствуют снижению предрассудков, укреплению доверия и созданию более гармоничных социальных отношений.

Источники и литература

- 1) Чвякин В.А., Григорьев Н.Ю., Коноплин Ю.С. Когнитивный смысл социальных стереотипов // Гуманитарий Юга России. – 2023. – Т.12. – №4. – С.94-103.
- 2) Арсельгов А. У. Структурно-функциональные особенности изучения понятий «стереотип» и «традиция» // Вестник Майкопского государственного технологического университета. – 2010. – № 2. – С. 78-82.
- 3) Кузнецова О. А., Кузнецов И. М. Социальные стереотипы как фактор формирования общественного мнения // Вестник Томского государственного университета. – 2017. – № 418. – С. 5-10.
- 4) Петровская Л. А. Когнитивные искажения в процессе принятия решений // Журнал экономических и социальных изменений. – 2019. – Т. 12. – № 3. – С. 24-35.