

# Социальное познание



# Определение:

процесс формирования представлений о людях, социальных событиях и явлениях, а также их позитивной или негативной оценки.

# Специфика социальных объектов:

- *неоднозначность* — множественность вариантов интерпретации;
- *сложность* — очень большое количество стимулов (признаков), которые необходимо учитывать, а также их тесную взаимосвязь и взаимовлияние друг на друга;
- *динамичность* — постоянная и высокая степень изменчивости стимулов.

- *Когнитивный скряга* – существо, стремящееся экономить свою когнитивную энергию (Сьюзен Фиске и Шелли Тейлор).
- *Когнитивный консерватизм* – тенденция к сохранению уже существующего (ранее сформировавшихся у нас знаний, убеждений, установок и гипотез) (Эллиот Аронсон).

# Стратегии когнитивной экономии:

- 1. Использование упрощенных механизмов получения и переработки информации.
- 1.1. *Эффект первичности* – то, что мы узнаем о человеке в первую очередь, имеет решающее воздействие на наше суждение о нем (Э. Аронсон).
- Соломон Аш: эксперимент по характеристике человека на основании информации о нем, представленной в противоположных последовательностях.
- Эдвард Джонс и др.: эксперимент по наблюдению за испытаниями интеллекта.

# Стратегии когнитивной экономии:

- 1. Использование упрощенных механизмов получения и переработки информации.
- 1.2. *Эффект новизны* – последняя по времени поступления информация об объекте оказывает значительное влияние на суждение о нем.
- Марк Шнайдер и Сеймур Урановиц: исследование по оценке известных личностей на основании их письменных характеристик.

# Стратегии когнитивной экономии:

- 1. Использование упрощенных механизмов получения и переработки информации.
  
- 1.3. *Эвристика* – это простое и часто лишь весьма приблизительное правило или стратегия для решения той или иной проблемы (Э. Аронсон).
  
- Пример: если некий продукт питания продается в отделе «Здоровая пища», значит, он полезен.

# Классы эвристик:

- *Эвристика доступности* – правило, согласно которому, оценивая человека, явление, событие, мы опираемся на доступность информации о нем, т.е. легкость ее припоминания (Эймос Тверски и Дэниэл Канеман).
- Пол Словик, Брайан Комбс: поскольку СМИ склонны говорить о заметных событиях вроде катастроф и убийств, а не о сердечных заболеваниях и самоубийствах, частота первых событий по сравнению со вторыми переоценивается испытуемыми.



# Классы эвристик:

- *Эвристика репрезентативности* – правило, согласно которому, оценивая человека, явление, событие, мы принимаем во внимание его внешнее подобие или сходство с другим (для того, чтобы сделать вывод о том, что первый объект имеет свойства, подобные второму) (Эймос Тверски и Дэниэл Канеман).
- Пример: высококачественные товары часто имеют высокую стоимость. Следовательно, дорогое вино более качественно, чем дешевое.

# Классы эвристик:

- *Эвристика приспособления* — правило, согласно которому, оценивая человека или событие, мы отталкиваемся от своеобразного «якоря» — критерия сравнения. Как следствие, оцениваем не объект как таковой, а то, как он выглядит по сравнению с другими подобными объектами (Эймос Тверски и Дэниэл Канеман).
- Пример: эффект контраста.
- Дуглас Кенрик и Сара Гутиеррес: эксперимент по оценке юношами-студентами привлекательности девушки-студентки до и после просмотра телешоу с красавицей-ведущей.

# Классы эвристик:

- *Аффективная эвристика* – правило, согласно которому, оценивая человека или событие, мы отталкиваемся от его оценки, а иногда общего ощущения хорошего или плохого, ассоциируемого с ним.
  
- Энтони Пратканис: эксперимент по оценке студентами высказываний о Р. Рейгане в зависимости от отношения к нему.

# Разновидности аффективных эвристик:

- *Эффект ореола (или гала-эффект)* – эффект, при котором благоприятное или неблагоприятное впечатление, производимое человеком, оказывает влияние на ожидания и выводы о нем (Эдвард Торндайк).
- Пример: если какой-нибудь человек нам симпатичен, то мы наделяем его положительными чертами, так что любые отрицательные поступки этого человека игнорируются, а любые положительные – напротив, переоцениваются.

# Разновидности аффективных эвристик:

- *Эффект ложного согласия (консенсуса)* – состоит в тенденции преувеличивать число людей, которые согласны с нами по любому вопросу: если я в чем-то убежден, то, следовательно, в том же убеждены и почти все вокруг (Э. Аронсон).
- Пример: курящие люди переоценивают количество других курящих.

# Стратегии когнитивной экономии:

- 2. Допущение чрезмерных обобщений.
  - 2.1. *Стереотип* — упрощенное и стандартизованное представление о характеристиках или ожидаемом поведении членов определенной группы (Э. Аронсон).
  - 2.2. *Предубеждение* — это заранее сложившееся суждение, вера или точка зрения на то, что человек представляет собой, без достаточных для этого оснований.
  - *Дискриминация* — несправедливое обращение с людьми или причинение им вреда на основании их принадлежности к той или иной группе.

# Стратегии когнитивной экономии:

- 3. Объяснение поведения окружающих, их поступков личностными особенностями, а не той ситуацией, в которой это поведение зафиксировано.
- Люди склонны приписывать поведение окружающих либо внутренним причинам (напр., личностной предрасположенности), либо внешним (напр., ситуации, в которой человек оказался) (Фриц Хайдер).
- 3.1. *Фундаментальная ошибка атрибуции* - недооценка влияния ситуации («внешняя диспозиция») и переоценка роли индивидуальных особенностей и установок («внутренняя диспозиция») при интерпретации чье-либо поведения (Ли Росс).
- Ли Росс: эксперимент с участниками телевикторины.

# Фундаментальная ошибка атрибуции

- *«Эффект деятеля-наблюдателя»* - склонность человека объяснять поступки и поведение других людей их личностными особенностями, а собственное поведение — внешними обстоятельствами.
- *«Эффект атрибуции успеха-неудачи» («самовозвеличивающая тенденциозности» Э. Аронсон)* - склонность осуществлять внутренние, диспозиционные атрибуции в случае успеха и внешние, ситуативные - в случае неудачи.
- *Депрессивный реализм* – отсутствие самовозвеличивающей тенденциозности у людей, переживающих депрессию (Лорен Аллой и Лин Абрамсон).
- Лорен Аллой и Лин Абрамсон: эксперимент с оценкой степени собственного влияния на зажигание света.