

沟通与刻板印象的维持、变化和抑制*

翟成蹊^{1,2} 李岩梅¹ 李 纾¹

(¹中国科学院心理研究所社会与经济行为研究中心, 北京 100101)

(²中国科学院研究生院, 北京 100039)

摘要 沟通提供了维持人类社会行为所必要的信息, 是人类交换信息, 建立并维持相互联系的工具。刻板印象是一种涉及知觉者对某个群体的知识、观念与期望的认知结构。近年来, 研究者们从多个方面探讨了沟通与刻板印象的维持、变化和抑制的关系, 发现群体内沟通, 通过策略性的信息选择和语言偏差, 能够维持刻板印象, 并可能使刻板印象极端化; 而群际沟通, 特别是代理式的群际沟通, 则成为抑制刻板印象的一种可能方法。

关键词 刻板印象; 沟通; 内群体; 外群体

分类号 B849; C912.6

刻板印象(stereotype)这一术语是 Lippman 于 1922 年在其著作《公众舆论》中首次提出的。它是一种类属性思维(罗震雷, 张厚粲, 黎岳庭, 2005), 是“一种涉及知觉者对某个群体的知识、观念与期望的认知结构”(Hamilton & Trolier, 1986, p. 133), 是“某一社会类别的成员所具有的特征的具体观念”(Weary, Jacobson, Edwards, & Tobin, 2001)**。刻板印象作为类属性知觉, 具有指导整个群体以及特定群体成员的信息加工的功能。它可以减少我们必须加工的信息量, 同时为我们提供更多的信息。只要一想到某个刻板印象, 我们就会立即回忆起与之相连的一系列特征。但是, 这种基于类别的加工常常过分简单化或概括化, 即把相同的负性特征强加于每一个群体成员身上, 而不管这是不是符合实际情况。

近年来, 沟通, 无论是人际间的沟通, 还是通过大众传媒的沟通, 其对刻板印象的作用, 都受到了研究者的广泛关注(Ruscher & Hammer,

2006)。本文即从沟通与刻板印象的维持、沟通与刻板印象的变化以及沟通与刻板印象的抑制等 3 个角度介绍相关研究的新进展。

1 沟通与刻板印象的维持

研究发现, 无论是在多人的社会网络沟通中, 还是在 2 人的面对面沟通中, 人们都倾向于维持已有的刻板印象(Clark & Kashima, 2007; Ruscher & Hammer, 2006)。因为, 沟通时人们选择传递的信息不同, 传递信息时所使用语言的抽象程度也不同。

1.1 沟通时的信息选择

沟通过程中, 人们一般更多地传递与刻板印象一致的(stereotype-consistent, SC)信息, 而不是与刻板印象不一致的(stereotype-inconsistent, SI)信息(Ruscher, 1998)。即使接收了一些 SI 信息, 人们仍然倾向于保持而不是改变已有的刻板印象(Lyons & Kashima, 2006)。这种现象被称为刻板印象—一致偏差(stereotype-consistent bias, 以下简称 SC 偏差)。

1.1.1 多人的社会网络沟通

信息在社会网络的沟通链中从一个人传递给另一个人是很普遍的现象, 如谣传和闲谈。一些研究利用系列再生法(serial reproduction)来模拟这样的沟通链, 探讨人际沟通中刻板印象相关信息的传递(Clark & Kashima, 2007; Lyons & Kashima, 2001, 2003, 2006)。

收稿日期: 2009-05-20

* 国家自然科学基金面上项目: 合作决策中制裁与权力的影响: 以资源困境为切入点(项目号: 70971127)及中国科学院知识创新工程重要方向项目: “社会变革时期公众的社会心理问题”(项目号: KSCX2-YW-R-130)资助。

通讯作者: 李岩梅, E-mail: liym@psych.ac.cn

** 有关刻板印象的定义很多, 迄今为止尚未能形成一个统一的定义。本文采用的是几种较为有影响力的定义。

使用系列再生法的实验中,4或5个被试组成一个系列再生链(serial reproduction chains),链中的第一个被试阅读给定的故事后,以书面复述的形式将故事内容传递给下一个被试。故事与某个目标群体的刻板印象相关,由数量相同的 SC 句子和 SI 句子构成。第二个被试读完第一个被试的复述后,以同样的方式复述给第三个被试。依此类推直到最后一个被试复述完。

Kashima 等人通过上述方法发现故事在传播的过程中存在稳定的 SC 偏差——故事经过几个人的传递后,大部分的 SC 信息被保留了下来,而 SI 信息则遭到舍弃,尤其在故事的中心情节部分(Lyons & Kashima, 2001, 2003, 2006)。Lyons 和 Kashima (2003) 指出当(1)沟通链中的成员实际上拥有相同的刻板印象知识;(2)沟通者认为其听众所拥有的刻板印象知识不够全面;(3)沟通者认为所在群体的大部分成员对刻板印象的认可度较高时,沟通中更容易出现 SC 偏差。

值得注意的是,社会网络的沟通中之所以会出现 SC 偏差,不是因为 SC 信息比 SI 信息更容易记忆*,而是因为沟通意图的影响。Lyons 和 Kashima (2006) 发现,当被试无沟通意图,只集中精力来记忆故事时,既没出现 SC 偏差也没出现刻板印象不一致偏差(stereotype-inconsistent bias, 以下简称 SI 偏差);但是当被试有沟通意图(将故事复述给下一个听众)时,就出现了明显的 SC 偏差。因为沟通的意图即沟通者的主要目标是使沟通双方在某一问题或观点上达成一致,而刻板印象是同一群体或社会的成员所共有的知识(Lyons & Kashima, 2001),所以与刻板印象一致的信息更容易被同群体的信息接收者理解和认可。也就是说,当沟通中的 SC 信息多于 SI 信息时,双方更容易达成一致,沟通者更容易完成其达成一致的目标。这种解释也从研究中获得了支持性的证据:在沟通链末端,沟通条件下的复述比记忆条件更为一致(Lyons & Kashima, 2006)。

1.1.2 双人的面对面口头沟通

基于系列再生法的研究多借助书面沟通的形式来探讨刻板印象的传递问题,现实中更多的是面对面的口头交流。然而,双人进行面对面的口头沟通时,也会出现更多地传递、讨论刻板印

象一致信息,并最终形成与刻板印象一致印象的情况(Ruscher, Santuzzi, & Hammer, 2003)。

Ruscher 等人的研究发现,当要求2个人对一外群体成员形成一个共同的印象时,他们会花费大量时间来讨论与该外群体的刻板印象相符(stereotype-congruent)的信息,忽略与刻板印象不符(stereotype-incongruent)的信息。而且,刻板印象相符信息容易被认为是目标个体的决定性特征,2人对该外群体成员形成的最终印象也因此表现出与该外群体的刻板印象一致的特征(Ruscher, et al., 2003)。

该现象产生的原因,与多人社会网络沟通中出现 SC 偏差的原因是一致的。2人沟通的目的是要对外群体成员形成一个共同的印象。这种追求一致的目标使2人的对话集中在刻板印象相符信息的讨论上,因为刻板印象为2人共有,刻板印象相符信息更容易被对方理解、认可,这有助于2人形成共有的印象(Ruscher & Hammer, 2006)。

然而,Ruscher 和 Duval (1998) 在实验中却得到了不一样的结果:在追求准确动机的情境下,持有不同信息的2个人为了提供自己所知道的独特信息,会花更多的精力讨论 SI 信息,沟通双方对目标群体的最终印象里,刻板印象的成分明显减少。可见,追求准确的动机(目标)有可能抑制沟通中的 SC 偏差。

1.2 沟通中的语言抽象程度

在传递刻板印象相关信息的过程中,沟通者常常表现出微妙的系统性语言偏差。研究发现,这种偏差对刻板印象的传递与维持起重要作用(Wenneker, Wigboldus, & Spears, 2005; Wigboldus, Semin, & Spears, 2000)。

这类研究一般让被试描述与某个刻板印象相关的行为或故事,通过观察被试描述语言的抽象性来间接观测刻板印象的变化。语言抽象性一般由语言分类模型(Linguistic category model, 简称 LCM)来量化。这个模型将语言抽象性分为4个等级(Wigboldus & Douglas, 2007; Wigboldus, et al., 2000):最具体的描述性动作动词,描述单个可观察行为(如,“A 和 B 握手”);说明性动作动词,描述一个特定事件、一类行为(如,“A 帮助 B”);状态动词,描述情感状态(如,“A 喜欢 B”);和最抽象的形容词,描述人或事物的性质,状态和特征(如,“A 很友好”)。

* 虽然对记忆到底垂青 SC 信息还是 SI 信息尚未达成一致(Lyons & Kashima, 2006)。

1.2.1 语言偏差与刻板印象的维持

人们在描述内群体成员的宜人行为和外群体成员的不宜人行为时,易使用形容词(如,“The in-group member is helpful”, “The out-group member is aggressive” (Wigboldus, et al., 2000)),语言抽象性高;而描述内群体成员的不宜人行为和外群体成员的宜人行为时,易使用动作描述性动词(“The in-group member pushes some-one”, “The out-group member opens the door for someone” (Wigboldus, et al., 2000)),语言抽象性低。这种倾向,被称为语言性群际偏差(Linguistic intergroup bias)。这种偏差显示,人们很可能通过调节语言的抽象程度来传递刻板印象一致与不一致信息,即用更抽象的语言传递刻板印象一致信息。因为,外群体刻板印象的内容中,对外群体成员的特性、行为的否定性描述更普遍。

Maass 等人(1999)研究发现,人们在描述与期望一致的行为时,语言的抽象水平高于描述与期望不一致的行为。同那些与刻板印象不符的目标人物相比,对与刻板印象相符的目标人物的描述,其抽象水平更高。这种倾向,被称为语言性期望偏差(Linguistic expectancy bias)。相关研究进一步发现,沟通过程中,人们在传递有关外群体成员的信息时,更容易使用抽象程度高的语言,而接收这样的信息的人也更容易对该外群体成员进行刻板印象式的判断(Wigboldus, Dijksterhuis, & Van Knippenberg, 2003; Wigboldus, et al., 2000; Wigboldus, Spears, & Semin, 2005),尤其是在所接受信息中的人物与信息接收者本身的群体身份不同时,即信息中人物的群体身份明显的时候(Wenneker, et al., 2005)。与具体描述相比,抽象描述会导致对目标事件的一般化,即传递个人性格特征信息多而情境特征信息少。所以,用抽象的语言传递外群体成员的信息有助于信息接收者对外群体成员形成刻板印象式的印象或进行刻板印象式的判断,也就是说,语言偏差会传递并维持已有的刻板印象(Karasawa & Suga, 2008; Wigboldus, et al., 2003)。

1.2.2 沟通的目标与语言偏差

研究发现,具体明确的沟通目标(如,对沟通信息中的人物进行肯定性的或否定性的描述)对语言偏差有调节作用(Douglas & Sutton, 2003; Douglas, Sutton & McGarty, 2008; Wigboldus, et

al., 2003)。在 Douglas 和 Sutton (2003) 研究中,给被试看动画片,片中主人公表现出正性或负性的行为,让被试根据 LCM 选择最恰当的描述。结果发现,与负性沟通目标(用否定性的口吻描述主人公)组相比,正性沟通目标(用肯定性的口吻描述主人公)组的被试,更多使用了抽象的正性描述和具体的负性描述。该研究结果表明,通过有意识地调整沟通目标,有可能抑制沟通中的语言偏差,进而抑制因此而导致的刻板印象的传递。

1.3 沟通内容的情境功能说(situated-functional account of communication content)

从上述的研究介绍中不难看出,人们在沟通中是否传递刻板印象一致信息,依赖于沟通目标(动机)的变化。为了整合沟通目标与沟通内容间的关系,Clark 和 Kashima 2007 年提出了沟通内容的情境功能说。该理论认为,SC 信息和 SI 信息分别适用于沟通的两个功能——社会连通功能(social connectivity function)和信息性功能(informativeness function)。沟通情境不同,情境所要求的沟通功能——沟通者的目标也会不同。能更好服务于该情境所要求的沟通功能的信息更有可能被交流。相对于 SI 信息,SC 信息更具有社会连通性,但信息性不足。当沟通的目的是为了更好地进行社会连通,即调节社会关系(如,2 个人形成对某一目标人物的一致认识)时,作为沟通双方的共有知识、共有背景的 SC 信息就会比 SI 信息得到更多的传递。相关研究也发现,与刚认识但关系不亲密的人相比,刚认识但关系亲密的 2 个人,会花费更多时间来讨论刻板印象相符的特质,并最终形成更为刻板的共有印象,以维持其亲密关系(Ruscher, Cralley, & O'Farrell, 2005; Ruscher, et al., 2003)。但当沟通的目的是为了发挥其信息功能(如,给对方提供准确信息的动机)时,SI 信息就会因其信息性上的优势更容易被传递。

前文的介绍说明,沟通中,人们更容易传递刻板印象信息,从而使已有刻板印象得以维持并被广泛传播,成为人们共有知识、共有背景。作为共有知识、共有背景的刻板印象,反过来会促进沟通的流畅性,帮助沟通者完成调节社会关系的目标。

然而,沟通也会影响刻板印象,使刻板印象的内容发生改变。

2 沟通与刻板印象的变化与抑制

许多研究显示,群体内部的沟通尤其是讨论,更容易使对外群体的刻板印象变得极端化;而群体间的沟通,尤其是群体间的间接沟通,对减轻甚至抑制人们对外群体成员的刻板印象有一定的效果。

2.1 群体内沟通与刻板印象的极端化

Thompson 等人通过群体内讨论的形式探讨了群体内沟通对刻板印象内容的影响(Thompson, Judd, & Park, 2000)。讨论条件下,4个被试为一组,其中2个被试学习一段有关A群体的材料,另外2个被试学习有关B群体的材料。学习后,被试写下他们对A或B群体的印象,然后4人一起讨论。控制条件下,每个被试都学习A、B两段材料,但不进行讨论。结果发现:讨论条件下,小组成员对A、B群体的刻板印象更为极端,拥有更少的可变信息和更高的社会一致性。不过,该研究的操作有一个问题——组内被试学习的是不同群体的刻板印象信息。这种操作,有可能会分散被试的认知资源,使他们的注意力不能集中在某一个刻板印象上。不能排除,因认知负担过重(即不仅仅是因为沟通),导致刻板印象式判断的可能性。

Brauer 等人对 Thompson 等人的实验操作进行修改(Brauer, Judd, & Jacquelin, 2001)。在他们的实验中,每小组的3名被试都阅读同一目标群体的信息,然后讨论他们对该目标群体的印象。结果与 Thompson 等人的发现一致,讨论使被试对目标群体的刻板印象更加极端化。这说明,以讨论方式进行的群体内沟通,确实会导致刻板印象向极端化发展(Kashima, Klein & Clark, 2007; Klein, Tindale & Brauer, 2008)。

不过,在实际的群体内沟通中,群体成员不仅共有一些外群体的刻板印象信息,还可能各自知道一些反刻板印象(counterstereotypic)信息。在一些群体中,可能每人都或多或少知道一些反刻板印象信息,而在另一些群体中,则可能只有个别人才知道反刻板印象信息。这种反刻板印象信息的不同分布,对讨论所产生的极端化效应会产生影响。当反刻板印象信息平均分布时,即每个成员都掌握大量的刻板印象信息和一部分的反刻板印象信息时,讨论中,他们主要交流支持刻板印象的论据,讨论后,他们对目标群体的刻板印象会变得更加极端。然而,当反刻板印象信息

集中分布时,即只有某个成员拥有反刻板印象信息时,却不会出现这种极端化现象。相反,持有反刻板印象信息的人,在相信其信息独一无二,并认为自己有责任提供这一独特视角,要尽力做到准确无误的情况下,即有准确动机的情况下,会花更多的时间与其他成员讨论反刻板印象信息,讨论后群体成员对反刻板印象信息的回忆成绩也更好。而且,对反刻板印象信息的讨论时间越长,最终印象判断中所含的刻板印象成分越少(Brauer, et al., 2001)。这说明,因群体内沟通而产生的刻板印象极端化现象,在反刻板印象信息集中分布的情况下,可以受到抑制。

2.2 群际沟通与刻板印象的减少

当人们缺乏与某一群体的互动经验(如,接触、沟通)时,会凭借与其少数成员交往所获得的经验来建构对该群体的刻板印象(Hilton & von Hippel, 1996)。这样,原本只是群体中的个别现象,因缺乏足够的了解,就被归为整个群体的属性,甚至只要遇见隶属此群体的成员,都将其贴上一样的标签。另外,由于缺乏了解,人们对外群体也很容易产生敌意,很难站在对方的角度上考虑问题,也很难理解对方所关心的事情(Pettigrew & Tropp, 2008)。可见,缺乏群际沟通是刻板印象被泛化和夸大的一个重要原因,通过不断的群际沟通则可能修正刻板印象和偏见。尽管直接提及群际沟通与刻板印象改变的研究目前尚少,但是有关群际接触(intergroup contact)的大量研究却为此提供了证据。因为接触必然伴随沟通,无论是言语沟通还是非言语沟通。

2.2.1 直接接触——以面对面沟通为工具

直接接触,即直接与外群体成员进行面对面的接触沟通。这类接触是群际接触最早研究的类型,按研究方法又可以分为两类。一类研究首先让被试报告自己以前与外群体接触的情况,收集被试先前的群际接触水平,然后调查被试对相关外群体的态度,探讨与外群体接触的历史如何影响对相关外群体的评价。这类研究在本质上属于相关研究。另一类研究则是先进行接触,让被试与一个外群体成员碰面并进行沟通互动,然后再测量被试对该外群体的态度。这类研究基本上都属于实验性研究。

并不是所有种类的接触都能减轻刻板印象与偏见。Allport 提出了群际接触减少群际偏见的

最佳条件,即:双方要有平等的地位;有共同的努力目标;双方为了达到共同目标相互合作;有权威、法律或习俗的支持(见 Pettigrew & Tropp, 2006)。该假设自提出以来,引发了大量的后续研究和讨论。Pettigrew 和 Tropp (2006) 对 515 项有关群际接触的研究进行了元分析,其中涉及来自 38 个国家的 25 万被试。结果发现,满足 Allport 最佳条件的接触能够更大程度地减少偏见,并且这些条件最好是作为一个整体出现;但这些条件并不是偏见减少的必备因素,一些未满足 Allport 条件的接触也产生了正性的结果;最值得注意的是,94%的研究都表明群际接触越多,群际偏见水平越低,群际接触和偏见的相关系数(平均效应值)达到了-0.21。

偏见,主要包括对外群体的负面情感以及相关的负面认知,而刻板印象大多都包括对外群体的负面认知。因此,偏见的变化有可能带动刻板印象随之发生变化。也有研究直接探讨了群际接触对群体刻板印象程度的影响,结果发现通过群际接触改善刻板印象,同样是需要条件的。在 Wolsko 等人的一项研究中,5 名被试一组完成一个小组任务,每组的组长都是拉丁人(实验者同谋),组员为白人。所有小组最终都被告知成功完成了任务。一半的小组中,组长的表现与拉丁人刻板印象一致,而在另一半的小组中,组长的表现则与刻板印象不一致。结果发现,完成小组任务之后,无论在那种条件下,被试对拉丁美洲人的评价都提高了;然而,只有在组长的表现与拉丁美洲人的群体刻板印象不一致,并被认为是该群体的典型代表时,被试对拉丁人刻板印象的强度才会下降。这说明,要改变刻板印象,必须满足两个条件:首先接触到的外群体成员要表现出与刻板印象不一致的行为,其次这个成员还要被认为是该外群体的典型成员(Wolsko, Park, Judd, & Bachelor, 2003)。

然而,直接的群际接触很容易产生焦虑等负面情绪。Pettigrew 和 Tropp (2006; 2008) 指出,焦虑减少和移情等情感因素,是通过群际接触减少偏见的重要的中介因素。Ortiz 和 Harwood (2007) 进一步发现,很少进行群际接触的人,在群际接触中更容易感到焦虑,从而避免进一步的群际接触;焦虑还会使他们判断时更依赖刻板印象。因此,直接接触是有局限的。

2.2.2 间接接触——以媒体为工具的大众沟通的作用

由于直接接触容易受到群际焦虑等因素的不利影响,近年研究者开始研究通过各种间接接触,即以各种媒体为中介进行群际沟通,抑制刻板印象与偏见,增进群际关系。因为间接接触,使人更少体验到直接沟通中的群际焦虑(Ortiz & Harwood, 2007)。延伸接触(extended contact)和代理接触(vicarious intergroup contact)是间接接触中有代表性的两类接触方法。

延伸接触假说认为,了解内群体成员与外群体成员友好相处的信息,能够提升对外群体的正性态度(Wright, Aron, McLaughlin-Volpe, & Ropp, 1997)。这一假说在各种不同的情境中都得到了验证,如改进对难民的态度(Cameron, Rutland, & Brown, 2007; Cameron, Rutland, Brown, & Douch, 2006),减少对外国人和异教徒的偏见(Pettigrew, Christ, Wagner, & Stellmacher, 2007)等。在 Cameron 和 Rutland (2006) 的研究中,2、3 个正常儿童一组,阅读描绘残疾儿童和正常儿童之间的友谊的故事。故事中的残疾和正常儿童都得到正性描述。读完故事,儿童在小组内讨论。结果发现,读过故事(延伸接触)的正常儿童对残疾人的正性特质评价增多,负性特质评价减少;同时,他们也更愿意与残疾儿童一起参与各种活动。特质评价的改变说明,刻板印象可能因此也得到改变。

代理接触假说则认为,通过各种媒介传递群际接触的正面信息,也能够达到抑制刻板印象与偏见的目的(Gomez & Huici, 2008)。代理接触有两种方法,一种是通过电视、电影展示与外群体已有的接触,另一种是模拟和记录某一具体情境的群际接触,然后展示。该假说也得到了实证研究的支持。Ortiz 和 Harwood (2007) 的调查发现,经常看反映正性群际接触的电视(如,同性恋与异性恋的交往,非裔美国人和白人的友谊),认可其中人物,并将其作为各自群体代表性成员的人,在与外群体(同性恋或非裔美国人)成员交往时,感受到的焦虑程度更低,社会距离(social distance, 该研究中作为群际态度的指标)更近。而 Gomez 和 Huici (2008) 用实验验证了代理接触的作用。实验中,被试(某高中篮球队的球迷)先观看一段自己喜欢的球队和另一支球队训练的录像。录像中两队球员相互配合完成两个练习并表现

出相等的能力,然后评价两队的表现。结果发现,相对于无接触条件(不看录像),代理群际接触(看录像)条件的被试对外群体球队的正性特征评价增多,负性特征评价减少,特别是在代理接触受到权威人物(教练)支持的情况下。这说明,代理接触在一定程度上可以改变刻板印象式的评价。

整体来看,群际接触,特别是代理式的群际接触,对于偏见的减少和刻板印象的改善有积极作用。不过,刻板印象化的过程是如此顽固,以致我们不能寄希望于一次两次的接触、沟通就能够改变对外群体的负性刻板印象。但这并不能否认群际沟通的正性作用,伴随着不断的沟通与接触,刻板印象最终也会发生变化。而如何进一步提升群际沟通的作用,这也是今后研究所要考虑的问题之一。

3 小结

前文的介绍表明,群体内沟通,无论是书面的还是口头上的,因信息选择和语言偏差,更容易传递刻板印象一致信息,进而传播、维持已有的刻板印象。同时,以讨论方式进行的群体内沟通,也因讨论中会给刻板印象一致信息更多的重视,容易使刻板印象变得更为极端。而群体内沟通之所以容易传播、维持刻板印象并使刻板印象极端化,是因为人们沟通的主要目的之一是为了达成沟通双方的一致。刻板印象常常是同一群体成员的共有知识,传递刻板印象一致信息,有助于人们实现这一沟通目标。而当人们拥有,诸如传递有关外群体的正确或正面信息的沟通目标时,人们会关注并传递刻板印象不一致信息。这与沟通内容的情境功能说的主张是一致的。但是,现实生活中人们常常需要通过沟通来达到与他人达成一致的,即调节社会关系的目的,而这也正是减少或抑制刻板印象的困难之所在。

另一方面,直接进行群际沟通易使沟通者感到焦虑,对外群体成员产生敌意,不容易产生减少、抑制刻板印象的理想效果;而间接沟通,如,通过电视、电影等媒体传递群体间接触的积极信息这样的大众沟通的方式,可以避免焦虑的影响,有助于改变人们对外群体的负面态度,进而减少、抑制人们对外群体的刻板印象。由此可见,媒体,不仅是传播刻板印象、偏见的工具*

(Karasawa & Suga, 2008),也可以成为减少、抑制刻板印象与偏见的有利工具。

值得注意的是,群体内讨论使得刻板印象极端化是因为群体成员长期讨论的是共有的刻板印象信息,而延伸接触的研究则表明,如果群体内成员都了解到更多有关外群体的正性信息,再进行群体内讨论时就能够提高对外群体原有的评价(如, Cameron & Rutland, 2006)。可见,能否改变刻板印象,在很大程度上取决于人们是否能够了解到足够多与刻板印象不一致的信息。

4 未来研究展望

从群体内沟通的角度来看,沟通常常会加强对目标群体的刻板印象。然而,根据沟通内容的功能情景说,是否传递刻板印象相关信息,依赖于沟通情境。因为,人们会根据情境要求选择沟通内容。所以,在今后的相关研究中,对于各种情境因素的探讨显得尤为重要,而且更具有现实意义。例如, Ruscher 等人(2005)的研究表明,在新认识的 2 人中,相对亲密的 1 对,较之相对不亲密的 1 对,会花更多的时间来讨论刻板印象特质,并最终形成了更为刻板的印象。那么,已经存在亲密关系的沟通者之间(如,朋友、家人、师生等)更容易传递什么样的信息呢?他们是传递刻板印象一致信息还是不一致信息,是否会依赖于沟通情境以及因情境而产生的沟通目标呢?已经存在亲密关系的沟通者传递的刻板印象不一致信息是否更容易被接受?这些都是今后研究需要解决的。

另外,不同文化背景中的人们选择传递刻板印象一致信息的程度是否会不同?这也是一个值得探讨的问题。与容易拥有独立自我观的人(如,美国人)相比,容易拥有相互依赖自我观的人(如,中国人、日本人),很可能更重视沟通的社会连同功能(Kashima & Yeung, in press)。那么,拥有相互依赖自我观的人是否在沟通中更容易传递刻板印象一致信息呢?

从群际沟通的角度看:首先,目前对群际沟通和刻板印象的研究,大多还停留在调查二者之间相关的层次上,很少能涉及二者间的具体因果过程。根据已有研究结果,减少群际焦虑是通过群际沟通改善群际关系的一个关键因素(Binder, et al., 2009; Pettigrew & Tropp, 2008)。因此,如何能更好地减少群际沟通,特别是直接接触中可能

* 因为媒体报道反映社会现实,自然而然也会反映社会中普遍存在的刻板印象与偏见。

产生的群际焦虑,就显得格外重要。一个基本的原则就是要构建一个平等、亲密而富有合作性的沟通环境,但更为具体而行之有效的方法则需要今后研究的进一步探索。其次,现有研究大多聚焦于讨论多数群体对少数群体的刻板印象,忽视了少数群体对多数群体的刻板印象。然而,多数群体和少数群体对群际沟通的认识、在群际沟通中的表现很可能是不同的:多数群体的成员通常拥有更高的社会地位,他们在与少数群体的沟通中往往占据主动,也许更注意避免表现出对少数群体的歧视;相反,少数群体则对来自多数群体的歧视非常敏感,任何感知到的歧视都被认为是他们社会地位低的证明。相关研究表明,群际沟通对偏见减少的作用,更多地体现在多数群体对少数群体的偏见中,而对减少少数群体对多数群体的偏见,沟通的效果则并不显著;只有在群际沟通中的多数群体一方被看做是该群体的典型成员时,才有可能减少少数群体对多数群体的偏见(Binder, et al., 2009)。那么,群际沟通中少数群体一方的典型性对于沟通效果又有怎样的影响呢?少数群体一方是否必须是该群体的典型代表才有利于群际沟通在少数群体中产生更大的影响呢?这还有待未来研究的进一步检验。此外,今后研究还应加大纵向追踪的比例,毕竟群际沟通的作用不是一两次的接触就能体现出来的。当沟通中涉及的外群体成员足够多,并且这种关系比较有意义的时候(如与外群体成员成为朋友),直接的群际接触更有可能减少刻板印象(Tropp & Pettigrew, 2005)。

最后,未来研究还应该对沟通中语言的作用予以更多的重视。群体间(如,不同国家的成员之间)直接沟通时,其中一方常常被迫使用非母语进行沟通。使用非母语进行沟通时,是否也会传递更多的刻板印象一致信息(这里所说的刻板印象,是指对沟通双方来说都是外群体的刻板印象)?非母语的熟练程度是否对信息传递有影响?如何抑制非母语沟通时刻板印象的传递?对于这些问题的探讨,不仅有非常重要的现实意义,而且相关研究结果的积累同样有助于我们对群体间沟通过程的进一步理解。

参考文献

罗震雷,张厚粲,黎岳庭。(2005)。从刻板印象到类属性思维。《心理科学》,28, 636-638。

- Binder, J., Zagefka, H., Brown, R., Funke, F., Kessler, T., Mummendey, A., et al. (2009). Does contact reduce prejudice or does prejudice reduce contact? A longitudinal test of the contact hypothesis among majority and minority groups in three European countries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 96, 843-856.
- Brauer, M., Judd, C. M., & Jacquelin, V. (2001). The communication of social stereotypes: The effects of group discussion and information distribution on stereotypic appraisals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 463-475.
- Cameron, L., & Rutland, A. (2006). Extended contact through story reading in school: Reducing children's prejudice toward the disabled. *Journal of Social Issues*, 62, 469-488.
- Cameron, L., Rutland, A., & Brown, R. (2007). Promoting children's positive intergroup attitudes towards stigmatized groups: Extended contact and multiple classification skills training. *International Journal of Behavioral Development*, 31, 454-466.
- Cameron, L., Rutland, A., Brown, R., & Douch, R. (2006). Changing Children's Intergroup Attitudes toward Refugees: Testing Different Models of Extended Contact. *Child Development*, 77, 1208-1219.
- Clark, A. E., & Kashima, Y. (2007). Stereotypes Help People Connect With Others in the Community: A Situated Functional Analysis of the Stereotype Consistency Bias in Communication. *Journal of Personality and Social Psychology*, 93, 1028-1039.
- Douglas, K. M., & Sutton, R. M. (2003). Effects of communication goals and expectancies on language abstraction. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 682-696.
- Douglas, K. M., Sutton, R. M., McGarty, C. (2008). Strategic language use in interpersonal and intergroup communication. In Y. Kashima, K. Fiedler, & P. Frytag (Eds.), *Stereotype dynamics: Language-based approaches to the formation, maintenance, and transformation of stereotypes*. (pp. 189-212). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gomez, A., & Huici, C. (2008). Vicarious intergroup contact and the role of authorities in prejudice reduction. *Spanish Journal of Psychology*, 11, 103-114.
- Hamilton D. L., Trolie T. K. (1986). Stereotypes and stereotyping: An overview of the cognitive approach. In J. F. Dovidio & S. L. Gaertner (Eds.), *Prejudice, discrimination and racism*. (pp. 127-163). Orlando, FL: Academic Press
- Hilton, J. L., & von Hippel, W. (1996). Stereotypes. *Annual Review of Psychology*, 47, 237-271.
- Karasawa, M. & Suga, S. (2008). Retention and transmission

- of socially shared beliefs: The role of linguistic abstraction in stereotypic communication. In Y. Kashima, K. Fiedler, & P. Frytag (Eds.), *Stereotype dynamics: Language-based approaches to stereotype formation, maintenance, and transformation* (pp. 241–262). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Kashima, Y., Klein, O. & Clark, A. E. (2007). Grounding: Sharing Information in Social Interaction. In K. Fiedler (Ed.), *Social Communication*. (pp. 27–77). New York: Psychology Press.
- Kashima, Y., & Yeung, V. W.-L. (in press). Serial Reproduction: An Experimental Simulation of Cultural Dynamics. *Acta Psychologica Sinica*.
- Klein, O., Tindale, S., Brauer, M. (2008). The consensualization of stereotypes in small groups. In Y. Kashima, K. Fiedler, & P. Frytag (Eds.), *Stereotype dynamics: Language-based approaches to the formation, maintenance, and transformation of stereotypes* (pp. 263–292). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lyons, A., & Kashima, Y. (2001). The reproduction of culture: Communication processes tend to maintain cultural stereotypes. *Social Cognition*, 19, 372–394.
- Lyons, A., & Kashima, Y. (2003). How Are Stereotypes Maintained Through Communication? The Influence of Stereotype Sharedness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 989–1005.
- Lyons, A., & Kashima, Y. (2006). Maintaining stereotypes in communication: Investigating memory biases and coherence-seeking in storytelling. *Asian Journal of Social Psychology*, 9, 59–71.
- Maass, A. (1999). Linguistic Intergroup Bias: Stereotype Perpetuation through Language. *Advances In Experimental Social Psychology*, 31, 79–122.
- Ortiz, M., & Harwood, J. (2007). A social cognitive theory approach to the effects of mediated intergroup contact on intergroup attitudes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51, 615–631.
- Pettigrew, T. F., Christ, O., Wagner, U., & Stellmacher, J. (2007). Direct and indirect intergroup contact effects on prejudice: A normative interpretation. *International Journal of Intercultural Relations*, 31, 411–425.
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2006). A meta-analytic test of intergroup contact theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 90, 751–783.
- Pettigrew, T. F., & Tropp, L. R. (2008). How does intergroup contact reduce prejudice? Meta-analytic tests of three mediators. *European Journal of Social Psychology*, 38, 922–934.
- Ruscher, J. B. (1998). Prejudice and Stereotyping in Everyday Communication. *Advances In Experimental Social Psychology*, 30, 243–307.
- Ruscher, J. B., Cralley, E. L., & O'Farrell, K. J. (2005). How Newly Acquainted Dyads Develop Shared Stereotypic Impressions through Conversation. *Group Processes & Intergroup Relations*, 8, 259–270.
- Ruscher, J. B., & Duval, L. L. (1998). Multiple communicators with unique target information transmit less stereotypical impressions. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 329–344.
- Ruscher, J. B., & Hammer, E. D. (2006). The Development of Shared Stereotypic Impressions in Conversation: An Emerging Model, Methods, and Extensions to Cross-Group Settings. *Journal of Language and Social Psychology*, 25, 221–243.
- Ruscher, J. B., Santuzzi, A. M., & Hammer, E. Y. (2003). Shared impression formation in the cognitively interdependent dyad. *British Journal of Social Psychology*, 42, 411–425.
- Thompson, M. S., Judd, C. M., & Park, B. (2000). The Consequences of Communicating Social Stereotypes. *Journal of Experimental Social Psychology*, 36, 567–599.
- Tropp, L. R., & Pettigrew, T. F. (2005). Differential Relationships Between Intergroup Contact and Affective and Cognitive Dimensions of Prejudice. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 1145–1158.
- Weary, G., Jacobson, J. A., Edwards, J. A., & Tobin, S. J. (2001). Chronic and temporarily activated casual uncertainty beliefs and stereotype usage. *Journal of Personality and Social Psychology*, 81, 206–219.
- Wencker, C. P. J., Wigboldus, D. H. J., & Spears, R. (2005). Biased Language Use in Stereotype Maintenance: The Role of Encoding and Goals. *Journal of Personality and Social Psychology*, 89, 504–516.
- Wigboldus, D. H. J., Dijksterhuis, A., & Van Knippenberg, A. (2003). When stereotypes get in the way: Stereotypes obstruct stereotype-inconsistent trait inferences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 470–484.
- Wigboldus, D. H. J., & Douglas, K. (2007). Language, stereotypes and intergroup relations. In K. Fiedler. (Ed.), *Social communication* (pp. 79–106). New York: Psychology Press.
- Wigboldus, D. H. J., Semin, G. R., & Spears, R. (2000). How do we communicate stereotypes? Linguistic bases and inferential consequences. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 5–18.
- Wigboldus, D. H. J., Spears, R., & Semin, G. R. (2005). When Do We Communicate Stereotypes? Influence of the Social Context on the Linguistic Expectancy Bias. *Group Processes & Intergroup Relations*, 8, 215–230.
- Wolsko, C., Park, B., Judd, C. M., & Bachelor, J. (2003). Intergroup contact: Effects on group evaluations and

perceived variability. *Group Processes & Intergroup Relations*, 6, 93–110.
Wright, S. C., Aron, A., McLaughlin-Volpe, T., & Ropp, S. A.

(1997). The extended contact effect: Knowledge of cross-group friendships and prejudice. *Journal of Personality and Social Psychology*, 73, 73–90.

The Impact of Communication on Stereotype Maintenance, Transformation and Inhibition

ZHAI Cheng-Xi^{1,2}; LI Yan-Mei¹; LI Shu¹

(¹*Institute of Psychology, Chinese Academy of Sciences, Beijing 100101, China*)

(²*Graduate School of Chinese Academy of Sciences, Beijing 100039, China*)

Abstract: Communication is a tool for humans to exchange information, which establishes and maintains mutual relationship and social behavior. A stereotype can be defined as “a cognitive structure that contains the perceiver’s knowledge, beliefs, and expectations about a human group”. In recent years, researchers have explored various effects of communication on stereotype maintenance, stereotype transformation and stereotype inhibition. Results of these studies showed that 1) ingroup communication maintained stereotypes or led to a polarization of stereotypes with strategic choice of information and biased language; 2) intergroup communication, especially the vicarious intergroup communication, may constitute a possible approach to stereotype inhibition. Identification of these impacts would help to further understand the intergroup communication.

Key words: stereotypes; communication; ingroup; outgroup