



刻板印象

Anastacia Kurylo

咨询师， 强化交流咨询公司， 美国

什么是刻板印象？

刻板印象是人们对某些特定类型的人（人群）持有的固有观念。这种观念在人们的认知过程中形成。刻板印象在日常交流中被作为一种片面的描述对某类人的印象的单一方式。虽然还没有研究证明刻板印象是准确的，但人们可能会依据这种看法做出有偏见和歧视的决定。当人们相互熟知后，依据于刻板印象的表达可能会淡化。

谁使用“刻板印象”这一概念？

在 19 世纪初期，莫里尔在他的《阿里巴巴历险记》一书中初次使用术语刻板印象。大约 100 年后，华特·利普曼推广其现代含义如“我们脑海中的图像”。历史上，心理学家已经对刻板印象进行了丰富的研究，他们关注人们为什么形成刻板印象。传播学学者以及心理学和社会学的学者们研究刻板印象是如何在日常交流和媒体中被塑造，保持和分享。

与“跨文化对话”相适应吗？

从认知角度来看，刻板印象的概念引导人们如何解释所获得的信息从而影响人们的决策和行为。从构成角度来看，交流中的刻板印象有助于促进文化认同和理解不同的文化。两个角度对刻板印象的看法，都说明刻板印象通过固有的不知不觉的方式影响人们的跨文化交流，同时也包括阻止人们参与跨文化对话。

此领域还有哪些可以研究的问题？

通过交流沟通传递刻板印象，这种观念在文化的传承中不断复制代代相传。人们试图传承不带有偏见性的刻板印象，但基于刻板印象的守旧观念依然在社会中存在。传播学研究学者们应该进一步研究关注刻板印象如何转化成为文化知识的一部分，和人们应该如何克服固有观念。

参考文献

- Hamilton, D. L., Sherman, S. J. & Ruvolo, C. M. (1990). Stereotype-based expectancies: Effects on information processing and social behavior. *Journal of Social Issues*, 46, 35-60.
- Hinton, P. R. (2000). *Stereotypes, culture, and cognition: Psychology focus*. Philadelphia, PA: Psychology Press.
- Kurylo, A. (2013). *The communicated stereotype: From celebrity vilification to everyday talk*. Lanham, MD: Lexington Books.

译者：贺敏，皇家路大学，加拿大