

стандартным принципом-стереотипом: «дорогое = хорошее». Многочисленные исследования показывают, что люди, которые не уверены в высоком качестве товара, часто пользуются этим стереотипом (смотрите данные в работе Olson, 1977). Людям, которым требовались «хорошие» ювелирные изделия, подорожавшие изделия из бирюзы показались более ценными и желанными. Таким образом, цена превратилась в черту, играющую роль спускового крючка при определении качества; один только бросающийся в глаза рост цены привел к бросающемуся в глаза увеличению объема продаж жаждущим высокого качества продукции покупателям.<sup>1</sup> *Щелк, зажужжало!*

## Ставка на стереотипное<sup>2</sup> мышление

Легко обвинять туристов в их глупых решениях относительно покупок. Однако более пристально взглянув на ситуацию, можно дать ей объективное объяснение. Покупатели были людьми, которых воспитали на правиле «вы получаете то, за что платите» и которые видели, что это правило подтверждалось в их жизни неоднократно. Вскоре они модифицировали это правило в утверждение

---

<sup>1</sup> Классическим примером является феномен торговой марки *Chivas Scotch Whiskey*. Объемы продаж виски этой марки резко возросли после того, как на этот продукт была установлена цена, существенно превышающая цены конкурирующих марок. Характерно, что сам по себе продукт нисколько не изменился (Aaker, 1991).

<sup>2</sup> В оригинале используется слово *shortcut*, которое означает и «ярлык для запуска программы» (этот смысл данного слова известен пользователям компьютеров), и «кратчайший путь», и «экономный, рациональный путь достижения чего-либо», и «стереотип». Мы предпочли перевести его как «стереотип», огласив в данном примечании весь список значений. — *Примеч. пер.*

«дорогое = хорошее». Стереотип «дорогое = хорошее» достаточно эффективно работал в их прошлом, поскольку в норме цена предмета возрастает по мере увеличения его ценности; более высокая цена, как правило, соответствует более высокому качеству. Поэтому неудивительно, что, не имея особых познаний в ювелирном деле, покупатели определили достоинство ювелирных изделий по их стоимости (Rao & Mongro, 1989).

Хотя покупатели бирюзы, скорее всего, не осознавали этого, они сделали ставку на стереотипное мышление. Вместо того чтобы хорошенько подумать и потратить время на выявление признаков, которые могли указать истинную стоимость изделий из бирюзы, они пошли по кратчайшему пути и сосредоточили внимание на цене как единственной критерии качества товара. Покупатели сделали ставку на то, что цена адекватно соответствует стоимости и качеству продукта, и этой информации им было достаточно. В данном случае из-за ошибки продавца, перепутавшего «1/2» и «2», оказалось, что они сделали неправильную ставку. Однако весь их жизненный опыт показывал, что обычно этот стереотип отражает самый рациональный подход к решению проблемы.

Фактически автоматическое, стереотипное поведение у людей превалирует, поскольку во многих случаях оно наиболее целесообразно (Gigerenzer & Goldstein, 1996), а в других случаях — просто необходимо (Bodenhausen & Macrae & Sherman, 1999; Fiske & Neuberg, 1990). Мы с вами существуем в необыкновенно разнообразном окружении. Для того чтобы вести себя в нем адекватно, нам нужны кратчайшие пути. Не следует ожидать от себя осознания и анализа всех аспектов каждой личности, события или ситуации, с которыми мы сталкиваемся. У нас нет на это времени, энергии или нужных способностей. Нам приходится очень часто пользоваться стереотипами для класси-

фикации вещей в соответствии с немногими ключевыми чертами, а затем реагировать не задумываясь, когда мы сталкиваемся с той или иной чертой, играющей роль спускового крючка.

Не всегда поведение, которое начинает проигрываться, соответствует ситуации, потому что даже самые лучшие стереотипы и черты, играющие роль спускового крючка, не всегда срабатывают. Но мы признаем их несовершенство, поскольку реально не существует другого выбора. Без этих стереотипов мы были бы словно заморожены — регистрируя, оценивая, проверяя, — пока время для действия стремительно пронесется мимо. Судя по всему, мы будем в еще большей степени полагаться на стереотипы в будущем. Поскольку стимулы, наполняющие нашу жизнь, продолжают становиться все более сложными и разнообразными, мы вынуждены все больше зависеть от своей способности рационально мыслить и действовать, чтобы справиться с потоком всех этих стимулов.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Возьмите, например, «усовершенствование», предлагаемое цивилизацией, — купон, дающий право на скидку (Zimmatore, 1983). Наличие купона позволяет покупателям допускать, что они дешевле купят что-либо при его предъявлении. Степень, до которой мы научились механически оперировать этим допущением, хорошо иллюстрируется опытом одной компании, занимающейся продажей автомобильных шин. Разосланные по почте купоны, которые — из-за типографской ошибки — не предлагали получателям никаких льгот, вызвали такой же покупательский отклик, как и правильно напечатанные купоны, которые предлагали существенную экономию. Дело в том, что мы ожидаем от подобных купонов двойной услуги. Мы не только предполагаем, что они сэкономят нам деньги, но также ожидаем, что они сэкономят нам время и умственную энергию. В современном мире первое преимущество нам необходимо, чтобы справиться с излишней нагрузкой на бумажник; но нам необходимо и второе преимущество, чтобы бороться кое с чем потенциально более важным — с перегрузкой мозга.

Психологи установили, что мы пользуемся рядом мыслительных стереотипов, вынося свои повседневные суждения (Chaiken & Trope, 1999; Kahneman, Slovic & Tversky, 1982). Было введено даже специальное понятие — *оценочная эвристика*. Механизм действия мыслительных стереотипов в большинстве случаев имеет много общего с механизмом действия правила «дорогое = хорошее». Склонность к упрощенному мышлению, как правило, оказывается весьма полезной, но часто приводит к тому, что мы совершаем серьезные ошибки. Нас нередко призывают верить тому, что нам говорят, или делать то, что нам предлагают. Рассмотрим, например, правило-стереотип, которое гласит: «Если так говорит авторитетное лицо, это должно быть верно». Как будет более подробно рассмотрено в главе 6, в нашем обществе существует тенденция принимать без раздумий утверждения и указания индивидов, которые кажутся авторитетами в данной области. То есть вместо того, чтобы рассмотреть доказательства «эксперта» с логической точки зрения, мы часто игнорируем аргументы и позволяем убедить себя посредством простого упоминания статуса «эксперт». Тенденция механически реагировать на отдельный элемент информации в каждой конкретной ситуации является тем, что мы называем автоматическим реагированием или реагированием по типу *щелк, зажужжало*; тенденция реагировать на основании тщательного анализа всей имеющей отношение к делу информации рассматривается как *контролируемое реагирование* (Chaiken & Trope, 1999).

Многочисленные лабораторные исследования показали, что люди склонны осмысленно реагировать на информацию тогда, когда у них есть и желание, и возможность тщательно ее анализировать; в противном случае люди предпочитают реагировать по типу *щелк, зажужжало*

(смотрите работы Chaiken & Troppe, 1999, Petty & Wegener, 1999). В университете Миссури было проведено интересное исследование (Petty, Cacioppo & Goldman, 1981). Студентам дали прослушать запись выступления, в котором речь шла о необходимости сдачи студентами-выпускниками экзамена по всему пройденному на последнем курсе материалу для получения допуска к окончанию и выпуску. Проблема сильно затрагивала студентов, поскольку им сообщили, что такой экзамен может быть введен уже в следующем году — до того, как они успеют закончить университет. Неудивительно, что эта тревожная новость вызвала у студентов желание тщательно проанализировать приведенные аргументы. Однако для другой группы студентов данный вопрос не имел большого личного значения, поскольку им сказали, что экзамен будет введен только после того, как они окончат университет; у студентов из этой группы не возникло сильной потребности тщательно анализировать аргументы. Результаты исследования нетрудно было предвидеть. На мнение тех испытуемых, которые не имели личной заинтересованности в данном вопросе, прежде всего повлияла компетентность человека, выдвинувшего данное предложение, в сфере образования. Эти студенты воспользовались правилом «если так говорит специалист, значит, это должно быть верно» и практически не обратили внимания на убедительность приведенных доказательств. На тех же испытуемых, для которых данный вопрос имел личное значение, статус оратора практически не оказал влияния; они прежде всего отметили силу выдвинутых аргументов.

Итак, похоже, что когда реагирование по типу *щелк, зажужжало* становится опасным, мы обеспечиваем себя страховочной сеткой. Мы начинаем борьбу с соблазном автоматически отреагировать на один-единственный (играющий роль спускового механизма) элемент имеющейся в нашем

распоряжении информации, когда встающая перед нами проблема является для нас важной. Без сомнения, так происходит в большинстве случаев (Leippe & Elkin, 1987). Однако все не так просто. Вспомните, ранее мы узнали, что люди склонны осмысленно реагировать только тогда, когда у них есть желание и возможность анализировать информацию. Я пришел к выводу, что напряженный ритм современной жизни часто не позволяет нам принимать полностью осмысленные решения даже по многим важным для нас вопросам (Cohen, 1978; Milgram, 1970). Иногда вопросы бывают такими сложными, время — таким ограниченным, отвлекающие моменты — такими назойливыми, эмоциональное возбуждение — таким сильным, умственное напряжение — таким высоким, что мы не в состоянии быть внимательными и действовать обдуманно. Важен вопрос или нет — мы вынуждены мыслить стереотипно.<sup>1</sup>

Здесь уместно будет поговорить о фатальных последствиях так называемого феномена капитанства (Foushee, 1984). Специалисты Федеральной авиационной администрации (Federal Aviation Administration), занимающиеся установлением причин несчастных случаев, обратили внимание, что нередко очевидная ошибка капитана не исправляется другими членами команды, что приводит к крушению. Похоже, несмотря на очевидную личную значимость вопросов, связанных с управлением самолетом, члены команды использовали правило-стереотип «если так говорит специа-

---

<sup>1</sup> Заметьте, что даже если мы не всегда применяем комплексный подход к решению важных для нас проблем, мы хотим, чтобы те, кто является для нас авторитетом в той или иной области — врачи, бухгалтеры, юристы, брокеры, — применили бы этот подход за нас (Kahn & Varon, 1995). Когда мы стоим перед необходимостью сделать нелегкий выбор, нам нужен подробный, добросовестный анализ ситуации, и часто мы идем по самому простому пути: перекладываем эту задачу на тех людей, мнению которых мы доверяем.

лист, это должно быть верно», не обращая внимания на гибельную ошибку капитана (Harper, Kidera & Cullen, 1971).

В воспоминаниях Джона Уотсона (John Watson), возглавлявшего *IBM*, также содержится подтверждение этого феномена. Во время Второй мировой войны Уотсону было поручено расследование причин авиакатастроф, в которых пострадали или погибли представители высшего офицерского состава. Одна из самых знаменитых авиакатастроф произошла следующим образом. У генерала Узала Энта (Uzal Ent) внезапно заболел второй пилот, и его заменили другим летчиком, который считал за необыкновенную честь лететь вместе с легендарным генералом. Во время взлета генерал Энт начал напевать про себя, покачивая в такт головой. Новый второй пилот воспринял этот жест как приказ поднять шасси. Несмотря на то что самолет явно не набрал необходимой скорости, он выполнил «приказ», что привело к падению самолета. В результате крушения позвоночник генерала был поврежден лопастью пропеллера — и генерал остался парализованным. Уотсон так описал объяснения второго пилота: «Когда я читал рапорт второго пилота, я спросил его, почему он поднял шасси, если знал, что самолет не сможет взлететь? “Я думал, что генерал приказал мне”, — ответил он. Этот парень был глуп».

Действительно ли это было глупо? В этом конкретном случае — да. Но вполне объяснимо, особенно в том лабиринте стереотипов, который создает современная жизнь.

## Спекулянты

Странно, но несмотря на широкое использование и большое значение автоматических моделей поведения, большинство из нас очень мало знает о них. Какова бы ни была