

А.А. Волченко¹, Р.Н. Галиахметов¹

1 Красноярский институт железнодорожного транспорта, г. Красноярск, Российская Федерация

Стандарт естественности как стереотип сознания

Аннотация: Эта работа раскрывает понятие стереотипа как стандарта естественности жизни общества. Стереотипы выполняют функции социализации и адаптации человека, прежде всего, к своей национальной культуре, а также формулируют нормы поведения в конфликтной ситуации. Стандарт естественности является стереотипом сознания или стереотипом понимания, порождающий соответственно ряд стереотипов поведения.

Ключевые слова: Стандарт естественности, этноцентризм, концепция, конфликт, мышление.

A. A. Volchenko¹, R. N. Galiakhmetov¹

1 Krasnoyarsk Institute of railway transport, Krasnoyarsk, Russian Federation

The standard of naturalness as a stereotype of consciousness

Abstract: This paper reveals the concept of a stereotype as a standard of naturalness of society's life. Stereotypes perform the functions of socialization and adaptation of a person, first of all, to their national culture, and also formulate norms of behavior in a conflict situation. The standard of naturalness is a stereotype of consciousness or a stereotype of understanding, which generates a number of behavioral stereotypes, respectively.

Keyword: Standard of naturalness, ethnocentrism, concept, conflict, thinking.

В социологии и психологии XX века явление стереотипа было изучено достаточно хорошо. Впервые термин «стереотип» был введен в общественные науки в США в 20-е годы XX века, когда возникла необходимость изучения и объяснения законов функционирования массового сознания. Основателем концепции стереотипного мышления и поведения стал американский ученый Уолтер Липпман. В своей работе «Общественное мнение» У. Липпман утверждал, что стереотипы – «это упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой «картинки мира» в голове человека, которые экономят его усилия при восприятии сложных социальных объектов и защищают его ценности, позиции и права» [5, с. 37].

С тех пор было предложено огромное количество определений стереотипа. Так, Т. Шибутани определяет социальный стереотип как «популярное понятие, обозначающее приблизительную группировку людей, с точки зрения какого-то легко различимого признака, поддерживаемое широко распространенными представлениями относительно свойств этих людей».

В конце 50-х годов в западной научной мысли наибольшую популярность получило определение, предложенное американским психологом и социологом Кимбаллом Юнгом. Стереотип понимался им как «ложная классификационная концепция, с которой, как правило, связаны какие-то социальные чувственно-эмоциональные тона сходства и различия, одобрения или осуждения другой группы» [2; С. 12-13]. После такого взгляда к стереотипам стали относиться как к чему-то заведомо ложному, неверному. Стереотип стал выступать синонимом ошибочной оценки или предвзятого мнения о явлениях или группах. Лишь с возникновением гипотезы О. Клайнберга стало распространяться суждение о наличии в стереотипах некоего «зерна истины» [7; С. 242].

В отечественной науке также были предприняты попытки дать определение понятию «стереотип». И.С. Кон дает такое определение: стереотип – это «предвзятое, т.е.

не основанное на свежей непосредственной оценке каждого явления, а выведенное из стандартизированных суждений и ожиданий, мнение о свойствах людей и явлений» [4; С. 188].

Важно отметить, что все социальные стереотипы имеют два взаимосвязанных уровня: стереотипы поведения и стереотипы сознания. Стереотип поведения – это устойчивое, регулярно повторяющееся поведение социокультурной группы и принадлежащих к ней индивидов, которое зависит от функционирующей в этой группе ценностно-нормативной системы.

Стереотип сознания фиксирует идеальные представления ценностно-нормативной системы и выступает основой для формирования стереотипа поведения. Стереотипы сознания создают модели поведения, стереотипы поведения внедряют эти модели в жизнь.

Несмотря на то, что долгое время в науке к стереотипу относились отрицательно и рассматривали его как ложное представление, которое формирует ошибочные представления людей о происходящем, деформирует процесс интерпретации и характер межличностного взаимодействия, сегодня признаны его позитивные функции в жизни общества. Без них, при отсутствии исчерпывающей информации о происходящем или наблюдаемом, невозможны были бы ни адекватная оценка, ни адекватный прогноз. Во-первых, стереотип позволяет резко сократить время реагирования на изменяющуюся реальность; во-вторых, ускорить процесс познания; в-третьих, предоставить хоть какое-то первичное основание для ориентировки в происходящем. Стереотипы облегчают понимание. «Несмотря на упрощение и схематизацию, стереотипы выполняют необходимую и полезную функцию в регуляции процессов межличностного понимания. Это оказывается возможным потому, что в стереотипе объем истинных знаний нередко превышает объем ложных» [3; 107].

Д. Мацумото в своей книге «Психология и культура» рассматривает стереотипы как совершенно естественный результат социализации человека и приобщения его к своей культуре. Он пишет: «Наши эмоции, атрибуции и процессы внимания в равной мере сконструированы так, чтобы помочь нам подкрепить культурные знания, которые мы усвоили за многие годы приобщения к культуре и социализации. Даже содержание наших стереотипов, вероятно, служит подкреплению нашего ощущения «Я»; утверждая эти стереотипы, мы подкрепляем свою Я-концепцию. Таким образом, стереотипы — это неотъемлемая и важная часть полного набора психологических процессов, которые составляют наше ощущение «Я» и Я-концепт.» [6, С. 54].

С этой точки зрения, как утверждает Д. Мацумото, все люди этноцентричны, т.к. с необходимостью формируют представление о себе с помощью этнических или национальных стереотипов. «Я определяю этноцентризм как тенденцию оценивать мир с помощью собственных культурных фильтров. Из этого определения и знания того, как мы приобретаем эти фильтры, следует, что буквально каждый человек в мире этноцентричен.

Таким образом, эти «культурные фильтры» или «культурные стандарты», представленные в виде разного рода стереотипов, выполняют функции социализации и адаптации человека, прежде всего, к своей национальной культуре. Это обусловлено тем, что они являются «квинтэссенцией опыта» данного народа, отработанными в многовековой истории моделями понимания и поведения, которые уже доказали свою успешность. Поэтому они закрепляются в культуре и транслируются ей от поколения к поколению.

Итак, на основании того, что мы знаем о стереотипе, что мы можем теперь сказать о стандарте естественности?

Во-первых, стандарт естественности является стереотипом сознания или стереотипом понимания, порождающий соответственно ряд стереотипов поведения.

Во-вторых, поскольку это стереотип понимания, то стандарт естественности должен представлять упрощенное, схематичное представление о естественном состоянии природы и человека и о месте и роли в нем конфликта.

В-третьих, это схематичное представление должно быть связано с системой ценностей и норм, которые фиксируют позитивное или негативное отношение к естественному состоянию вообще и к его конфликтности в частности, а также формулируют нормы поведения в конфликтной ситуации.

Также стереотипы мышления явно проглядываются на фоне поколений. Как известно, существует три основных типа поколений: X, Y, Z. Поколение X – это люди 1965-1979 года рождения. В их характере патриотизм, семейные ценности, верность своей профессии и месту работы. Они достаточно тяжело меняют место работы и предпочитают остаться там до последнего, вне зависимости от удовлетворения трудом, ведь главное стабильность.

Поколение Y – это люди, рождённые в период с 1981 по 1995 год. В их характере гибкость, нестандартное мышление, легко меняют место работы, профессию, страну, семья уходит на второй план. Люди интернета и информатизации.

Поколение Z - это люди, рожденные в 1996 году и позже. В их характере еще больше нестандартного мышления, различные молодежные движения, погружение в мир информационных технологий и инноваций, при выборе рабочего места в приоритете стоит комфорт, удобный график. Огромное требование свободы и желание быть посвященным самим себе. Идеальная работа – online, открытие собственного дела.

В связи с разницей мышления и стереотипов возникает конфликт между поколениями, и если поколение Y и Z еще могут понять установки друг друга, то поколению X это сделать очень непросто.

Однако, мир не стоит на месте, и мы должны идти в ногу со временем, а не жить привычками прошлого.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – М.: 1990 г.
- 2 Бабаева А.В. Мужское и женское поведение в истории культуры (пособие по спецкурсу). – Воронеж, 2000.
- 3 Галиахметов Р.Н. Социально-философский анализ конфликта, автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук / Сиб. гос. аэрокосм. ун-т им. акад. М.Ф. Решетнева. Красноярск, 2010
- 4 Знаков В.В. Психологическое исследование стереотипов понимания личности участников войны в Афганистане. // Вопросы психологии. – 1990 г.
- 5 Кон И.С. Психология предрассудка (о социально-психологических корнях этнических предрассудков). // Новый мир. 1966 г. - № 9.
- 6 Липпман У. Общественное мнение. /Пер. с англ. Т.В. Барчунова. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004 г. 384 с.
- 7 Мацумото Д. Психология и культура. – СПб: ПРАЙМ – ЕВРОЗНАК, 2002 г.
- 8 Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. – М.: 2000 г.
- 9 Шихарев П.Н. Современная социальная психология в Западной Европе. – М.: Наука, 1985 г.

BIBLIOGRAPHIC LIST

- 1 Ageev V. S. Intergroup interaction: socio-psychological problems. - Moscow: 1990.
- 2 Babaeva A.V. Men's and women's behavior in the history of culture (special course manual). - Voronezh, 2000.

3 Galiakhmetov R.N. Socio-philosophical analysis of the conflict, abstract of the dissertation for the degree of candidate of philosophical Sciences / Sib. state. aerospace. UN-t im. Akad. M. F. Reshetnev. Krasnoyarsk, 2010

4 Signs V. V. Psychological research of stereotypes of understanding the personality of participants in the war in Afghanistan. // Question of psychology. - 1990

5 Kon I. S. Psychology of prejudice (on the socio-psychological roots of ethnic prejudice). // Novy Mir. 1966-No. 9.

6 Lippman U. Public opinion. / Translated from English by T. V. Barchunova, Moscow: Institute of the Public opinion Foundation, 2004, 384 p.

7 Matsumoto D. Psychology and culture. - Saint Petersburg: PRIM

Информация об авторах

Волченко Анастасия Алексеевна – бакалавр, студент Красноярского института железнодорожного транспорта, факультет очного обучения специальности «Управление персоналом», г. Красноярск, e-mail: nastenka.volchenko@mail.ru

Authors

Anastasia Alexeevna. Volchenko - bachelor's degree, student of the Krasnoyarsk Institute of railway transport, faculty of full-time training, specialty "personnel Management", Krasnoyarsk, e-mail: nastenka.volchenko@mail.ru