

image not found or type unknown



Есть разные типы стереотипов. В частности, различают автостереотипы, отражающие представления людей о себе, и гетеростереотипы, отражающие представления о других людях, другой социальной группе. Например, то, что считается проявлением благоразумия у своих людей и проявлением жадности в других людях. Есть много стереотипов, которые люди считают образцом для подражания.

Следовательно, эти фиксированные представления имеют довольно сильное влияние на людей, стимулируя формирование у них таких черт характера, которые отражаются в стереотипе.

Стереотипы могут быть индивидуальными и социальными, выражать представления о целой группе людей. Чаще всего к социальным стереотипам относятся этнические, гендерные, политические и ряд других стереотипов.

Стереотипы также можно разделить на стереотипы поведения и стереотипы сознания. Поведенческие стереотипы - это устойчивые и регулярно повторяющиеся модели поведения социокультурной группы и отдельных лиц, входящих в нее, которые зависят от системы нормативных ценностей, функционирующих в этой группе. Они тесно связаны со стереотипами сознания. Стереотипы сознания как фиксированные идеальные представления о нормативной системе ценностей служат основой для формирования поведенческих стереотипов. Стереотипы сознания создают шаблоны поведения, стереотипы поведения реализуют эти шаблоны в жизни.

При анализе стереотипов необходимо учитывать как отрицательные, так и положительные психологические последствия стереотипов. С одной стороны, стереотипное суждение о другом человеке часто действует как предубеждение. Возникающий в условиях недостатка информации социальный стереотип часто оказывается ложным и играет консервативную роль, формируя у людей неправильные представления о происходящем, деформируя процесс интерпретации происходящего и характер межличностного взаимодействия.

Любой социальный стереотип, подтвердившийся в другом и, следовательно, неэффективный в решении проблемы ориентации человека в окружающем его социальном мире. С другой стороны, наличие социальных стереотипов играет очень важную роль в общественной жизни по той простой причине, что без них, при отсутствии исчерпывающей информации о том, что происходит или наблюдается, ни адекватная оценка, ни прогноз были бы невозможны.

Во-первых, стереотип может резко сократить время отклика на изменяющуюся реальность; во-вторых, чтобы ускорить процесс обучения; в-третьих, предоставить хотя бы некоторую первичную основу для руководства относительно того, что происходит. Стереотипы способствуют пониманию. Несмотря на упрощение и схематизацию, стереотипы играют необходимую и полезную роль в психологической регуляции процессов межличностного понимания. Это возможно потому, что в стереотипе объем истинного знания часто превышает объем ложного знания.

Таким образом, свойства стереотипов недостаточно изучены в работах и западных и отечественных исследователей. Однако, на наш взгляд, все же можно выделить ряд свойств, которые наиболее часто упоминаются в психологической литературе.

Изучение двух последних функций позволит, по мнению Тейфеля, создать теорию социальных стереотипов. Он указывает, что социальная психология, история и просто повседневный опыт уже накопили обширный эмпирический материал, указывающий на то, что социальные стереотипы действительно выполняют эти функции на групповом уровне. Немецкий исследователь У. Квастхофф выделяет следующие функции стереотипов:

- познавательные - обобщение (иногда чрезмерное) при заказе информация - когда замечено что-то удивительное. Например, при ассимиляции чужой культуры на иностранный язык необходимо заменить одни стереотипы (регулирующие интерпретацию речи) другими;
- аффективный - определенная мера этноцентризма в межнациональном общении, проявляющаяся в постоянном выделении «своих» в противоположность «чужим»;
- социальная - дифференциация «внутригрупповая» «вне группы»: приводит к социальной категоризации, формированию социальных структур, которые активно ориентируются в повседневной жизни.

В лингвистических исследованиях стереотипы интерпретируются как специальные формы хранения знаний и оценок, т. е. ориентировочные концепции поведения. Исследователи рассматривают стереотипы как ядро

механизма традиции и этнической самобытности в культуре. Психические стереотипы увековечиваются языком или другим семиотическим кодом (например, визуальными образами).

У них есть: вне группы, что ведет к социальной категоризации и созданию структур, которые направляют людей в повседневной жизни.

Слух - это сообщение, быстро распространяющееся по неформальным каналам, которое основано на подлинных фактах, но отличается по содержанию от этого факта и несет в себе оттенок нереальности и самонадеянности. Надо сказать, что слухи могут распространяться в любом обществе, но только в массовом обществе они являются наиболее характерной чертой социальных взаимодействий. Многие исследователи отмечают, что большая часть наших неформальных разговоров состоит из слухов. В каждом разговоре с соседями, сотрудниками или просто с людьми, которым небезразлична судьба России, дела государства или проблемы русского искусства, неизбежно обсуждаются слухи, что способствует их распространению.

В то же время людей не устраивает обсуждение реальных фактов, особенно тех, которые распространяются через официальные информационные каналы. Воспринимая и усваивая такую информацию, людей интересует не правдивость того, что они слышат, а только ее правдоподобие. Однако большинство людей склонны ассимилировать и распространять самые неправдоподобные слухи, полагая, что «без огня нет дыма». Желание людей узнать подробности значимых для них событий -

основа для появления слухов.

Последствия слухов в массовом обществе очень велики. Таким образом, слухи могут подорвать репутацию политика, быть в высшей степени аморальной с моральной точки зрения, дискредитировать любую деятельность, создать положительный имидж организации, продукта или услуги или, наоборот, разрушить ее. Именно сильное влияние слухов на политическую жизнь и на определенные части рыночной среды делает необходимым расследовать слухи и использовать их для управления институциональной и рыночной средой организации.

Определяя механизм действия слухов, американские исследователи Дж. Олпорт и Л. Постман в своей работе «Психология слуха» отмечают, что большинство слухов рождаются не в результате интересной и содержательной беседы, а из желания услышать пикантные или необычные новости. Человек с большей вероятностью будет воспринимать слух и верить в него, если его ожидания относительно предмета слушания обоснованы, например, нежелание или снятие эмоционального стресса. Таким образом, люди, которые придерживаются прокоммунистической политической ориентации, не любят демократически настроенных лидеров и недовольны изменениями в обществе, будут помнить, повторять и распространять слухи, которые позорят и дискредитируют их политических соперников и их действия.

СМИ могут легко генерировать или поддерживать эти слухи, например, с помощью спорных или непроверенных предположений.

Подобные действия лежат в основе построения или, наоборот, размывания имиджа политика, партии или движения в политической среде. На рынке аналогичные действия выполняются в отношении изображения формы, деятельности или продукта.

Во время передачи и распространения слухи постоянно меняются и неосознанно искажаются людьми в смысле отстаивания собственных позиций. Члены массового общества некритически воспринимают слухи и верят им, если они входят в систему своих идей, убеждений или эмоционально объясняют природу социальных явлений. Примеры таких слухов - выделение «лиц кавказской национальности» из членов общества, постоянно обновляемая оценка деятельности каждого политического лидера и т. д.

Существование стереотипов неоднозначно и противоречиво. С одной стороны, стереотипы значительно упрощают процессы познания и творчества, позволяя широко использовать существующие знания и навыки, которые представляют собой сложный набор стереотипов, а с другой стороны, они также ограничивают нашу способность изучать новые вещи, которые выходят за рамки понятий или противоречат им.

Сам по себе процесс стереотипирования не является ни плохим, ни хорошим, он выполняет объективно необходимую функцию, позволяя быстро и надежно категоризировать, упрощая социальную среду человека, учитывая социальные стереотипы только с негативной стороны является, по крайней мере, не объективным.

Таким образом, стереотипы влияют на способ прохождения информации, ее отбора (например, об ингруппе обычно запоминается наиболее благоприятная информация, а об аутгруппе – наиболее неблагоприятная). Стереотипы вызывают ожидания определенного поведения от других, индивиды невольно пытаются подтвердить эти ожидания. Стереотипы рождают предсказания, склонные подтверждаться (поскольку люди невольно «отбирают» модели поведения других людей, согласные со стереотипами). Стереотип всегда далек от собственного опыта. В современном обществе основным источником стереотипов все чаще становятся соответствующим образом подобранные сообщения СМИ.