Передерий В.А., Чеботарева А.С.

**Стереотипы в контексте социокультурной деятельности человека:
социологический аспект**

ФГБОУ ВО «Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т.

Трубилина»

(Россия, Краснодар)

doi: 10.18411/lj-02-2021-237

idsp: ljjournal-02-2021-237

Аннотация

Авторы статьи рассматривают понятие «стереотип» как систему социальных суждений, мнений, оценок окружающих, в том числе внутренних мотивов, знаний, опыта и мировоззренческих установок личности. В статье определены структура, основные уровни, разновидности и свойства стереотипов, приведены результаты социологических исследований, посвященных изучению проблемы социальных стереотипов в социально-гуманитарном знании.

Ключевые слова: стереотип, социальный стереотип, стандарты поведения, социокультурная деятельность, общественное мнение

Abstract

The authors of the article consider the concept of "stereotype" as a system of social judgments, opinions, assessments of others, including internal motives, knowledge, experience and ideological attitudes of the individual. The article defines the structure, basic levels, varieties and properties of stereotypes, presents the results of sociological research devoted to the study of the problem of social stereotypes in social and humanitarian knowledge.

Keywords: stereotype, social stereotype, standards of behavior, sociocultural activity, public opinion

В современном обществе широко распространено такое явление как стереотипы. Уже с раннего возраста детям навязывают определенные стандарты поведения. И зачастую во многих случаях не существует внятного объяснения тому, почему именно так, а не иначе человек должен поступать.

Изучив ряд учебной и научной литературы социально-гуманитарной направленности попробуем раскрыть значение термина «стереотип». Как нам кажется, стереотип можно представить в нескольких значениях:

- во-первых, как *устойчивое отношение* к событиям, фактам, социальным явлениям или процессам, сформировавшееся у человека на основе сравнения коллективного (общественного) мнения с внутренним образом конкретной личности;
- во-вторых, как *устойчивый образ* определенной личности, складывающийся в условиях недостаточного уровня знаний или сведений о нем.

Большинство людей считают такие образы верными, правильными, стараются им следовать, вырабатывая при этом стойкое отношение к ним. А потому в течение всего времени проживания в обществе люди принимают решения, совершают определенные действия и поступки, руководствуясь данными моделями (шаблонами) поведения и мышления. Такие социальные действия и взаимодействия называются «социальными стереотипами» и помогают людям правильно и уверенно ориентироваться в социальном пространстве, на основе ранее сформировавшихся

алгоритмов принятия «правильных решений», как со стороны коллективного, так и личного опыта. [9, с.671].

Любой из нас подвержен стереотипам. Они влияют на наше мировоззрение, поведение и способствуют часто неправильному восприятию действительности. СМИ, Интернет, общение с другими людьми, свой личный опыт, внутренние ощущения и интуиция – все это создает в нашем сознании большое количество различных стереотипов [2, с.265].

В социологии принято рассматривать структуру социального стереотипа, состоящую из двух основных уровней: когнитивного и ценностного. Когнитивный уровень связан с объективной информацией. Знания, сформированные субъектом общества, о сложных социальных процессах и явлениях на данном уровне, базируются на внутреннем восприятии, а, следовательно, упрощенном понимании и объяснении человеком воспринимаемой им информации. Отсюда, зачастую происходит искажение информации, что является одной из отличительных черт стереотипов. Ценностный уровень основан на субъективном отношении актора к социальной действительности, включает в себя внутренние эмоции, чувства, симпатии или антипатии к новому объекту, в связи с этим формируются стереотипы, основанные на ценностных убеждениях и ориентирах личности.

Любому социальному стереотипу присущи следующие свойства: *предвзятость*, когда человек сначала изучает источник воздействия и затем наполняет его неким смысловым содержанием; *ригидность*, социальные стереотипы обладают стабильностью и консервативностью; *оценочная окрашенность*, проявляется главным образом в наглядности стереотипов, в реальных поступках и действиях людей; *однозначность* одного и того же объекта; *репрезентативность*, упрощенный образ стереотипа, отличающийся многоукладностью характеристик целой группы [8, с.108-109].

В социологической практике различие представлений, ориентаций и установок индивидов позволяет объединять их на основе типичных признаков в определенные социальные группы [7, с.18]. В связи с этим ученые выделяют гендерные, этнические, политические, эстетические, этические, профессиональные социальные стереотипы. Например, в современном обществе преобладают стереотипы о сугубо «женской» или «мужской» профессии, «женских» или «мужских» обязанностях (при выполнении определенных социальных ролей супругами в браке). Российские исследователи Е.Г. Ефимов, Е.В. Ануфриева и И.Я. Небыков, анализируя социологические подходы И. Гофмана, Э. Бэйкера, Д. Абрамса, М. Хогга и Д. Бойд пришли к выводу, что стереотипы являются признаками социально-групповой идентичности. [4, с.64]

С помощью метода теоретического анализа данных нам удалось установить, что значительную роль в формировании стереотипов играет то, каким представляют образ успешных мужчин и женщин в сфере Медиа, культуре, политике и т.д. Итак, 83% успешных людей, которых во время опроса называли россияне, оказались мужчинами. Особенно заметно доминирование мужских образов в таких сферах деятельности, как политика (женских имен было названо только 4%), бизнес (1%) и цифровая экономика (1%). Чаще женщин ассоциируют с успехом в шоу-бизнесе (33%) женских имен, искусстве (19%), журналистике (18%) и спорте (15%). На такое восприятие во многом влияют общественное сознание, воспитание и семейный уклад.

Нам показались интересными результаты исследования Аналитического центра НАФИ в области изучения женского присутствия на российском рынке труда, в экономической отрасли и публичном пространстве. Статистические данные исследования по проблеме гендерных стереотипов освещены сотрудницей электронной версии журнала «Forbes woman» Анастасией Андреевой, они касаются стереотипов личных достижений и успешности, занимаемых должностей, карьеры и ведения бизнеса, финансовой ответственности и семейного уклада. Приведем лишь некоторые

из них: 71% россиян считает, что главное предназначение женщины – стать хорошей матерью и домохозяйкой; 89 % женщин видят мужчину главным по обеспечению семьи; 55% сообщают об обоюдном распределении полномочий, совместном решении семейных проблем; 32% россиян считают, что женщина между карьерой и семьей должна выбирать ведение домашнего хозяйства и сохранение семейного очага [1].

Все социальные стереотипы имеют как негативное, так и положительное влияние. Негативное влияние социальных стереотипов видно невооруженным глазом. Огромное количество судеб разрушено из-за влияния устоявшегося общественного мнения, например, неприятия неравных браков по национальности, по социальному статусу в обществе. Поддавшись стереотипам общества, человек может остаться несчастным на всю жизнь. Подобным образом стереотипы мешают человеку достичь определенного статуса в обществе, если он вырос в бедной семье. Таких примеров, к сожалению, множество. Редко когда говорят о положительной стороне стереотипов. Она проявляется в том, что с помощью стереотипов нам легче ориентироваться в этом мире. Благодаря им мы учимся отличать хорошее от плохого, в данном случае стереотипы выступают в качестве защиты от лишних переживаний и огорчений [3, с.135]. О позитивной роли стереотипов заявляет и М.Г. Новикова, изучившая стереотипы в управленческой деятельности посредством применения ряда социологических методов. Изучив материалы исследования трудно не согласиться с результатами проделанной ею работы. [5]

Итак, на основе вышеизложенного мы можем сделать определенные выводы. Во-первых, стереотипы выполняют определенные функции, имеющие как негативный, так и позитивный характер. Во-вторых, как мы уже утверждали ранее, социальные стереотипы с помощью социальных практик воздействуют на систему социальных отношений индивидов, конструируют условия для их самореализации и самовыражения [6, с.11]. В третьих, в процессе социализации, во время вхождения и погружения в социальный мир, стереотипы оказывают значительное влияние на различные сферы жизнедеятельности индивида, его характер, внутренние установки и взаимоотношения с другими людьми. Авторы статьи искренне надеются на то, что социальные стереотипы, основанные на гендерной дифференциации, в современном обществе в ближайшее время будут нивелированы и женщины, наравне с мужчинами, займут достойное место в системе социальных взаимоотношений индивидов.

1. Андреева А. Опасные взгляды: как гендерные стереотипы мешают развивать экономику // Forbes. 14.05.2020. <https://www.forbes.ru/forbes-woman/400407-opasnye-vzglyady-kak-gendernye-stereotipy-meshayut-razvivat-ekonomiku>
2. Бердникова А.Ю. Средства массовой информации как средство формирования стереотипов в обществе // Молодой ученый. – 2018. – № 16 (202). – С. 265-267.
3. Бянкина Е.А. Влияние социальных стереотипов на межличностные отношения // Юный ученый. – 2020. – № 6 (36). – С. 135-138.
4. Ефимов Е.Г., Ануфриева Е.Г., Небыков И.А. Стереотипы как признак социально-групповой идентичности пользователей социальных сетей (на материале фокус-групп) // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. – 2014. – №2-1 (40). – С. 63-67.
5. Новикова М.Г. Социальные стереотипы в управленческой деятельности социального работника // Научный журнал Дискурс. – 2018. – №7 (21). – С.180-190.
6. Передерий В.А. Конструирование идентичности студенческой молодежи в поле различных социальных практик: автореф. дисс. канд. социол. наук: 22.00.04. – Краснодар, 2009. – 29 с.
7. Передерий В.А. Технологии исследований социальной жизни. – Краснодар: ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный аграрный университет», 2012. – 129 с.
8. Питерова А.Ю., Тетерина Е.А. Социальные стереотипы: особенности формирования и изучения // Наука. Общество. Государство. – 2016. – Т.4. – №1 (13). – С.103-110.
9. Хижняк А.С. Формирование гендерных стереотипов в информационном обществе // Молодой ученый. – 2017. – №2 (136). – С.671-674.