# Министерство образования и науки Российской Федерации

Воронежский государственный университет

## Факультет философии и психологии

Отделение психологии

Кафедра общей и социальной психологии

## Курсовая работа

на тему:

### **Психологические механизмы**

формирования социальных

стереОТИПОВ

#### Студента 1 курса

Терпугова Д.С.

Научный руководитель

ст. преп. Ермолаев В.В.

**Воронеж 2004**

##### Содержание

|  |  |
| --- | --- |
|  | Стр. |
| Введение. | 3 |
| 1. Социальный стереотип как психологическое явление. |  |
| *§*1. Определение понятия. | 7 |
| *§*2. Свойства, функции и виды стереотипов. | 13 |
| *§*3. Установка как психологическая основа стереотипа. | 18 |
| 1. Механизмы формирования социальных стереотипов. | 20 |
| *§*1. Когнитивные процессы и их влияние | 22 |
| на формирование стереотипов. |  |
| *§*2. Роль эмоциональных состояний личности. | 32 |
| *§*3. Влияние социальных процессов и взаимоотношений. | 35 |
| 1. Психологические факторы образования стереотипов. | 40 |
| Заключение. | 42 |
| Список использованной литературы. | 44 |
|  |  |

Введение

Мы все живем в мире стереотипов. Именно стереотипы в значительной степени определяют моральные нормы, формируют политические, религиозные и мировоззренческие концепции. Поведенческие стереотипы тоже очень разнообразны и во многом определяют наше поведение, наши суждения и отношение к окружающему. Благодаря этим стереотипам мы четко знаем, как себя вести в том или ином случае; знаем, что плохо и что хорошо; знаем, кто прав, а кто не прав. Знаем, но это не значит, что так и есть в действительности потому, что стереотипы, на которых основаны наши суждения, могут быть сформированы на ошибочных предпосылках или определенных, не всегда обоснованных условностях.

Получение образования также базируется на формировании стереотипов мышления – ряда зафиксированных истин и методов, создающих основу наших знаний. Мы обычно забываем, а иногда и не знаем, каким именно путем были получены эти истины. Мы не задумываемся, почему дважды два – четыре, хотя при необходимости можем доказать справедливость такого суждения. В процессе обучения нам приходится усваивать и другие, более сложные истины, доказательство которых не всегда бывает простым, а иногда и возможным. Многое нами вообще принимается на веру и прочно закрепляется в нашем сознании в виде устойчивых стереотипов. И у нас появляется уверенность в том, что данная непреложная истина не подлежит обсуждению – иначе и быть не может.

Люди обыкновенно думают, что их восприятия и представления о вещах совпадают, и если два человека воспринимают один и тот же предмет по-разному, то один из них определенно ошибается. Собственные представления человеку кажутся верными и не подлежащими изменению.

Стереотипы – неотъемлемый элемент обыденного сознания. Ни один человек не в состоянии самостоятельно, творчески реагировать на все встречающиеся ему в жизни ситуации. Стереотип, аккумулирующий некий стандартизованный коллективный опыт и внушенный индивиду в процессе обучения и общения с другими, помогает ему ориентироваться в жизни и определенным образом направляет его поведение. Однако стереотип может быть как истинным, так и ложным. Он может вызывать и положительные эмоции, и отрицательные. Его суть в том, что он выражает отношение, установку данной социальной группы к определенному явлению.

Существование стереотипов в механизме познания носит двойственный, противоречивый характер. С одной стороны стереотипы значительно упрощают процессы познания и творчества, позволяя широко использовать имеющиеся знания и навыки, представляющие собой сложный комплекс стереотипов, а с другой – они же ограничивают нашу возможность познания нового, выходящего за рамки привычных понятий или противоречащего им.

Многие прекрасные специалисты в своей области деятельности оказываются не в состоянии преодолеть барьер стереотипов, с порога отвергают все, что не укладывается в их мировоззренческую концепцию. Сформировавшиеся стереотипы очень устойчивы и часто сохраняются на протяжении всей жизни человека, их разрушение обычно бывает очень болезненным процессом, влечет за собой раздражение, чувство дискомфорта, приводит к серьезным нарушениям психического равновесия, вплоть до стрессовых состояний, которые могут стать причиной инсульта или инфаркта. Отчасти враждебное отношение к новому определяется подсознательно действующим инстинктом самосохранения, который пытается защитить нас от возможных потрясений, связанных с разрушением устоявшихся стереотипов.

Таким образом, формирование стереотипов является обязательным элементом нашей культуры, но вместе с тем формирование стереотипов порождает и определенный консерватизм в нашей деятельности, в том числе и в процессе мышления. Зачастую люди не отдают себе отчета в том, какие именно причины повлияли на формирование представления о других людях и различных социальных процессах и не догадываются о том, что в первую очередь это социальные стереотипы.

К социальным стереотипам относятся как более частные случаи этнические, гендерные, политические и целый ряд других стереотипов. Их изучением наряду с психологией занимается социология, культурология, философия.

На наш взгляд, проблема социальных стереотипов актуальна в настоящее время. Есть основания предполагать, что стереотипы как элементы мифологического сознания, основанные на древних, глубинных пластах последнего, играют определяющую роль в принятии массами политических решений тогда, когда общество находится в переходном или кризисном состоянии. На силе стереотипов основана коммерческая реклама и торговые марки. Частое повторение слов и образов создает стереотипное представление о высоком качестве какого-то товара, это представление укореняется в подсознании и человек уже не критически воспринимает информацию об этом товаре. Таким образом стереотипы имеют достаточно сильное влияние на сознание людей и очень широкое распространение, границы которого трудно даже оценить.

В современной психологической литературе достаточно много внимания уделено изучению влияния социальных стереотипов на формирование представлений о человеке, о социальных группах и процессах. Но конкретно-психологические механизмы, лежащие в основе их образования, достаточно слабо изучены и, на наш взгляд, для полного понимания стереотипов, их свойств, характеристик, степени влияния на обыденное сознание эти механизмы необходимо изучить более пристально.

Объектом настоящего исследования являются социальные стереотипы, в первую очередь мышления, а также и поведения людей. Предметом исследования являются психологические механизмы, факторы, условия и предпосылки, влияющие на формирование социальных стереотипов.

Цель – обобщить известные психологической науке данные, различные теоретические исследования и эксперименты, посвященные проблеме социальных стереотипов, и попытаться создать классификацию конкретных механизмов их формирования.

Задачами соответственно являются знакомство с различными теоретическими подходами, имеющимися в литературе по данной теме, структурирование информации, определение взаимосвязей между различными психологическими явлениями, влияющими на процесс образования стереотипов, и выявление закономерностей их формирования.

Гипотеза исследования заключается в предположении о том, что формирование социальных стереотипов происходит как в результате действия индивидуальных когнитивных процессов и эмоциональных состояний личности, так и под воздействием социальных факторов (процессов социального познания, взаимодействия и взаимного влияния людей).

**Глава I. Социальный стереотип как психологическое явление**

*§1. Определение понятия*

Проблема социального стереотипа имеет обширную историографию. В западной психологии, политологии и социологии теории стереотипов разрабатываются, в основном, на макротеоретическом уровне. В этих исследованиях содержатся различные интерпретации стереотипа, как некоего образования с определенными психологическими механизмами, формирующимися под воздействием разнообразных внешних и внутренних факторов.

Впервые термин «стереотип» был введен в общественные науки в 20-е годы ХХ века в США, когда возникла необходимость изучения и объяснения законов функционирования массового сознания. Основателем концепции стереотипного мышления и поведения стал американский ученый Уолтер Липпман (Walter Lippman). В своей работе «Общественное мнение» (1922 г.) У.Липпман утверждал, что 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 [4; 9].

В своей работе У.Липпман выделил две важные, на его взгляд, причины, которые оказывают влияние на формирование стереотипов. Первая причина – использование принципа экономии усилий, характерного для повседневного человеческого мышления и выражающегося в том, что люди стремятся не реагировать каждый раз по-новому на новые факты и явления, а стараются подводить их под уже имеющиеся категории. Вторая причина – это защита существующих групповых ценностей.

С тех пор было предложено огромное количество конкретных определений социального стереотипа. В зависимости от теоретической ориентации автора на первый план выдвигаются соответствующие аспекты этого явления.

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» [23; 98].

Р.Таджури (R.Taguiri) понимает под социальным стереотипом «склонность воспринимающего субъекта легко и быстро воспринимаемого человека в определенные категории в зависимости от его возраста, пола, этнической принадлежности, национальности и профессии, и тем самым приписывать ему качества, которые считаются типичными для людей этой категории» [2; 95].

Г.Тэжфел (H.Tajfel) суммировал главные выводы исследований в области социального стереотипа:

1. люди с легкостью проявляют готовность характеризовать обширные человеческие группы (или социальные категории) недифференцированными, грубыми и пристрастными признаками;
2. такая категоризация отличается прочной стабильностью в течение очень длительного времени;
3. социальные стереотипы в некоторой степени могут изменяться в зависимости от социальных, политических или экономических изменений, но этот процесс происходит крайне медленно;
4. социальные стереотипы становятся более отчетливыми («произносимыми») и враждебными, когда возникает социальная напряженность между группами;
5. они усваиваются очень рано и используются детьми задолго до возникновения ясных представлений о тех группах, к которым они относятся;
6. социальные стереотипы не представляют большой проблемы, когда не существует явной враждебности в отношениях групп, но в высшей степени трудно модифицировать их и управлять ими в условиях значительной напряженности и конфликта [2; 95-96].

В конце 50-х годов в западной научной мысли наибольшую популярность получило определение, предложенное американским психологом и социологом Кимбаллом Юнгом (K.Joung). 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» [4; 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» [21; 242].

В американской науке существует множество направлений, которые разрабатывают социально-бихевиористские (У.Липпман, Р.О.Хара), психологические (Т.В.Адорно, М.Хоркхаймер), символически-интеракционистские (Т.Шибутани, Д.К.Дэвис. С.Дж.Бэран), феноменологические (Э.У. Вайнэки) теории в исследовании стереотипов.

Общим для американских исследований является то, что они в основном посвящены антростереотипам (то есть образам, формируемым в определенной социальной группе), их роли в сфере социальной и политической.

Изучение социальных стереотипов успешно продвигается в Польше благодаря старым научным традициям и современному интересу к проблеме. Доминируют исторический и общетеоретический подходы (А.Шафф, А.Бондар, А.Барциковский, А.Колосковская и др.).

Большое внимание в работах ученых Германии и Франции уделяется стереотипизации как процессу формирования стереотипов. Речь идет о приверженности стереотипам, склонности пользования ими в определенных ситуациях. Недостатком этих исследований является ограничение внимания к проблемам стереотипов теоретическими вопросами, без установления связи между стереотипами и конкретным действием.

В западноевропейской социальной психологии широко распространена точка зрения, согласно которой социальные стереотипы и ряд других феноменов группового и общественного сознания должны быть объединены в общую концептуальную схему.

В частности, швейцарский социальный психолог В.Дуаз выделил четыре уровня стереотипов:

* индивидуально-психологические особенности формирования представлений человека о своей социальной среде;
* представления, складывающиеся в ситуации межличностного общения;
* коллективные представления, формирующиеся в межгрупповых отношениях; социальный стереотип зарождается и функционирует именно на этом уровне;
* идеология, которая складывается под влиянием определенных исторических условий данного общества [24; 112].

В отечественной психологии до конца 50-х годов термин «стереотип» не употреблялся. Хотя проблема изучения шаблонов поведения человека ставилась. Наиболее всесторонне это было рассмотрено П.А.Сорокиным. Не вводя в обращение термин «стереотип», он описал процесс их функционирования в социокультурной группе. «Ряд процессов и форм поведения заранее зафиксирован в том или ином виде и выполняется большинством членов группы» [16; 13].

Исследователь подчеркивал, что «в каждой группе имеется определенный порядок взаимоотношений… Этот официально групповой шаблон поведения представляет как бы «костяк» группы, на котором дальше выводятся другие, более детальные узоры поведения» [16; 21]. Интегральным фактором всей социальной жизни здесь выступает коллективный рефлекс. Словом, вся социальная жизнь виделась ему в виде нескончаемой цепной реакции. И хотя «каждая социальная группа всегда имеет в своей среде «инакомыслящих», но они сплошь и рядом ведут себя согласно нормам «официальным» [16; 27]. Не использую понятия «стереотип поведения», П.А.Сорокин практически описал механизм их действия в социокультурных группах. Он рассмотрел и проблему смены шаблонов поведения, отмечая, что «моментальная, одновременная и тождественная смена шаблонов поведения у всех членов группы… почти не дана» [16; 34].

После работ П.А.Сорокина к проблеме устойчивых форм поведения долгое время не обращались, и только в конце 50-х – начале 60-х годов в отечественной науке появился ряд работ критического содержания, в которых рассматривались проблемы стереотипизации и стереотипов. Тогда же впервые в отечественной науке были предприняты попытки дать определение понятию «стереотип». В.А.Ядов под стереотипом понимал «чувственно окрашенные социальные образы» [27; 25]. 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» [9; 188].

Ю.А. Сорокин определяет стереотип как некоторый процесс и результат общения (поведения) согласно определённым языковым (семиотическим) моделям, список которых является закрытым в силу тех или иных семиотико-технических принципов, принятых в некотором социуме. При этом семиотическая модель, как система «правильного» общения, реализуется на социальном, социально-психологическом уровнях (стандарт) или на языковом, социально-психологическом уровнях (норма). Стандарт и норма существуют в двух видах: 1) штамп – избыточно эксплицированный (разъясненный) сложный знак; 2) клише – недостаточно эксплицированный сложный знак [17; 11].

В советской литературе исследование проблемы стереотипов связано с именами Шихирева П.Н., Шерковина Ю.Л., Гаджиева К.С., Кона И.С., Ядова В.А., Зака Л.А., Кондратенко Г.М и других. Им присущ классовый подход к проблеме исследования стереотипов, в их работах наиболее часто встречается определение стереотипа как «образа» или «набора качеств», как достаточно примитивного или эмоционально окрашенного представления о действительности, неадекватно отражающего объективные процессы. Однако сегодня большинство российских ученых (вслед за западными) стали более осторожно подходить к феномену стереотипа, считая последний преимущественно комплексным образованием и оценивая содержание его не только с негативной стороны (Агеев В.С., Васильева Т.В., Малышева И.В., Коробов В.К., Стефаненко Т.Г., Сорокин Ю.А., Янчук В.А. и др.).

Мы также придерживаемся той позиции, что сам по себе процесс стереотипизации ни плох и ни хорош, он выполняет объективно необходимую функцию, позволяя быстро и достаточно надежно категоризировать, упростить социальное окружение индивида, и рассматривание социальных стереотипов только с негативной стороны является по крайней мере не объективным.

*§2. Свойства, функции и виды стереотипов*

Как таковые свойства стереотипов изучены недостаточно в работах и западных и отечественных исследователей. Однако, на наш взгляд, все же можно выделить ряд свойств, наиболее часто упоминаемых в психологической литературе.

Основные свойства стереотипа:

1) Не развитый когнитивный компонент;

2) Поляризованность оценки (завышение оценки идет через автостереотип, занижение – через гетеростереотип);

3) Жесткая фиксированность стереотипа, устойчивость, проявляющаяся в разных ситуациях и являющаяся на взгляд многих исследователей главной характеристикой стереотипа;

4) Интенсивность эмоционального проявления;

1. Концентрированное выражение свойств социальных установок (четкий регулятор поведения группы).

Что касается функций стереотипов, то они изучены более подробно. Существует ряд классификаций, из которых наиболее важные, на наш взгляд, приведены ниже.

Г. Тэжфел выделяет четыре функции стереотипов, две из которых реализуются на индивидуальном уровне, две – на групповом.

Значение стереотипа на индивидуальном уровне:

– когнитивная (селекция социальной информации, схематизация, упрощение);   
 – ценностно-защитная (создание и поддержание положительного «Я-образа»).

На групповом уровне:

– идеологизирующая (формирование и поддержание групповой идеологии, объясняющей и оправдывающей поведение группы);  
 – идентифицирующая (создание и поддержание положительного группового «Мы-образа»).

Исследование двух последних функций позволит, по мнению Тэжфела, создать теорию социальных стереотипов. Он подчеркивает, что социальной психологией, историей, культурантропологией и просто житейским опытом уже накоплен большой эмпирический материал, свидетельствующий о том, что на уровне группы социальные стереотипы действительно выполняют указанные функции [24; 111].

Немецкий исследователь У. Квастгоф (U. Quasthoff) выделяет следующие функции стереотипов:

– когнитивная – генерализация (иногда чрезмерная) при упорядочении информации – когда отмечают что-либо бросающееся в глаза. Например, при усвоении чужой культуры на занятиях иностранным языком приходится одни стереотипы (регулирующие интерпретацию речи) заменять другими;

– аффективная – определенная мера этноцентризма в межэтническом общении, проявленная как постоянное выделение «своего» в противовес «чужому»;

– социальная – разграничение «внутригруппового» «внегрупповому»: приводит к социальной категоризации, к образованию социальных структур, на которые активно ориентируются в обыденной жизни [7; 178].

В рамках лингвистических исследований стереотипы трактуются как особые формы хранения знаний и оценок, т.е. концепты ориентирующего поведения. В стереотипизации исследователи видят ядро механизма традиции и этническое своеобразие культуры. Ментальные стереотипы фиксируются языком или иным семиотическим кодом (например, зрительными образами). Они имеют:

• когнитивную функцию, состоящую в генерализации при обработке информации;

• аффективную функцию – противопоставление «своего» и «чужого»;

• социальную функцию – разграничение внутригруппового и внегруппового, что ведет к социальной категоризации и образованию структур, на которые люди ориентируются в обыденной жизни.

На наш взгляд необходимо подчеркнуть одну особенность проблемы изучения стереотипов – тот факт, что явление стереотипизации привлекло внимание социологов гораздо раньше, чем внимание психологов, что оказало решающее влияние на содержательную интерпретацию функций стереотипов и в собственно психологический исследованиях. Как подчеркивает В.С.Агеев, «нерасчлененное представление о социальных и психологических функциях социального стереотипа, обусловленное смешением уровней научного анализа, приводит к однозначно негативной оценке социальных стереотипов как явления не только социального, но и психологического» [2; 96].

Негативное представление о стереотипах и их функциях действительно имело место в 50 – 60-е годы. Однако в последнее время эту проблему стараются рассматривать более объективно.

Существуют различные виды стереотипов. В частности, различают автостереотипы, отражающие представления людей о самих себе, и гетеростереотипы, отражающие представления о другом народе, другой социальной группе. Например, то, что у своего народа считается проявлением расчётливости, у другого народа – проявлением жадности. Люди воспринимают многие стереотипы как образцы, которым надо соответствовать. Поэтому такие фиксированные представления оказывают довольно сильное влияние на людей, стимулируя у них формирование таких черт характера, которые отражены в стереотипе.

Стереотипы могут быть индивидуальными и социальными, выражающими представления о целой группе людей. К социальным стереотипам относятся как более частные случаи этнические, гендерные, политические и целый ряд других стереотипов.

Стереотипы можно также разделить на стереотипы поведения и стереотипы сознания. Стереотипы поведения – это устойчивое, регулярно повторяющееся поведение социокультурной группы и принадлежащих к ней индивидов, которое зависит от функционирующей в этой группе ценностно-нормативной системы.

Они находятся в тесной связи со стереотипами сознания. Стереотипы сознания, как фиксирующие идеальные представления ценностно-нормативной системы, выступают основой для формирования стереотипов поведения. Стереотипы сознания создают модели поведения, стереотипы поведения внедряют эти модели в жизнь.

При анализе стереотипов необходимо учитывать как отрицательные, так и положительные психологические последствия стереотипизации. С одной стороны, выводимая из стереотипа схема суждения о другом человеке нередко действует как предубеждение. Возникая в условиях дефицита информации, социальный стереотип часто оказывается ложным и играет консервативную роль, формируя ошибочные представления людей о происходящем, деформируя процесс интерпретации происходящего и характер межличностного взаимодействия. Любой социальный стереотип, оказавшийся верным в одной ситуации может оказаться неверным в другой и, следовательно, неэффективным для решения задачи ориентировки личности в окружающем социальном мире.

С другой стороны, наличие социальных стереотипов играет весьма существенную роль в социальной жизни по той простой причине, что 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, например, чем больше стереотипов в тексте, тем легче он понимается. Несмотря на упрощение и схематизацию, стереотипы выполняют необходимую и полезную функцию в психологической регуляции процессов межличностного понимания. Это оказывается возможным потому, что в стереотипе объем истинных знаний нередко превышает объем ложных [8; 107].

Таким образом «стереотипы понимания, во-первых, регулируют процессы общения: если у не воевавшего человека и ветерана сходные представления о личности «афганцев», то это способствует возникновению взаимопонимания между ними. Во-вторых, стереотип представляет собой способ структурирования опыта понимающего субъекта, способ организации знаний, используемых для понимания другого человека» [8; 108].

*§3. Установка как психологическая основа стереотипа*

Поскольку функциональное поле стереотипов – граница сознательного и бессознательного в поведении человека, вопрос о соотношении стереотипа и установки является дискуссионным. Некоторые исследователи (особенно американские – С.Аш, Ф.Хайдер, Л.Фестингер) рассматривают стереотип в качестве когнитивного элемента установки, другие (например, наш отечественный исследователь, Суханов И.В.) отождествляют эти два понятия, третьи считают стереотип формой выражения установки (например, П.Н.Шихирев). Но более правомерно, на наш взгляд, говорить о том, что установка является психологической основой стереотипа [4; 11].

Установки существуют в общественной психологии, в сфере человеческих взаимоотношений. «Сталкиваясь с человеком, принадлежащим к какому-то определенному классу, профессии, нации, возрастной группе, мы заранее ожидаем от него определенного поведения и оцениваем конкретного человека по тому, насколько он соответствует (или не соответствует) этому эталону. Такое предвзятое, то есть не основанное на свежей, непосредственной оценке каждого явления, а выведенное из стандартизованных суждений и ожиданий мнение о свойствах людей и явлений психологи называют стереотипом» [10; 271-272].

В нашей стране теория установки детально разработана выдающимся грузинским психологом Д.Н. Узнадзе. Его определение установки: «Установка является целостным динамическим состоянием субъекта, которое обусловливается двумя факторами: потребностью субъекта и соответствующей объективной ситуацией» [22; 36]

В отличие сознательного побуждения (мотива), установка непроизвольна и не осознается самим субъектом. Но именно она определяет его отношение к объекту и сам способ его восприятия. «Человек, коллекционирующий переплеты, видит в книге прежде всего этот ее аспект и лишь потом все остальное. Читатель, обрадованный встречей с любимым автором, может вообще не обратить внимание на оформление книги. В системе установок, незаметно для самого человека, аккумулируется его предшествующий жизненный опыт, настроения его социальной среды» [10; 272].

Согласно диспозиционной концепции регуляции социального поведения личности [28; 89] человек обладает сложной системой различных диспозиционных образований, которые регулируют его поведение и деятельность. Эти диспозиции организованы иерархически. В основе такого деления лежит схема Д.Н.Узнадзе, согласно которой установка возникает всегда при наличии определенной потребности, с одной стороны, и ситуации удовлетворения этой потребности – с другой. В рамках данной концепции выделяется четыре уровня диспозиций: а) элементарные фиксированные установки; б) социальные фиксированные установки или аттитюды; в) базовые социальные установки; г) ценностные ориентации личности.

Понятие установки в понимании Д.Н.Узнадзе и понятие социальной установки не являются идентичными. Социальная установка (аттитюд) определяется как «психологическое переживание индивидом ценности, значения, смысла социального объекта», или как «состояние сознания индивида относительно некоторой социальной ценности». Социальная установка характеризуется более сложной структурой (аффективный, когнитивный, поведенческий компонент) и функциями (приспособительная; знания; выражения; защиты) [3; 292-293].

Социальная установка, как психологическое явление, представляет собой готовность воспринимать группы людей и другие социальные объекты определенным образом. Она придает когнитивному элементу социального стереотипа содержание и определяет его интенсивность, степень его эмоциональной насыщенности. Вначале у человека формируется установка, а затем стереотип наполняется соответственным этой установке содержанием. Поскольку стереотип выступает как проявление группового сознания, которое в свою очередь корректируется, то социальные установки или аттитюды, непосредственно влияют на восприятие и оценку реальности.

Установка в социокультурной среде проявляется в обычаях. На основе усвоения обычаев и следования им формируется система стереотипного поведения. Таким образом установка через существующие в данной социокультурной группе обычаи влияет на формирование шаблонов поведения, от трудовых приемов до этикета. Параллельно с этим процессом происходит формирование стереотипов сознания, представления о своей, о других социальных группах, отличных от собственной по ряду каких-либо критериев.

**Механизмы формирования социальных стереотипов**

Стереотипы являются продуктом нормальных, психологических процессов, которые естественным и неизбежным образом ведут к их формированию и сохранению. Следовательно, чтобы понять, как стереотипы создаются и сохраняются, важно обладать базовым пониманием психологических процессов, из которых они произрастают.

Источником формирования социальных стереотипов является как личный опыт человека, так и выработанные обществом нормы [6; 152]. Разные социальные группы, реальные (нация) или идеальные (профессиональная группа) вырабатывают стереотипы, устойчивые объяснения определенных фактов, привычные интерпретации вещей. Это вполне логично, так как стереотипизация — необходимый и полезный инструмент социального познания мира. Он позволяет быстро и на определенном уровне достаточно надежно категоризовать, упрощать социальное окружение человека. Сделать его понятным, следовательно, прогнозируемым.

Таким образом, селекция, ограничение, категоризация огромной массы социальной информации, ежеминутно обрушивающейся на человека, — когнитивная основа стереотипизации. Оценочная поляризация в пользу своей группы, дающая человеку чувство принадлежности и защищенности, — мотивационная основа этого механизма.

Механизмом формирования стереотипов являются и другие когнитивные процессы, потому что стереотипы выполняют ряд когнитивных функций – функцию схематизации и упрощения, функцию формирования и хранения групповой идеологии и т.д.

По мнению Д.Мацумото, стереотипы базируются на таких психологических процессах, как избирательное внимание, оценка, формирование понятий и категоризация, атрибуция, эмоции и память [13; 82]. На наш взгляд здесь необходимо добавить схематизацию как один из основных когнитивных процессов, лежащих в основе стереотипа, а также процессы усвоения индивидом уже сформированных стереотипов в процессе социальной идентификации и конформизма.

*§1. Когнитивные процессы и их влияние на*

*формирование стереотипов*

1. Категоризация

В своей повседневной жизни мы сталкиваемся с множеством стимулов – с объектами окружающего мира; с людьми, которых мы встречаем; с тем, что мы слышим или говорим, – и практически невозможно, чтобы мы отследили их все. То есть когда наше сознание создает ментальные образы всех людей, мест, событий, ситуаций и действий, с которыми мы сталкиваемся, невозможно представить все эти стимулы в виде одиночных, независимых блоков информации. Поэтому мы формируем понятия, посредством которых можем мысленно представлять эти события, ситуации, места и людей, так чтобы наше сознание могло с ними работать.

Понятие – это ментальная категория, которую мы используем для классификации событий, объектов, ситуаций, поведения или даже людей согласно тому, что мы воспринимаем как общие свойства. «Мы формируем понятия с тем, чтобы можно было оценивать информацию, принимать решения и действовать соответствующим образом. (Культуры различаются именно по тому, какими могут быть эти общие свойства.) Мы пользуемся этими общими свойствами, которые помогают нам при классификации или категоризации – процессе, посредством которого психологические понятия группируются вместе» [13; 83].

Намного легче и эффективнее создать понятия или категории информации, а также оценивать эти категории и действовать исходя из них, чем обрабатывать каждый индивидуальный элемент. В психологии исследование формирования понятий предполагает изучение того, как люди классифицируют или категоризируют события, объекты, ситуации и людей, превращая их в понятия.

Категоризация – «психический процесс отнесения единичного объекта, события, переживания к некоторому классу, в качестве которого могут выступать вербальные и невербальные значения, символы, сенсорные и перцептивные эталоны, социальные стереотипы, стереотипы поведения и т. п.» [15; 159].

Категоризация рассматривается как фундаментальная для процессов восприятия, мышления, языка и деятельности. Когда мы идентифицируем и обозначаем объект как что-либо (книга, животное, дерево) мы категоризируем. В подавляющем большинстве случаев категоризация осуществляется автоматически и не требует сознательной активности.

Формирование понятий и категоризация дают нам возможность организовать многообразие окружающего нас мира в виде конечного числа категорий. Обычно под *категорией* понимается группировка двух или более различаемых объектов, к которым могут быть применены сходные способы обращения. Категории налагают упорядоченность на сложное многообразие стимульного мира и благодаря этому позволяют эффективно взаимодействовать с ним. Отнесение различных объектов к категориям служит человеку руководством к действию: категория сокращает путь определения стратегии поведения, сводит этот процесс к наиболее краткому варианту.

Однако категоризация наряду с положительными моментами включает и отрицательные. Не всегда присутствует возможность схватывания тончайших нюансов объектов и динамики их изменения. Вычленяя и делая статичным характеристику объекта, мы сразу же придаем ей момент инерционности, приводящей к недостаточно быстрому фиксированию происшедших изменений или неточностей отражения. Таким образом мы создаем в своем сознании реальную основу для последующего возникновения устойчивого образа выделенного объекта, стереотипного представления о нем.

Социальной категоризацией согласно Г.Тэжфелу является «упорядочивание социального окружения на основе группирований личностей таким образом, который осмыслен для индивида». На этот процесс влияют ценности, культура и социальные представления. Коль скоро категории создались, они оказывают “настраивающий и фильтрующий эффект” на людские перцепции. Люди склонны к подкреплению своих представлений о социальном мире [29].

На то, что помнится о личности, влияет категория, в которую она помещена. Например, белый может не помнить, какие особенные черты относятся к “типичному” черному индивиду, но будет считать, что все черты категории “черный” являются релевантными данному индивиду. Вдобавок к этому, ожидания, формирующиеся об индивидах, основываются на знании категории, в которую помещается индивид, и индивиды склонны вести себя согласно с ожиданиями на их счет [29].

Социальная категоризация воздействует на социальные схемы, которые индивиды применяют в межгрупповых контактах; она определяет личность, объект или событие как члена отдельной категории. Социальная схематизация обеспечивает содержание категорий и размежевывает процесс категоризации на будущие перцепции, воспоминание и предположения.

Стереотипы являются содержанием категорий, которые относятся к людям. Стереотипы, поэтому, могут рассматриваться как «особые типы ролевых схем, которые организуют предшествующее знание и ожидания личности о других людях, которые подпадают под конкретные социально определенные категории». Ролевая схематика может основываться на таких факторах, как пол, раса, возраст или занятие, если перечислять только некоторые из них. Социальное стереотипирование имеет место, «когда комплекс черт, ролей, эмоций, способностей и интересов атрибутируются индивидам, которые категоризируются на основании легко идентифицируемых характеристик» [29].

Считается, что индивиды, принадлежащие к стереотипированной группе, являются похожими друг на друга и отличными от других групп по ряду атрибутов. Социальные стереотипы и связанные с ними склонностные атрибуты активируются в социальных ситуациях, где групповое членство является выпуклым. Социальные стереотипы наиболее тесно связываются с индивидами, которые воспринимаются как типичные для отдельной группы.

Таким образом, социальная категоризация является одним из основных механизмов формирования устойчивых представлений о различных социальных группах, в частности, социальных стереотипов, предубеждений и предрассудков.

2. Схематизация

### По мере категоризации личности, события или ситуации в процесс социализации включается схематизация – нахождение в опыте соответствующей схемы. Наиболее часто встречающееся определение схемы – знания о понятиях или типах стимулов, включающие их атрибуты и отношения между ними. Схемы представляют собой ряд взаимосвязанных мыслей, представлений, социальных установок и стереотипов, предоставляющих возможность быстрого распознания объектов при наличии ограниченных информационных ресурсов. В наиболее общем виде они представляют собой некоторые, основанные на индивидуальном опыте обобщенные представления в отношении объектов и ситуаций, применяемые к их быстрой оценке и прогнозированию возможного развития отношений. Когнитивные схемы организуют репрезентации людей по отношению конкретных аспектов их окружения, создают основания для ориентации и избрания оптимальной стратегии обращения. Схемы очень сходны с прототипами и часто используются взаимозаменяемо [29].

Во многих случаях, сталкиваясь с ситуацией или конкретным объектом, человек уже обладает некой схематизированной структурой представлений об объекте, ситуации и возможной логике развития событий. Более того, даже при очевидной для других неадекватности избранной схемы он упорно придерживается ее. Причем, человек буквально напичкан самыми разнообразными схемами, составляющими его алгоритмический оценочный и поведенческий багаж. Люди не снабжены всеми необходимыми атрибутами на каждый день. Каждый объект, а точнее представления о нем обладают элементом неопределенности, заполняемой наличными информационными ресурсами, представленными в имеющихся схемах. Ряд схем могут объединяться друг с другом в семантические сети. Чем более близки схемы друг по отношению к другу, тем более вероятна их одновременная активация, предоставляющая полезную информацию. Обладая способностью совершать выводы и делать обобщения на будущее, фиксируемые в опыте в виде схем люди получают дополнительные ресурсы оптимального функционирования. Последующая проверка правильности данной схемы приводит к увеличению вероятности ее будущего воспроизведения.

Янчук В.А. различает следующие типы схем: схемы личности; ролевые схемы; скрипты; схемы свободного содержания; схемы самости [29]. Для нашего понимания процессов формирования социальных стереотипов наиболее важно рассмотреть схемы личности и ролевые схемы.

**Схемы личности** – индивидуализированные структуры знаний о конкретных людях и их особенностях. По существу по отношению к любому знакомому, да и не знакомому человеку формируется некая имплицитная теория личности, которая представлена в опыте в виде схемы, отражающей субъективно наиболее существенные или значимые характеристики. Именно на этапе формирования этого представления о человеке и происходит насыщение схемы собственными суждениями, впоследствии укореняющимися в виде социальных стереотипов. Встречаясь с человеком, в большинстве случаев мы не осуществляем его детальное изучение, а как бы осуществляем поиск наиболее пригодной схемы и выступающей в дальнейшем в качестве ориентира для развития взаимоотношений. Детальность схемы во многом определяется степенью знакомства с человеком, его типичности и т.п. [29].

**Ролевые схемы** – структуры знаний о требованиях, предъявляемых к определенным социальным ролям. Каждый из нас обладает представлениями о том, что должен делать, каким должен быть человека, занимающий определенную позицию в обществе, т.е. выполняющий соответствующую социальную роль. Эти представления могут варьироваться от человека к человеку, от ситуации к ситуации, но, тем не менее, они определяют наши ожидания. На основе таких представлений и ожиданий и формируется социальный стереотип, в основе которого лежит установка, своеобразная предуготованность к определенного рода оценкам и интерпретациям [29].

**Использование схем**. Люди, ситуации и события могут обладать различными характеристиками, не всегда очевидными для выбора в качестве оснований для категоризации, а следовательно для выбора соответствующей схемы. В процессе выбора схем люди исходно предпочитают принятие скорее субтипов нежели уровня представленности в иерархии, а также более предпочтительное принятие стереотипов и социальных ролей по сравнению со схемами черт. Предпочтение может отдаваться так же более легко идентифицируемым и активизируемым схемам, основывающимся на индивидуально значимых индикаторах, например, цвету кожи, одежде, привлекательности, контекстуальной отличаемости (единственная женщина в компании мужчин) и т.п. Большую роль играет привычность использования схем к оценке человека [29].

Чем чаще схема используется, тем более верифицированной она субъективно воспринимается, формируя иллюзию валидности. Примером такого рода ригидности использования схем часто является практика людей, работающих в системе человек – человек в течение многих лет, в частности, педагогов. Опыт работы со многими классами и учениками приводит к типизации последних и последующей схематизации по крайней мере наиболее выделяющихся. В последствии же выработавшаяся схема начинает оказывать медвежью услугу педагогу, т.к. у него формируется представление о том, что он уже представляет, какое развитие взаимоотношений с данным учеником его ждет.

**Приобретение, развитие и изменение схем**. В соответствии с общей теорией схем они научаются или приобретаются из прямого или опосредованного опыта взаимодействия с социальным окружением. Именно через непосредственный опыт и происходит формирование основного репертуара схем.

Менее исследован процесс формирования схем. Большая часть из предложенных различными авторами процессов носит преимущественно гипотетический характер. Янчук В.А. приводит две классификации процессов, лежащих в основе формирования схем.

Р.Норман (R.Norman), выделяет следующие три процесса:

1. Наращивание – тип научения фактов, прослеживание которых приводит к их фиксации в памяти для последующего воспроизведения.
2. Настройка – сформировавшаяся схема переопределяется и адаптируется для более тесного увязывания с жизненным опытом.
3. Реструктурирование – процесс создания новых схем через их паттернированное обобщение.

Ротбарт (Rothbbart) предлагает следующие три процесса:

1.      Бухгалтерия – медленный процесс изменения как реакция на новую очевидность.

2.      Конверсия – изменение в случае достижения противоречиями старой схемы состояния критической массы, сопровождаемое радикальной трансформацией.

3.      Субтипизация – изменение конфигурации схем, как реакция на опровержения, посредством выделения ряда субкатегорий [29].

Столь детальное рассмотрение проблематики схематизации обусловлено той популярностью, которую она приобрела в исследованиях 1980-90-х годов. В то же время, наряду с уже отмечавшимися достоинствами схематический подход обладает и рядом уязвимых черт. Тем не менее, его роль в формировании стереотипных представлений о социальной реальности бесспорна и исследования в данной проблемной области продолжают интенсивно развиваться и сегодня.

Конец формы

Конец формы

3. Атрибуция

В механизм формирования стереотипов вовлечены не только схематизация, категоризация и т.п., но и другие когнитивные процессы, прежде всего *каузальная атрибуция* – «интерпретация субъектом межличностного восприятия причин и мотивов поведения других людей» [11; 25]. Основы изучения каузальной атрибуции заложил Ф.Хайдер, разработавший ее основные категории и принципы. Изучением атрибуции занимались также Г.Келли, Э.Джонс, К.Дэвис, Д.Кенноуз, Р.Нисбет, Л.Стрикленд.

Атрибуции выполняют в нашей жизни важные функции. Они позволяют нам организовывать информацию в психологически значимом ключе. Эта психическая организация необходима, по крайней мере, из-за количества событий, происходящих вокруг нас. Ряд исследований показал, что атрибуции связаны с контролем, и что люди, стремящиеся к контролю, производят атрибуции чаще, чем остальные. Атрибуции также помогают людям упорядочивать новую информацию о мире и устранять несоответствия между новым и старым способами понимания намерений и поведения окружающими [13; 83].

В процессе атрибуции происходит приписывание причин поведения и достижений индивидов на основании групповой принадлежности. Люди объясняют поведение влиянием внутренних (личностных, субъективных) и внешних (ситуативных, средовых, объективных) факторов. При этом, они склонны свои успехи объяснять своими внутренними качествами, а неудачи – внешними обстоятельствами. Напротив, успехи других чаще объясняются внешними, а неудачи – внутренними факторами. Этот феномен неразрывно связан с функцией, которую выполняет в психологической структуре личности «Я-образ», складывающийся как результат взаимодействия базовых оценочных отношений человека к миру, себе и другим людям. Эта функция состоит в защите положительной самооценки самыми разнообразными способами: от завышения своей самооценки до занижения оценки других.

Как правило, стереотипы возникают на основе достаточно ограниченного прошлого опыта, в результате стремления строить выводы на базе ограниченной информации. Именно таким образом часто возникают стереотипы относительно групповой принадлежности человека, например принадлежности его к какой-то профессии. Тогда ярко выраженные профессиональные черты у встреченных в прошлом представителей этой профессии рассматриваются как черты, присущие всякому представителю этой профессии («все учительницы назидательны», «все бухгалтеры – педанты» и т.д.). Здесь проявляется тенденция «извлекать смысл» из предшествующего опыта, строить заключения по сходству с этим предшествующим опытом, не смущаясь его ограниченностью [3; 128-129].

Стереотипизация в процессе познания людьми друг друга может привести к двум различным следствиям. С одной стороны к определенному упрощению процесса познания другого человека; в этом случае стереотип не обязательно несет в себе оценочную нагрузку: в восприятии другого человека не происходит «сдвига» в сторону его эмоционального принятия или непринятия. Остается просто упрощенный подход, который, хотя и не способствует точности построения образа другого, заставляет заменить его часто штампом, но теме не менее в каком-то смысле необходим, ибо помогает сокращать процесс познания.

Во втором случае стереотипизация приводит к возникновению предубеждения. Если суждение строится на основе прошлого ограниченного опыта, а опты этот был негативным, всякое новое восприятие представителя той же самой группы окрашивается неприязнью. Возникновение таких предубеждений зафиксировано в многочисленных экспериментальных исследованиях, но естественно, что они особенно отрицательно проявляют себя не в условиях лаборатории, а в условиях реальной жизни, когда могут нанести серьезный вред не только общению людей между собой, но и их взаимоотношениям. Особенно распространенными являются этнические стереотипы, когда на основе ограниченной информации об отдельных представителях каких-либо групп строятся предвзятые выводы относительно всей группы [20; 249-250].

*§2. Роль эмоциональных состояний личности*

1. Эмоции

Эмоции – «психическое отражение в форме непосредственного пристрастного переживания жизненного смысла явления и ситуаций, обусловленного отношением их объективных свойств к потребностям субъекта» [11; 407].

Эмоции — неотъемлемая и важная часть нашей обычной, повседневной жизни. Эмоции — важные мотиваторы нашего поведения, говорящие нам, что нужно бежать, когда мы боимся, или нападать, когда мы разгневаны. Эмоции — это важные устройства вывода данных, по первому требованию говорящие нам, как мы интерпретируем события и ситуации вокруг нас. Эмоции являются также важными межличностными маркерами, информирующими нас о состоянии наших отношений с другими людьми.

В конце XX века Форгас и его коллеги сообщили об интересном и важном направлении исследований, посвященных роли эмоции в процессе восприятия другого человека, межгрупповой дискриминации и стереотипных суждениях. Эти исследования указывают на существование соответствующего настроению искажения в подобных суждениях о других людях [13; 84].

В одном из исследований Форгас и Мойлан вызывали радостное, печальное или нейтральное настроение у участников, которые затем составляли мнение об азиатах или европеоидах, взаимодействовавших с партнерами той же или другой расы. Участники, испытывавшие радостные чувства, выносили более позитивные суждения об указанных людях; участники, которые были печальны, выносили более негативные суждения. Вдобавок степень влияния настроения на суждение была больше, когда участники оценивали пары, состоявшие из представителей обеих рас.

На основании этих и аналогичных результатов Форгас предположил, что роль эмоции или настроения в этих типах суждений может быть максимальной, когда участники заняты субстантивной обработкой информации, которая требует, чтобы они отбирали, усваивали и интерпретировали новые стимулы и соотносили эту информацию с уже существующими знаниями.

Форгас предполагает, что на стереотипные суждения о других людях, вероятно, менее всего влияют эмоция или настроение, поскольку эти суждения предполагают стратегию прямого доступа –

прямое извлечение уже существующей информации. Хотя эта идея еще не проверялась непосредственно, Форгас приводит ряд данных в поддержку этого утверждения. Однако в этих исследованиях не проверялись два момента, относящихся к эмоции, которые, на взгляд Д.Мацумото, важны для процесса стереотипного суждения. Один касается вытеснения негативной эмоции, вызванной несоответствием ожиданий, обусловленных собственными культурными фильтрами, и реальных различий. Второй касается позитивных эмоций процесса стереотипизации, подкрепляющих эти процессы, и ощущения «Я», которое его содержит. Тем самым представляется, что эмоция играет в процессе стереотипизации намного более важную роль, чем та, которую выявляют текущие исследования [13; 84].

2. Фрустрация

Фрустрация – «психическое состояние, возникающее вследствие реальной или воображаемой помехи, препятствующей достижению цели» [11; 381]. Защитные реакции при фрустрации связаны с появлением агрессивности, уходом от трудной ситуации (в том числе переносом действий в воображаемый план), снижением сложности поведения (иногда до уровня глубокой агрессии).

Блокирование достижения цели часто порождает враждебность. «Когда причиной нашей фрустрации является испуг или неопределенность, мы часто переадресовываем нашу злость. Этот феномен «смещенной агрессии», возможно внес свою лепту в суды Линча над неграми на Юге после Гражданской войны в Америке» [12; 435].

Таким образом фрустрация порождает враждебность, которую люди потом изливают на «козлов отпущения» и иногда направляют более непосредственно на соперничающие с ними группы. В этих случаях происходит образование социальных стереотипов в крайней степени эмоциональности, то есть происходит формирование предрассудков.

В фрустрирующих ситуациях может также проявляться стереотипия поведения. Поведение человека зачастую становится стереотипным, когда появляется тенденция неизменного повторения цепи определенных действий как внешних, предметных, так и внутренних (например, некоторых суждений). «Тенденция фиксации поведения появляется тогда, когда одни и те же фрустрирующие ситуации повторяются. Под воздействием повторных фрустрирующих ситуаций человек вновь и вновь совершает одни и те же действия, хотя они оказались неадаптивными» [14; 124].

*§3. Влияние социальных процессов и взаимоотношений*

1. Социальная идентификация

В основе формирования этнического сознания и культуры в качестве регуляторов поведения человека лежат как врождённые, так и приобретаемые в процессе социализации факторы – культурные и социальные стереотипы, которые усваиваются с того момента, как только человек начинает идентифицировать себя с определённым этносом, культурой, определенной социальной группой и осознавать себя их элементом.

Идентификация – понимание и интерпретация другого человека путем отождествления себя с ним, «процесс объединения субъектом себя с другим индивидом или группой на основании установившейся эмоциональной связи, а также включение в свой внутренний мир и принятие как собственных норм, ценностей образцов» [9; 109]. Идентификация выступает в качестве одного из механизмов познания и понимания другого человека. Понятие идентификации тесно связано с понятием идентичности.

Понятие социальной идентичности восходит к двум наукам, образующим социальную психологию. С одной стороны, социальная идентичность – это часть идентичности личности, или «Я-концепции», один из элементов структуры личности человека. Здесь понятие встраивается в систему общепсихологического теоретического знания (Э. Эриксон, Дж. Марсиа, М. Заваллони и др.) [25],[26]. С другой стороны, идентичность понимается как результат идентификации человека или группы людей с социальной общностью, и является социологическим понятием (В.Ядов, А. Тэжфел, Бергер и Лукман и др.) [1],[5],[18].

Многие исследователи, начиная от классиков – основателей теории социальной идентичности (А. Тэжфел) и самокатегоризации (Дж. Тернер); представителей интеракционистской школы (Дж. Мид, И. Тассмо), школы социальных представлений (С. Московичи, М. Заваллони), – рассматривают социальную идентичность как один из уровней Я-отнесенности (самокатегоризации, «Я-концепции») [25]. По сути, социальная идентичность в этом смысле – это форма самоописания, самопрезентации, тот самый ярлычок, который человек навешивает на себя, оценивая свою отнесенность к внешнему миру. Она выступает, наряду с «общечеловеческой» и «личностной» идентичностью, в качестве когнитивной структуры, в которой причудливо соединены те связи, отношения, оценки, которые структурируют место данного конкретного индивида в социуме. И среди видов социальной идентичности неизбежно представлены те социальные группы, принадлежность к которым имеет ту или иную ценность для социума – половая (гендерная) идентичность, этническая, профессиональная… для этих частных идентичностей в литературе подробно расписаны не только виды, но и уровни генерализации, этапы сформированности [1],[21],[25].

С другой стороны, каждый из этих видов идентичности выступает не только и не столько «внутренним классификатором», сколько регулятором деятельности человека, системообразующим элементом. В зависимости от того, какая у человека идентичность, можно с той или иной степенью достоверности прогнозировать его поведение, принимаемые и отвергаемые ценности и нормы, интересы и принципы, стереотипы и установки. Поскольку социальная идентичность – это осознание своей принадлежности к социальной группе, то, следовательно – это и принятие значимых в данной группе ценностей, установок, стереотипов и норм [1].

Исходя из того, что степень осознания индивидом своей принадлежности к разным социальным группам, с которыми он себя идентифицирует, в разные моменты времени может быть различной, можно предположить, что для конкретного индивида в каждый момент времени разные виды идентичности актуальны в разной степени, – то есть в данный конкретный момент наиболее выпуклой, главной, «ведущей» является одна какая-то идентичность. Значит в этот момент индивид актуализирует, вместе с осознанием своей принадлежности, всю систему норм, ценностей, стереотипов и т. п. То есть иерархия ценностей не является константной, она перестраивается во времени в зависимости от актуальной на данный момент идентичности, так же, как и реализуемые поведенческие модели.

При таком ракурсе рассмотрения актуальная социальная идентичность является одним из механизмов, генерализующим, структурирующим поведение и внутренние схемы, критерии оценки и категоризации, механизмом, тесно связанным с объективными социальными связями и отношениями. Актуализация идентичности задает структуру поведения и когнитивные схемы человека в соответствии с совокупностью норм, ценностей и стереотипов той группы, идентичность с которой актуальна.

Таким образом, можно утверждать, что социальная идентификация с актуальной для различных индивидов группой является одним из конкретно-психологических механизмов формирования у них социальных стереотипов, усваиваемых индивидами вместе с совокупностью норм, ценностей и представлений, являющихся распространенными в данной группе.

2. Конформизм

Конформность – «тенденция человека изменять свое поведение под влиянием других людей таким образом, чтобы оно соответствовало мнениям окружающих, стремление приспособить его к их требованиям» [11; 155].

Начало исследованиям конформности было положено в работах С.Аша, где конформность выступила, как тенденция индивида изменять свое мнение под давлением группы, принимать точку зрения, высказанную большинством. Эксперименты проводились в основном на диффузных группах, в которых испытуемые совместно решали простые, не имеющие существенного значения задачи. Например, в одном из них участникам предлагалось определить, какой из трех сравниваемых отрезков соответствует эталонному отрезку. Всего семеро участников, шестеро из которых в сговоре с экспериментатором. Выяснилось, что в случаях, когда подговоренные участники называли неверный ответ, в 37% случаев испытуемые проявляли конформизм и вслед за группой давали неверный ответ [12; 272-273].

С тех пор было проведено большое количество экспериментов, изучающих конформное поведение. В дальнейшем конформность была объявлена универсальной закономерностью поведения человека в разнообразных ситуациях.

Конформность фиксируется там, где имеется конфликт между собственным мнением индивида и мнением группы, к которой он принадлежит, если преодоление этого конфликта осуществляется путем согласия с мнением группы. Различают внешнюю конформность, когда мнение группы принимается индивидом лишь внешне, а на деле он продолжает ему сопротивляться, и внутреннюю (иногда именно это и называется подлинным конформизмом), когда индивид действительно усваивает мнение большинства. Внутренняя конформность и есть результат преодоления конфликта с группой в ее пользу [3; 207].

Конформность играет определенную роль в принятии людьми социальных стереотипов одной группы по отношению к другой. Сформировавшись однажды, стереотип сохраняется преимущественно по инерции. Если он является социально приемлемым, многие люди пойдут по пути наименьшего сопротивления и будут сообразовывать свое поведение с этим стереотипом. Они будут относиться к другим группам в соответствии со стереотипом и действовать определенным образом в связи с потребностью нравиться и быть принятым в значимой для них группе.

В исследованиях конформности обнаружилась еще одна возможная позиция – негативизм, сопротивление индивида давлению группы, отрицание во что бы то ни стало всех стандартов группы. Однако негативизм не есть подлинная независимость. Напротив, можно сказать, что это специфический случай конформности: если индивид ставит своей целью любой ценой противостоять мнению группы, то он фактически вновь зависти от группы, ибо ему приходится активно продуцировать антигрупповое поведение, антигрупповую позицию или норму, т.е. быть привязанным к групповому мнению, но лишь с обратным знаком (многочисленные примеры негативизма демонстрирует, например, поведение подростков). В этих случаях в процессе такого сопротивления группе и вопреки ей возможно принятие индивидом социальных стереотипов, обратных мнению группы [3; 208].

**Глава III. Психологические факторы образования стереотипов**

1. Оценка

Когда мы наблюдаем какие-то события или общаемся с другими людьми, то постоянно оцениваем эти стимулы. Оценкой называют процесс, посредством которого мы определяем релевантность стимулов с точки зрения их значения для нашей жизни. На основании процесса оценки у нас возникают эмоциональные реакции, а затем мы принимаем решения, касающиеся адекватных поведенческих откликов. Процесс оценки релевантен стереотипам, поскольку он обеспечивает психологический механизм, посредством которого мы активно воздействуем на входящие стимулы и обрабатываем их с учетом того, насколько они для нас значимы [13; 85].

2. Память

Памятью называют нашу способность припоминать прошлые события, поступки, людей, объекты, ситуации, усвоенные навыки и т. д. Она также имеет отношение к тому, как мы храним подобную информацию. В соответствии с классификацией Р.Аткинсона и Р.Шифрина, различают три подтипа памяти и связанных с ней процессов: 1) сенсорную помять, первичное кодирование связанных с памятью стимулов («сенсорным регистр»); 2) кратковременную память, «рабочую» память, которая служит посредником между сенсорной и долговременной памятью («кратковременное хранилище»); 3) долговременную память, хранилище информации в течение длительных периодов времени («долговременное хранилище»).

В соответствии с классификацией Е.Тульвинга, семантическая память является особым типом долговременной памяти. Это память на слова и понятия, в ней хранятся правила, абстрактные идеи и общие понятия о мире, включая других людей. Семантическая память обычно основывается на обобщениях или образах, связанных с событиями, опытом и усвоенными знаниями. Семантическая память может быть также основана на вербальном знании, передаваемом от одного человека к другому, без какой-либо опоры на фактический опыт или интеракцию с объектом памяти. Она относится к знаниям, которые накоплены за долгий период времени, и постоянно модифицируются или подкрепляются, когда индивид имеет дело с родственными фактами, событиями или опытом. Эти свойства семантической памяти делают ее особенно релевантной нашему пониманию стереотипов [13; 85].

Знания, хранящиеся в семантической памяти, служат основой для мышления и формирования суждений. При высокой степени их фиксированности такие знания могут принимать форму стереотипных суждений, достаточно жестких категорий и схем. Обобщения и образы, на которых основана семантическая память, могут послужить основой для формирования достаточно устойчивых представлений о различных объектах социальной реальности. В связи с тем, что семантическая память может быть также основана только на вербальном знании, без какой-либо опоры на фактический опыт, с помощью нее может также произойти усвоение уже «готовых» социальных стереотипов и предубеждений.

Заключение

Стереотипы являются неотъемлемым элементом обыденного сознания. Социальные стереотипы формируются относительно легко, поскольку наше собственное воспитание и культура порождают в нас ряд ожиданий относительно поведения и черт других людей. Источником формирования социальных стереотипов является как личный опыт человека, так и выработанные обществом нормы, которые человек получает при обучении, воздействии средств массовой информации и непосредственных контактов со значимыми и авторитетными людьми.

В соответствии с задачами нашего исследования, мы познакомились с различными теоретическими подходами, имеющимися в психологической литературе по данной проблематике, и структурировали информацию, выделив, на наш взгляд, основные закономерности формирования социальных стереотипов.

В настоящей работе мы рассмотрели когнитивный подход к проблеме формирования стереотипов, объясняющий их возникновение как необходимый результат процессов социального познания: категоризации, схематизации и каузальной атрибуции. Мы рассмотрели социально-психологический подход, в рамках которого приобретение конкретным индивидом уже сформированных стереотипов объясняется действием процессов социальной идентификации и конформизма. Также мы учли определенную роль эмоций и фрустрирующих ситуаций в процессе образования стереотипов и отметили, что важными факторами, влияющими на процесс стереотипизации, являются оценка и память. В результате мы, не претендуя на абсолютную точность и объективность, все же достигли цели своего исследования и смогли создать, на наш взгляд, заслуживающую внимания целостную классификацию механизмов формирования социальных стереотипов.

Таким образом, нами было выявлено, что образование стереотипов происходит как в результате действия индивидуальных когнитивных процессов и эмоциональных состояний личности, так и под воздействием социальных процессов (взаимодействия и взаимного влияния людей). Гипотеза нашего исследования не опровергнута.

В результате нашего исследования мы пришли к ряду выводов:

1. Формирование социальных стереотипов у конкретной личности происходит в результате действия целого ряда механизмов, относящихся как к сфере индивидуального сознания, так и к сфере социальных процессов и взаимоотношений.
2. Эти механизмы могут действовать как независимо друг от друга, так и совместно.
3. В результате действия этих механизмов стереотипы являются неизбежным аспектом психологической жизни человека.

Список использованной литературы

1. Агеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы / В.С.Агеев – М., 1990.
2. Агеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов / В.С.Агеев // Вопросы психологии. – 1986. – № 1.
3. Андреева Г.М. Социальная психология / Г.М.Андреева. – М.: АСПЕКТ-ПРЕСС, 1999.
4. Бабаева А.В. Мужское и женское поведение в истории культуры (пособие по спецкурсу) / А.В.Бабаева. – Воронеж, 2000.
5. Бергер П. Социальное конструирование реальности / Бергер П., Лукман Т. – М., 1997.
6. Бодалев А.А. О социальных эталонах и стереотипах и их роли в оценке личности / А.А. Бодалев, В.Н. Куницына, В.Н. Панферова // Человек и общество: (ученые записки НИИКСИ). – Л.: изд-во Л. ун-т. – вып. 9. – 1971.
7. Демьянков В.З. Стереотип / Демьянков В.З. // Краткий словарь когнитивных терминов / Кубрякова Е.С., Демьянков В.З., Панкрац Ю.Г., Лузина Л.Г. Под общ. ред. Е.С. Кубряковой. – М.: Филологич. фак-т МГУ им. М.В. Ломоносова, 1996.
8. Знаков В.В. Психологическое исследование стереотипов понимания личности участников войны в Афганистане / В.В.Знаков // Вопросы психологии. – 1990. – № 4.
9. Кон И.С. Психология предрассудка (о социально-психологических корнях этнических предубеждений) / И.С.Кон // Новый мир. – 1966. – № 9.
10. Кон И.С. Социологическая психология: избранные психологические труды / И.С.Кон. – М. – Воронеж, 1999.
11. Краткий психологический словарь / Сост. Л.А.Карпенко; под общ. Ред. А.В.Петровского, М.Г.Ярошевского. – М.: Политиздат, 1985.
12. Майерс Д. Социальная психология / Майерс Д. – СПб.: Питер, 2001.
13. Мацумото Д. Психология и культура / Д.Мацумото. – СПб.: ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК, 2002.
14. Налчаджян А.А. Социально-психическая адаптация личности / А.А.Налчаджян. – Ереван, 1988.
15. Психология. Словарь. / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд. – М., 1990.
16. Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество. / П.А.Сорокин. – М., 1992.
17. Сорокин Ю.А. Стереотип, штамп, клише: К проблеме определения понятий / Сорокин Ю.А. // Общение: Теоретические и прагматические проблемы. – М., 1998.
18. Социальная идентификация личности / Под ред. В. Ядова. – М., 1993.
19. Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы и межличностные отношения / Т.Г.Стефаненко // Общение и оптимизация совместной деятельности / Под ред. Г.М.Андреевой, Я.Яноушека. – М.: изд-во Моск. Ун-та, 1987.
20. Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы и межэтнические отношения / Т.Г.Стефаненко // Общение и оптимизация совместной деятельности / Под ред. Г.М.Андреевой, Я.Яноушека. – М.: изд-во Моск. Ун-та, 1987.
21. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. / Стефаненко Т.Г. – М., 2000.
22. Узнадзе Д.Н. Экспериментальные основы исследования установки / Д.Н.Узнадзе // Психологические исследования. – М., 1966.

### Шибутани Т. Социальная психология / Т.Шибутани. – М., 1969.

1. Шихирев П.Н. Современная социальная психология в Западной Европе / П.Н.Шихирев. – М.: Наука, 1985.
2. Шнейдер Л.Б. Профессиональная идентичность / Шнейдер Л.Б. – М., 2000.
3. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Эриксон Э. – М., 1996.
4. Ядов В.А. Идеология как форма духовной деятельности / Ядов В.А. – Л., 1961.
5. Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности / Ядов В.А. // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975.
6. Янчук В.А. Социальное познание личности и особенности его организации / Янчук В.А. – http: // academy.edu.by / details / personnels/yanchuk/lectures/SocCogn.htm