

Секция «Социологическое исследование современности: теории, методы, результаты»

Стереотипизация мышления: механизм, цели и результаты (на примере формирования этнических стереотипов)

Научный руководитель – Орлова Ирина Борисовна

Буракова Марина Васильевна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Высшая школа современных социальных наук (факультет), Кафедра социологии знания, Москва, Россия
E-mail: mburakova@mail.ru

На протяжении всей жизни человек пользуется уже существующими эталонами и упрощенными моделями мышления для принятия решений и составления суждений в различных ситуациях. Такие сложившиеся в обществе схемы называют социальными стереотипами[1], которые подразделяются на множество подвидов: например, гендерные, политические, возрастные, религиозные, классовые и этнические стереотипы[2].

Этнические стереотипы - это исторически сложившиеся внешние или собственные представления о менталитете и поведении представителей того или иного этнического сообщества. Этнические стереотипы могут представлять собой предвзятые суждения или ассоциации с какой-либо национальностью [3].

Последняя перепись населения 2010 года в России выделяет 180 национальностей. В условиях полиэтничного пространства, усиления темпов миграции, процессов глобализации, культурных и политических связей между государствами у граждан возникает необходимость межэтнического взаимодействия. На отношения между различными национальностями зачастую влияет восприятие ими друг друга, уже существующие стереотипы, которые могут улучшать или осложнять данные отношения. Для успешного межнационального общения и предотвращения межэтнических конфликтов важно иметь представление об образе существующих национальностей, а также понимать, как воспринимается конкретный этнос и развеивать негативные стереотипы.

Проблема выявления существующих стереотипов о различных этнических общностях имеет особую актуальность среди молодежи, так как эта социально-демографическая группа наиболее внушаема и подвержена легкому усвоению стереотипов, в том числе, и этнических.

Мы провели исследование этнических образов ряда общностей, а также проанализировали различия между автостереотипами и гетеростереотипами такой этнической общности как русские. Исследование было проведено в три этапа: на первом этапе мы использовали контент-анализ СМИ, помощь в проведении контент-анализа нам оказала компания «Медиалогия», которая занимается мониторингом и анализом СМИ в режиме реального времени на протяжении 13 лет. По итогам первого этапа были выявлены те этнические общности, которые наиболее часто упоминаются в СМИ, а также были выделены контрольные параметры для измерения этнических стереотипов. На втором этапе мы использовали метод ассоциаций[4] для того, чтобы еще более дополнить контрольные параметры и шире взглянуть на образ изучаемых групп. Третий этап представлял собой опрос, в котором был использован метод семантического дифференциала с учетом выявленных параметров в двух предыдущих этапах.

Источники и литература

- 1) Уолтер Липпман. Общественное мнение. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
- 2) Этнопсихология: практикум: Учебное пособие для студентов вузов / Т. Г. Стефаненко. — М: Аспект Пресс, 2014.— 208 с.
- 3) Katz D., Braly K. Racial Stereotypes in One Hundred College Students // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1933. V. 28. P. 288–289.
- 4) Питерова А.Ю. Социальные стереотипы: особенности формирования и изучения / А.Ю. Питерова, Е.А. Тетерина // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». — 2016. — Т. 4, № 1 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://esj.pnzgu.ru>.