

Анализ концепции Р.К. Мертон на примере "пигмалиона в классе" и росте спроса россиян на гречку во время пандемии COVID-19

Клюенкова Варвара Михайловна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: varvara310107@gmail.com

В обыденном понимании термин «пророчество» ассоциируется с мистикой, однако в социологии данный термин был введен Робертом Кинг Мертоном в научный оборот как «самоисполняющееся пророчество». В современном мире он не

теряет свою актуальность, так как распространение ложных, или же наоборот, позитивных убеждений поражает

поведенческие реакции индивидов и групп.

В данной работе мы проанализируем концепцию Р. К. Мертона на примере «пигмалиона в классе» и ажиотажном спросе россиян на гречку во время пандемии COVID-19, рассмотрев весь механизм (установка ожиданий, изменение

поведения, реализация исхода, закрепление результата)

В первом случае мы рассмотрим самоисполняющийся положительный прогноз на примере исследования Роберта Розенталя и Ленора Джейкобсона - эффекте Пигмалиона. В 1965 году был проведен эксперимент в начальной школе, после которого учителям сказали, что некоторые дети являются вундеркиндами. На самом деле одарённые дети были выбраны случайным образом. Установка ожиданий - учителя ожидали более высоких результатов от учеников, которых наименовали вундеркиндами, изменение поведения - детям уделяли больше внимания и похвалы, давали задания сложнее и больше времени на ответ, реализация исхода - ученики чувствовали особое внимание учителей и начинали соответствовать образу одарённых, закрепление результата - вера учителей в ложный слух о детях - вундеркиндах привела к реализации их высоких учебных достижений.

Во втором случае мы рассмотрим самоисполняющийся отрицательный прогноз на примере массовой скупки гречки россиянами в период пандемии COVID-19. В марте 2020 года население из-за паники стало скупать товары первой необходимости, а в особенности гречневую крупу, это объясняется исторически, ведь у людей сохранились воспоминания о дефицитах и кризисах РФ. Установка ожиданий - слухи о дефиците распространялись не только в социальных сетях, но и поразились в обычных беседах индивидов, соответственно у населения сформировалось убеждение, что гречка может исчезнуть с полок магазинов или сильно подорожать. Изменение поведения - на фоне слухов россияне начали массово скупать гречневую крупу, спрос на

нее вырос в сотни раз и она исчезала в магазинах за считанные часы. Реализация исхода - высокий спрос привел к перебоям в логистике крупы, а также ее подорожанию.

Закрепление результата - ложные убеждения населения о дефиците и подорожании гречки, подтвердились через реализацию их же действий, а уже летом из-за крупных запасов спрос и цена снизились.

Таким образом, можно сделать вывод, что несмотря на стабильность в любой сфере общества может случиться сбой, вызванный негативными или даже позитивными убеждениями и слухами, что и подтверждает концепция самоисполняющегося пророчества Р. К. Мертона.

Источники и литература

- 1) Rosenthal R., Jacobson L. Pygmalion in the Classroom [Электронный ресурс.] - Режим доступа (URL): <https://bpb-us-e1.wpmucdn.com/sites.tufts.edu/dist/d/804/files/2017/02/Pygmalion-in-the-Classroom.pdf> (Дата обращения: 25.02.2025 г.)
- 2) Теорема У. Томаса [Электронный ресурс.] - Режим доступа (URL): <https://socioline.ru/pages/r-merton-samoispolnyayuscheesya-prorochestvo-teorema-tomasa> (Дата обращения: 25.02.2025 г.)