

07, июль 2017

УДК 0.004.9

Стереотипы общества и свобода мышления

Мусахан Б.Д., студент

*Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Экология и промышленная безопасность»*

Научный руководитель: Губанов Н. Н., д.ф.н., доцент

*Россия, 105005, г. Москва, МГТУ им. Н.Э. Баумана,
кафедра «Философия»*

sgn4@bmstu.ru

Сущность стереотипов

Наше понимание окружающих людей в большинстве случаев зависит от того, каким образом мы «классифицируем» их: женщины, политики, пенсионеры дети и т.д. Понимание явлений с похожими свойствами помогает нам составлять понятия. Таким же образом и люди распознаются нами по их принадлежности к какой-либо группе, социальному классу или по физическим особенностям. То есть, появляются стереотипы, которые приводят нас к слишком условному и упрощенному представлению о других людях. Основываясь на стереотипных представлениях об индивиде, мы в последующем налаживаем с ним контакт, заранее предполагая, чего нам ожидать от данного человека, это обычно является преградой для понимания его как личность. Тем самым можно сказать, что стереотипы блокируют наше мышление. Изучение стереотипов – важная научно-философская задача [1; 2].

Что такое стереотип? Стереотип — это относительно устойчивый и упрощенный образ социальной группы, человека, события или явления. Слово стереотип — греческое, составное. Стерео означает «твёрдый», типос — «отпечаток». Поэтому буквальное значение этого слова — «твёрдый штамп мышления, отпечаток головного мозга». Понятие «стереотип» в общественно-политическую западную речь вступило по инициативе Уолтера Липпмана, которое он использовал в описании своей оригинальной идеи общественного мнения в 1922 г. Согласно Липпману, возможно вывести следующее определение: «стереотип — это принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации, интерпретации информации при распознавании и узнавании окружающего мира, основанный на предшествующем социальном опыте. Система стереотипов

представляет собой социальную реальность» [3]. Набор стереотипов человека составляет важную черту его менталитета [4; 5; 6]. Также стереотипы во многом детерминируют автоматически принимаемые решения и, таким образом, определяют его выбор в тех или иных жизненных ситуациях [7; 8].

В данной статье будет идти речь о разных видах стереотипов, которые в обыденной «правильной» жизни представляют собой, как правило, стандарты, коллективные нормы, предрассудки и каноны. Необходимо понимать, что порой многие коллективные нормы являются лишь условностью, грубо говоря — вымыслом. В этот вымысел многие из нас верят, трактуя это как истину. В большом социуме — большие условности, а в маленьком, в таких как: сектах, школах, свои небольшие истины. Таким образом, восприятие чего-либо как истинного или ложного зависит во многом от такого компонента ментальности человека, как его стереотипы [9; 10; 11; 12].

Все стереотипы относительно можно разбить на три большие группы [13]:

1. Стереотипы реагирования.
2. Стереотипы восприятия и оценки.
3. Стереотипы мышления.

Несомненно, что они между собой взаимосвязаны. Восприятие и оценка связаны с процессом мышления. Реагирование связано с восприятием и оценкой. Данное разделение всех стереотипов на три вышеприведенные группы является классификацией такого изобилия объема информации.

Стереотипы реагирования

Мысли и наши чувства, поведение и действия в основном дублируются в определенной последовательности. Таким же образом и повторяется наше отношение к окружающему миру и способы восприятия каких-либо ситуаций. Именно это постоянно повторяющееся поведение называется стереотипом реагирования. Ниже приведены примеры данной группы.

1. Чувство вины – оправдания (сочетание страха, наказания человеком самого себя и защиты от этой внутренней агрессии)
2. Обида — мстительность (постоянное противостояние с окружающим миром)
3. Уязвленное самолюбие – споры, оправдания (каждый человек считает свою точку зрения правильной и пытается навязать свое мнение другим; не хочет уступать)
4. Победа – радостное возбуждение, Поражение – уныние (желание одобрения)

5. Начальство, авторитеты – заискивание, раболепство (рабское, льстивое угодничество, низкопоклонство перед кем-либо или перед чем-либо; раболепие)
6. «Мы верим в тебя, мы надеемся на тебя» – «я должен оправдать доверие и надежды руководства» (желание «быть хорошим»)
7. Правило взаимного обмена (иными словами-услуга за услугу; сделав добро кому-то, ты ждешь ответных действий)
8. Обязательство и последовательность(согласованность наших взглядов на мир с окружающими нас людьми)
9. Принуждение и ограничение свободы – злость, раздражение, противостояние
10. Неизвестность – опасения (страх, беспокойство, озабоченность, нервозность)
11. Реакция на «плохой – хороший» (избегание ответственности)
12. Социальное доказательство(индивид, который не может принять правильное решение, опирается на мнение общества, слепо веря, что это истина)

Стереотипы восприятия и оценки [13]

На общение между людьми влияют стереотипы восприятия. Чтобы быть интересным собеседником, нужно знать об его увлечениях, чувствах, особенностях характера, мотивах и потребностях. Показателем данной информации является внешний вид, речь и поведение. Примеры данного стереотипа приведены ниже.

1. Первое впечатление (первое впечатление влияет на наше представление о человеке, хотя оно не всегда правильное).
2. Перенос образа родителей и их отношений на отношения с партнером (Многие люди сравнивают своего партнера со своим родителем. К примеру, некоторые мужчины хотят, чтобы их избранница была похожа на маму: готовила так же, вела себя так же, внешне была похоже).
3. Мотивированное восприятие человека (человек расценивается индивидом как полезный или бесполезный).
4. Оценивание по типу хороший-плохой (оценка «хороший – плохой» для нашего сознания подменяет континуум «далекий – близкий» или «свой – чужой»).
5. Самоутверждение за счет противопоставления себя (принадлежащего к достойной группе) к группе менее достойной.
6. Самоутверждение за счет унижения других.

7. Родитель – ребенок (родитель воспитывает своего ребенка, исходя из своего жизненного опыта).
8. Эффект ссылки на себя (индивид запоминает только тот материал, который имеет хоть какое-то отношение к нему).
9. Эффект ложного согласия (принятие индивидом своего поведения и мнения общепринятым).
10. Оценка ситуации как успеха/победы, как неудачи/поражения.
11. Зависимость оценки от текущего психоэмоционального состояния.
12. Зависимость самооценки (негативный настрой к жизни; индивид всегда ссылается на неблагоприятные обстоятельства, на плохое окружение и т.д.).
13. Фундаментальная ошибка атрибуции (склонность человека объяснять поступки других людей их личностными качествами, а свои поступки оправдывать, ссылаясь на внешние факторы).
14. Сравнение своего социального статуса со статусом других.
15. Оценка в зависимости от социального статуса (мнение окружающих людей о человеке складывается из приписанных ему статусов).
16. Симпатия (внутреннее расположение к кому-либо).
17. Авторитет (влияние в обществе).
18. Дефицит (нехватка чего-либо).
19. Принцип контраста (Влияет на сравнение двух предметов. К примеру, мы берем в руку что-то легкое, а потом что-то тяжелое. По сравнению с первым предметом, второй будет казаться намного тяжелее, т. е. мы будем преувеличивать свойство предмета).
20. Эффект Барнума(заключается в особенности человека воспринимать как полностью достоверные описания своей личности и оценки общего характера, способ возникновения которых представляют как научный или ритуальный, магический) [14].

Стереотипы мышления [13]

Стереотипы мышления – это совокупность безусловных и условных рефлексов, характеризующих свойства «холодного ума» (рассудка) и формирующих тип мышления «бессознательное».

1. Эвристики (Отрасль знания, изучающая творческое, неосознанное мышление человека) [15].
2. Установки (состояние внутренней готовности индивида реагировать определенным образом на объекты действительности или на информацию о них).

3. Проверка, подтверждающая гипотезу (поиск истины).
4. Статистическая информация и «история случая» (диагностика состояния процессов или систем, основанная на теории изменчивости, и имеющая своей целью принятие оптимальных управленческих решений) [16].
5. Недостаточная выборка (недостаток информации).
6. Ошибка планирования (Пример: начну дела с понедельника).
7. Эффект Зейгарник (психологический эффект, заключающийся в том, что человек лучше запоминает прерванные действия, чем завершённые) [17].
8. Почему это произошло?

Влияние стереотипов на свободу мышления

У нас создалось мнение, что стереотипы — это нехорошо, так как они блокируют наше мышление. Они позволяют человеку не думать и делать все на автомате. Но это не совсем так. Наш мозг образует стереотипы, «чтобы облегчить себе жизнь». Если бы не было стереотипов мышления, то ему пришлось бы туго. Ведь всякий раз натолкнувшись с каким-либо действием или явлением мозгу пришлось бы заново собрать представление о нем (хорошо-плохо, полезно-вредно и т.д.) – а это ведь гигантская работа, особенно если учесть, что нас постоянно окружают сотни и тысячи разных явлений и ситуаций.

Так мы уже установили, что стереотипы имеют важную роль в нашей жизни – они разгружают наш мозг. Стереотипы принимают активное участие в функционировании менталитета в обществе в ходе социокультурной динамики [18; 19; 20]. Но существует и отрицательная черта – они локализируют наше мышление и не позволяют выйти за пределы привычного понимания мира. Скажем, если вы используете стереотип «большие деньги сулят большие проблемы», то, вероятно, большого количества денег у вас никогда не будет, так как вам не нужны проблемы, и вы предпочитаете жить спокойно [14]. Для формирования критического мышления, а, соответственно, способности противостоять укреплению нежелательных стереотипов (а также других нежелательных ментальных особенностей) чрезвычайно важна система образования [21; 22; 23]. Особенно важно привить указанные качества людям, занимающим высокие административные и управленческие должности [24; 25; 26].

Рассмотрев стереотипы общества, мы пришли к выводу что у них есть как достоинства, так и недостатки. Безусловно, стереотипы должны присутствовать в нашей повседневной жизни. Индивид должен для себя решить какие стереотипы стоит оставлять

в своей жизни, а от каких нужно избавляться. Лучший способ сопротивления стереотипам – ничего не принимать на веру. Особенно необходимо критическое мышление при просмотре рекламы, пытающейся создать в нас устойчивые стереотипы, необходимые рекламодателю [27; 28; 29]. Необходимо абстрагироваться от чужих мнений, подумать над сложившейся ситуацией самому и сделать свои умозаключения. Таким образом, мы можем помешать возникновению новых нежелательных стереотипов. Но если вдруг у вас есть какой-то стереотип и вы думаете, что он вам не нужен, то освободиться от него можно следующим способом. Вам нужно логически его опровергнуть и искать побольше доводов в пользу противоположного мнения. К примеру, вам нужно избавиться от стереотипа «дороже – значит лучше», вам необходимо отыскать примеры дорогих, но плохого качества товары или услуги (таких очень много). А также примеры дешевых, но стоящих внимания вещей (таких тоже не мало) [30].

Список литературы

- [1]. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Курс лекций по философии науки // Вестник Российской академии наук. 2015. Т. 85. № 10. С. 946–948.
- [2]. Gubanov N.I., Gubanov N.N. Lebedev S.A. Lectures on the philosophy of science: a tutorial. М.: Publisher MSTU named after N.E. Bauman, 2014. 318 p. Grif UMO universities in university polytechnic education // Вопросы философии и психологии. 2014. № 2 (2). С. 95–100.
- [3]. Стереотип. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стереотип> (дата обращения 10.02.2017).
- [4]. Губанов Н.Н. Роль менталитета в развитии общества // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2007. № 1. С. 99–105.
- [5]. Губанов Н.Н. Менталитет и его функционирование в обществе // Философия и общество. 2006. № 4. С. 125–141.
- [6]. Губанов Н.Н., Губанов Н.И. Путь к категории менталитета в истории социального познания // Гуманитарный вестник. 2016. № 8 (46). С. 5. DOI: 10.18698/2306-8477-2016-8-383.
- [7]. Нехамкин В.А. Проблема исторического выбора: личностно-психологический аспект // European Social Science Journal. 2015. № 6. С. 390-397.
- [8]. Черногорцева Г.В. Сущность человека в философии экзистенциализма: автореф. дис. ... к.ф.н. М.: МГУ, 2001. 24 с.

- [9]. Губанов Н.И., Губанов Н.Н., Волков А.Э. Истина и ее критерии // Вестник Тюменского государственного университета. Гуманитарные исследования. Humanitates. 2014. № 10. С. 84–92.
- [10]. Губанов Н.Н., Губанов Н.И. О возможности универсальной концепции истины и ее критериях // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 2 (32). С. 49–58.
- [11]. Губанов Н.И., Губанов Н.Н., Волков А.Э. Критерии истинности и научности знания // Философия и общество. 2016. № 3 (80). С. 78–95.
- [12]. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Об универсальной концепции истины // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия. 2016. № 3 (21). С. 21–32.
- [13]. Чугреев В. Стереотипы восприятия и реагирования. Режим доступа: <http://chugreev.ru/s-article/stereotype> (дата обращения 20.03.2017).
- [14]. Копец Л.В. Классические эксперименты в психологии. Режим доступа: http://psyfactor.org/lib/barnum_effect (дата обращения 16.03.2017).
- [15]. Эвристика. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Эвристика> (дата обращения 23.05.2017).
- [16]. Шпер В.Л. Режим доступа: <http://quality.eur.ru/MATERIALY12/sup-qms> (дата обращения 05.05.2017).
- [17]. Эффект Зейгарник. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Эффект_Зейгарник (дата обращения 09.05.2017).
- [18]. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Роль менталитета в развитии общества: социокультурная гипотеза // Вестник славянских культур. 2017. Т. 43. № 1. С. 38–51.
- [19]. Губанов Н.Н., Губанов Н.И. Функционирование менталитета в обществе: социокультурная гипотеза // Научные исследования и разработки. Социально-гуманитарные исследования и технологии. 2016. Т. 5. № 4. С. 13–20.
- [20]. Губанов Н.И., Губанов Н.Н. Социокультурная гипотеза функционирования менталитета в социуме // Социум и власть. 2016. № 5 (61). С. 20–24.
- [21]. Губанов Н.Н. Вызов Аполлона как стимул развития образования // Alma mater (Вестник высшей школы). 2014. № 5. С. 19–23.
- [22]. Губанов Н.Н. Образование и менталитет в составе движущих сил развития общества // Социология образования. 2010. № 1. С. 22–29.
- [23]. Губанов Н.Н. Формирование глобалистского менталитета и образование // Социология образования. 2011. № 6. С. 74–82.

- [24]. Нехамкин В.А. Роль образования руководителя государства в процессе исторического развития // Социология образования. 2012. № 2. С. 82-97.
- [25]. Губанов Н.Н. Становление университетской традиции в эпоху Высокого Средневековья // Социология образования. 2014. № 1. С. 56–69.
- [26]. Губанов Н.Н., Губанов Н.И. Вызов Аполлона и образовательный потенциал общества // Гуманитарный вестник. 2016. № 4 (42). DOI: 10.18698/2306-8477-2016-4-353
- [27]. Нифаева О.В., Нехамкин А.Н. Система социальной рекламы в России: механизмы и направления развития. Брянск: Изд-во БГТУ, 2012. 196 с.
- [28]. Нифаева О.В., Нехамкин А.Н. Социальная реклама на службе модернизации // ЭКО. 2013. № 4 (466). С. 158-171.
- [29]. Нифаева О.В., Нехамкин А.Н. Социальная реклама как фактор экономического развития // Мировая экономика и международные отношения. 2013. № 5. С. 48-55.
- [30]. Стереотипы мышления и методы борьбы с ними. Режим доступа: <https://psi-technology.net/articles/populyarnaya-psihologiya/stereotipy-myshleniya-i-metody-borby-s-nimi> (дата обращения 27.05.2017).