

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»
Кафедра социальной психологии образования и развития

СОЦИАЛЬНЫЕ СТЕРЕОТИПЫ ПОВЕДЕНИЯ МОЛОДЕЖИ

АВТОРЕФЕРАТ

НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ БАКАЛАВРА

студентки 4 курса 442 группы

направления 44.03.02 Психолого-педагогическое образование

профиля «Психология образования»

факультета психолого-педагогического и специального образования

МИЛОВАНОВОЙ ЕКАТЕРИНЫ РОМАНОВНЫ

Научный руководитель
к.псих.н. ,доцент

А.Р. Вагапова

Зав. кафедрой

доктор психол.наук, профессор

Р.М. Шамионов

Саратов 2018

Введение. Сегодня российское общество претерпевает системный кризис, ведущий к преобразованию в новое социокультурное качество. Изменения в институциональной структуре, в моральных и нравственных устоях разных поколений, статусных групп, субъектов политических интересов может повести за собой как разрушение, так и возрождение социума. Источник и механизм общественной интеграции – фундаментальные социальные ценности, в то время как социальные отношения являются основой для разделения общества.

Поэтому глубокое и всестороннее изучение структуры и динамики ценностей молодого поколения становится одной из главенствующих задач социологии.

Социальный стереотип – неотъемлемый элемент обыденного сознания. Его суть заключается в том, что он выражает установку, отношение определённой социальной группы какому-либо явлению.

Актуальность выбранной нами темы заключается в том, что устоявшиеся в обществе стереотипы поведения оказывают значительное влияние на ход экономических, политических и других процессов, что во многом обуславливает уровень национального развития. Также важно подчеркнуть необходимость для развития государства и молодежи, которая находится на этапе активного участия в творческой, трудовой, политической деятельности и оказывает значительное влияние на все процессы, проходящие в стране. Таким образом, именно социальная активность молодежи оказывает наиболее значительное влияние на перспективы, тенденции и развитие страны в целом. Это и является основной причиной для изучения и анализа поведенческих стереотипов молодого поколения. Это представляет большую важность не только для дальнейшего прогнозирования развития страны, но и для формирования положительных стереотипов, способствующих эффективному развитию общества и государства.

Цель исследования - выявить стереотипы поведения современной молодежи, и проанализировать их взаимосвязь с профессиональной ориентации.

Объект исследования - социальные стереотипы.

Предмет исследования – социальные стереотипы поведения молодежи, а именно, стереотипы, связанные с теми или иными профессиями. В соответствии с целью, объектом, предметом и гипотезой исследования были определены следующие **задачи**:

1. Раскрыть сущность стереотипов поведения;
2. Провести исследование основных форм стереотипного поведения у современной молодежи и факторов, влияющих на их формирование;
3. Разработать профориентационную анкету, выявляющую основные суждения (стереотипы), которыми руководствуется современная молодежь в профессиональном выборе.
4. Выявить особые связи личностных стереотипов с теми или иными профессиями в юношеском сознании и показать влияние этих стереотипов на профессиональный выбор.
5. Исследовать социальные стереотипы группы старшего поколения и провести сравнительный анализ с группой молодежи, чтобы выявить наличие у молодежи тех или иных стереотипов.
6. Обработать полученный материал и представить его в исследовании.
7. Осуществить содержательную, качественную интерпретацию выявленных закономерностей, раскрывающих специфику субъективного отношения современных юношей к образованию и трудовой деятельности, сформулировать на этом основании выводы исследования и предложить блок практических рекомендаций.

Гипотеза исследования - предположение о том, что социальные стереотипы поведения, а именно, стереотипы, связанные с определенным видом деятельности, взаимосвязаны и влияют на социальное поведение, в том числе и на профессиональный выбор.

Методы, используемые в ходе проведенного исследования, представлены следующим образом:

1. Организационные методы;
2. Эмпирические методы;
3. Методы обработки данных.

Работа состоит из 2 глав (глава 1. Теоретико-методологическая характеристика социальных стереотипов., глава 2. Эмпирическое изучение социальных стереотипов поведения молодежи), введения и заключения, общий объем – 55 страницы, приложение.

Основное содержание работы.

Теоретическая часть.

В первой главе мной были рассмотрены теоретико-методологические понятия социального стереотипа. На сегодняшний день, социальные преобразования вызвали существенные изменения в структуре общественной жизни: изменились условия жизни, пропагандируемые цели, установленные нормы, положения, поведение и убеждения большинства активных социальных субъектов. Возникли новые социальные организации и институты, стала утверждаться новая ценностно-нормативная система. [1, 32] Стереотип социальный – это обобщенная, упрощенная и ригидная система широко разделяемых представлений об опознаваемых группах людей, где которых каждый человек рассматривается как носитель одних и тех же наборов ведущих характеристик, приписываемых любому члену данной группы безотносительно его реальных качеств. Как правило, группы членства являются реально существующими и задаются формальными характеристиками, такими, как национальность, религиозная конфессия, пол, профессиональная принадлежность и т. п. Наиболее распространены социальные стереотипы о представителях различных расовых, национальных и религиозных групп. [10, 272]. Типаж – это стереотипичные представления о существующих психологических типах людей. Данные социальные стереотипы подразумевают ожидания окружающими от индивида поведения

определённого рода, сходного с ролевым. Основным отличием социального стереотипа от роли является то, что роль вбирает в себя совокупность предписаний для конкретной группы лиц. В зависимости от этих предписаний строятся ожидания окружающих. Социальный стереотип же предполагает отсутствие предписаний при наличии ожиданий.

Практическая часть.

Во второй главе было проведено эмпирическое исследование социальных стереотипов молодежи. Данное исследование было проведено на базе МОУ СОШ №23, г.Энгельса, среди учащихся 10 и 11 классов. В исследование приняли участие 26 человек, из них 11 человек – учащиеся 10 класса, и 15 человек учащиеся 11 класса. А так же мы исследовали 20 человек в возрасте от 45 до 60 лет, для определения различий в восприятии мира, жизненных ценностей, которые напрямую влияют на стереотипы мышления.

Так же нами была исследована вторая группа респондентов, которая нужна для сопоставления данных с аналогичными данными в группы молодежи, что позволит нам в будущем определить стереотипы, присущие молодежной среде. Мною были использованы:

- 1) Авторская профориентационная анкета.
- 2) Методика «Репертуарных решеток Д.Ж. Келли».
- 3) Методика ценностных ориентаций Рокича.

В нашем исследовании с их помощью мы сможем выявить индивидуальную систему представлений человека о различных профессиях, разобраться в причинах предпочтения данным конкретным человеком той или иной профессии. Первым этапом в обработке полученных материалов был проведен анализ данных по профориентационной анкете. На основании полученных результатов анализа профориентационной анкеты можно сказать, что ученики старших классов проявляют большую склонность к гуманитарным наукам. Главным мотивом профессионального выбора является материальное благополучие и социальный престиж. Основным

стереотипом о достижении больших высот в карьере является суждение, о том, что материального успеха можно добиться, прибегая иногда к неправомерным методам. Основным важным источником информации для молодежи является СМИ. Профессиональный выбор учеников старших классов более зрелый, самостоятельный, осознанный.

Теперь рассмотрим данные по методике «Репертуарные решетки Дж. Келли». Анализ был проведен качественным (описание содержательных характеристик конструкторов) и количественным (корреляции между конструкторами) методами.

Первым этапом обработки было ранжирование данных. Как уже описано выше, по каждой специальности было выделено четыре класса стереотипов, представляющие различную степень значимости понятий.

Далее подсчет велся путем расчета коэффициентов корреляции каждого конструктора с каждым значением. В ходе проведенного исследования, результаты анализа показали существенные различия между школьниками и взрослыми в дифференциации профессиональной сферы.

По результатам ранжирования мы видим, что самые отчетливые различия в восприятии профессий двух групп наблюдаются в профессиях, характеризующих с точки зрения таких понятий как «карьерист», «лидер», «деловой человек», которые, как мы уже отметили, у старшеклассников, в отличие от взрослых, характеризуют идеал.

Таким образом, по каждой профессии, оказалось, что корреляция не достигает статистической значимости между стереотипами молодежи и взрослых в наибольшей степени по отношению к профессиям «менеджера», «программиста», «журналиста», «юриста», «инженера». Это подтверждает наличие стереотипа молодежи об этих профессиях как о наиболее привлекательных

Так же, для полноты картины взаимосвязи между ценностями и их социальными стереотипами, в двух группах, объединив ответы испытуемых мы провели исследование ценностных ориентаций по методике М. Рокич.

На рисунке видно, что максимальное предпочтение терминальных ценностей респонденты отдают продуктивности жизни (максимально полное использование своих возможностей, сил и способностей), уверенности в себе (внутренняя гармония, свобода от сомнений) и творчеству (возможность творческой деятельности).

Наименьшее предпочтение с большим отрывом от других ценностей, испытуемые отдают здоровью (физическому и психическому). Сама по себе низкая значимость, которую имеет для юношей и девушек их здоровье, является типичной для этого возраста. Дело в том, что молодежи, не имеющей в целом физических недостатков, будучи полной сил и энергии, всегда было свойственно относиться к своему здоровью скорее несерьезно.

Так же современная молодежь выделила такую ценность, как творчество, хотя она и стоит несколько ниже других, но является важной, что говорит о высоком творческом потенциале респондентов.

Современный мир накладывает на молодых людей не только большое количество различного рода стереотипов, но и большую ответственность за себя и свое будущее, поэтому такая ценность как - продуктивная жизнь, является вполне предсказуемой.

Из рисунка 5 видно, что наибольшее предпочтение инструментальных ценностей испытуемые подростки отдают аккуратности (чистоплотность), умение содержать в порядке вещи, порядок в делах; высоким запросам (высокие требования к жизни и высокие притязания); эффективности в делах (трудолюбие, продуктивность в работе). Наименьшим значением выбора ценности является воспитанность (хорошие манеры); честность (правдивость, искренность).

На сегодняшний день жизнь практически любого человека неотъемлемо связана с имиджем. Существует огромное количество способов, благодаря которым развиваются институты моды и красоты. Мы живем в эпоху, когда то, как человек выглядит гораздо важнее того, кем он является на самом деле. Именно с этим на мой взгляд связано предпочтение такой

ценности, как аккуратность (чистоплотность, умение содержать в порядке вещи, порядок в делах).

Так же на рисунке проглядывается некая взаимосвязь между инструментальной ценностью эффективность в делах (трудолюбие, продуктивность в работе) и терминальной продуктивность жизни (максимально полное использование своих возможностей, сил и способностей). Что бы добиться продуктивности в жизни, необходимо эффективно и продуманно вести свои дела.

Говоря о высоких запросах подростков (высокие требования к жизни и высокие притязания), можно увидеть следующее: высокие запросы большинством школьников воспринимаются, как нечто позитивное, как положительная характеристика личности. И это так же неслучайно, так как в век потребления каждый хочет потреблять как можно больше, а следовательно, необходимо увеличивать свои запросы как к себе самому и окружению в целом, так и к тому, что именно ты хочешь от жизни.

Однако крайне печальная тенденция заключается в том, что такие ценности как честность (правдивость, искренность) и воспитанность (хорошие манеры), уходят на второй план и все меньше школьников о них задумываются, что говорит о том что тенденции связанные с «успеть все», «быть лучшим», «иметь все самое лучшее» убивают в молодых людях многие позитивные черты и возможно через какое-то время мы увидим совсем другого человека.

Вероятно, наименьшее предпочтение значения честность (правдивость, искренность) в выборе подростков связано с пониманием этого качества в современных социальных условиях, когда процветают обман и мошенничество, когда люди становятся предельно осторожными и мнительными. К сожалению, честность в широком смысле, абсолютная правдивость, искренность во всем очень редко встречается. Наверное, потому так и не ценится совсем. Не предпочтение честности для юношей и девушек

говорит об относительно взрослой оценке мира и людей, в нем живущих. Подростки научились отгораживаться стеной недоверия к окружающим.

Так же в выборе можно сказать о том, что наш современный мир на столько утратил этические нормы, что даже в самых близких отношениях (например, между родителями и детьми) нет никакого уважения. Бытовые разговоры обычно проходят на низшем уровне (с применением различного рода жаргонизмов, сленга). А об оцени между сверстниками можно и не говорить вообще. Поэтому чувство тактичности, воспитанности, правильного поведения почти потеряло своё место в кругу ценностных ориентаций.

Проведя это исследование, можно сказать о взаимосвязи ценностных ориентаций и социальных стереотипах присущих любому обществу.

В выборе ценностей подростки предпочтительны к более приемлемым в современном обществе ценностям, можно их назвать стереотипными, хотя остаётся процветающая тенденция разрушающего нарциссизма и слишком высокоамбициозных людей, готовых лишь потреблять. Возможно, данная тенденция лишь вопрос времени, а возможно новый общественный стереотип. Но все же, мы как исследователи оставляем надежду, что базисные ценности и связанные с ними стереотипы будут неотъемлемой частью нашей жизни.

Заключение. Социальный стереотип – неотъемлемый элемент обыденного сознания. Его суть в том, что он выражает отношение, установку данной социальной группы к определенному явлению. Именно стереотипы в значительной степени определяют моральные нормы, формируют политические, религиозные и мировоззренческие концепции. Поведенческие стереотипы очень разнообразны и во многом определяют наше поведение, наши суждения и отношение к окружающему. К ним относятся такие частные случаи как этнические, гендерные, политические и целый ряд других стереотипов.

Современные возрастные границы молодого поколения от 14-16 до 25-30 лет. В данном исследовании была представлена молодежь в юношеском возрасте на этапе профессионального самоопределения.

Так как, именно социальное поведение молодежи оказывают наибольшее влияние на развитие страны, на тенденции и перспективы ее развития, в связи, с чем необходимо постоянно изучать их и анализировать. Таким образом, в данной работе был проведен анализ стереотипов поведения молодежи не только для прогнозирования дальнейшего развития страны, но и возможностью формирования положительных стереотипов поведения у молодежи, которые будут способствовать эффективному развитию государства и общества.

В результате исследования мы пришли к ряду выводов:

1. В результате исследования было установлено, что показатели в оценке школьниками профессий по методике «Репертуарных решеток», соответствуют показателям соответствующего профессионального типа. Это позволяет нам сделать вывод о том, что сформированные стереотипы молодежи влияют на определенное поведение, в данном случае, на профессиональный выбор

2. По результатам ранжирования выявлено, что самые отчетливые различия в восприятии группы молодежи взрослых людей наблюдаются в профессиях, характеризующихся с точки зрения таких понятий как «карьерист», «лидер», «деловой человек», которые у старшеклассников, в отличие от взрослых, характеризуют идеал. Такими профессиями оказались профессии «менеджера», «программиста», «журналиста», «юриста». Это доказывает существование в сознании молодёжи стереотипа о данных профессиях как о наиболее востребованных в обществе и привлекательных для освоения.

Итак, как я выяснила, тема моего исследования достаточно актуальна.

Жизненные ценности и стереотипы сегодняшней молодёжи определяют образ нашего «завтра». Любое проявление невнимания к

молодёжным проблемам способно создать ещё большие проблемы для настоящего и будущего общества.

Представляя собой основу будущего общества, молодежь заслуживает к себе самого непосредственного внимания. У молодёжи всегда самые близкие и непосредственные отношения с будущим общества, поэтому необходимо повышение ответственности и самостоятельности, расширения прав молодёжи.