

Социокультурные детерминанты актуализации стереотипов в молодежной среде (на примере России и Великобритании)

Научный руководитель – Чудновская Ирина Николаевна

Глазунова Светлана Евгеньевна

Студент (магистр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Кафедра социологии коммуникативных систем, Москва, Россия

E-mail: glazunova.20@mail.ru

В новых ситуациях индивиды склонны принимать решения, опираясь на сложившиеся в обществе определенные модели мышления и поведения или на социальные стереотипы — «представления и парадигмы, которые сформировались как результат обобщения ранее накопленного опыта» [4]. Социальные стереотипы, таким образом, выступают в роли определенных шаблонов поведения, с одной стороны, и идентифицируют индивида с определенной социальной группой или занимаемым им социальным положением в обществе, с другой стороны.

В социологическом знании выделяется два уровня социальных стереотипов: когнитивный и ценностный. Если ценностный уровень формируется вследствие субъективного восприятия индивидом окружающей реальности, его чувств, эмоций, личного восприятия событий, то когнитивный уровень формируется в результате воздействия внешних факторов на индивида, например, межличностной коммуникации, кино, литературы, СМИ, социальных сетей и так далее [3]. При этом в современном обществе СМИ и межличностная коммуникация являются главными детерминантами актуализации стереотипов в молодежной среде [6]. Кроме того, на механизмы стереотипизации в различных социальных группах могут влиять конкретные социально-исторические и политические события. В связи с этим изучение социальных стереотипов является актуальным в новых сложившихся социально-политических условиях.

Молодёжь как социальная группа характеризуется высокой степенью подверженности влиянию третьих лиц, в том числе средств массовой информации. Как правило, ценности представителей молодёжи находятся в процессе формирования, а потому являются неустойчивыми. Молодёжи также часто не хватает личного опыта и сформировавшихся духовно-нравственных ориентиров для процесса принятия решений в условиях социальной нестабильности и социальных изменений, происходящих в обществе. Механизмы стереотипизации в молодежной среде являются уникальными социальными процессами, напрямую зависящими от социальных факторов, влияющих на конкретную молодежную группу.

Социальные стереотипы в российской и британской молодежной среде имеют как сходства, так и различия. Согласно данным проведенных исследований, наблюдаются схожие признаки гендерных и профессиональных стереотипов в России и Великобритании. Так, более половины россиян и британцев сходятся во мнении о том, что ролью мужчин является обеспечение семьи, а роль женщины — быть хорошей матерью и домохозяйкой [5, 1]. Различия наблюдаются непосредственно в формировании социальных стереотипов, например, по сравнению с британской молодежной аудиторией, литература оказывает гораздо большее влияние на формирование социальных стереотипов у российской молодёжи [6].

В работе представлено вторичное исследование актуализации стереотипов в молодежной среде в России и Великобритании на основании данных российских и британских исследовательских центров, научных работ и открытых источников. Сделаны выводы о

различии детерминантов актуализации социальных стереотипов в российской и британской молодежной среде. Помимо этого, представлены результаты опроса российской и британской молодежи на предмет социокультурных стереотипов в России и Великобритании. Сделаны выводы о том, что в современном обществе Интернет и социальные сети являются главными источниками стереотипов, которые распространяются преимущественно через мемы.

Источники и литература

- 1) Андреева А. Опасные взгляды: как гендерные стереотипы мешают развивать экономику // Forbes. 14.03.2023. <https://www.forbes.ru/forbes-woman/400407-opasnye-vzglyady-kak-gendernye-stereotipymeshayut-razvivat-ekonomiku>
- 2) Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования / Д. Белл. — М.: Академия, 1999. — 949 с.
- 3) Передерий В. А., Чеботарева А. С. Стереотипы в контексте социокультурной деятельности человека: социологический аспект // Тенденции развития науки и образования. — 2021. — №. 70-6. — С. 142-144.
- 4) Allport, G. W. The Nature of Prejudice. — New York, 1958. - 77 p.
- 5) British Social Attitudes Survey, 2020
- 6) Chudnovskaya I. N., Lipatova M. E. Impact of media on shaping ethno-cultural stereotypes in British and Russian young people // Media Watch. — 2018. — Т. 9. — №. 3. — С. 426-436.