

приобретение знаний, а не просто получение диплома. Таким образом, с возрастом мотивация достижения успеха возрастает, изменяются и мотивы учебной деятельности, более ценным становится получение знаний, а не диплома.

СТЕРЕОТИП КАК СРЕДСТВО МАНИПУЛЯЦИЕЙ СОЗНАНИЕМ

Богуславская А.А., студентка 3-его курса з/о специальности «Психология» ОНУ им. И.И.Мечникова

Несмотря на многочисленные разногласия по поводу соотношения биологического и социального в личности человека, ценность социального влияния на человека отрицать нельзя. Посредством этого взаимодействия развивается каждая личность, и эта система двустороннего взаимодействия крайне важна. Однако и в этой системе есть свои погрешности, одной из которых является стереотип как готовый штамп мышления, но штамп эстетически привлекательный.

Безусловно, невозможно не признать, что стереотипы являются в некоторой степени целесообразной стратегией социального познания – стереотипы в значительной степени «упрощают» картину мира, делают ее более понятной, освобождая от процесса анализа массы всевозможной информации и деталей многих явлений. В этом ключе стереотипы - очевидный плюс, предоставляющий простую общую формулу восприятия, жизненной ориентации и соответствующего поведения.

В чем же заключается погрешность стереотипа при наличии большого количества позитивных характеристик? Для начала обратимся к истории возникновения понятия «стереотип».

Понятие «стереотип» в общественно-политический западный дискурс вошло по предложению Уолтера Липпмана, которое он применил в описании своей оригинальной концепции 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. Определение Уолтера Липпмана обладает значительным познавательным потенциалом для социальных психологов, так как позволяет проводить различие между тем, что представляет собой объект восприятия и тем, как его воспринимают люди.

В своей книге «Общественное мнение» Липпман выдвинул концепцию стереотипизации как основы пропаганды, предвосхитив основные смыслы, которые в дальнейшем исследователи обнаружили в стереотипах, а само понятие прочно вошло в обиходный язык.

В последнее время понятие «стереотип» все чаще употребляется для характеристики процессов, происходящих в рамках той или иной культуры, идеологии, государственной политики и т.п., которые обуславливают трансформацию основополагающих социокультурных ценностей народа, нации, государства и сопровождаются бесконтрольным тиражированием этих ценностей (чаще имеющих негативное, нежели позитивное значение для восприятия их другими). И именно это бесконтрольное тиражирование формирует стереотип – некое клеймо, которое общественное мнение ставит на тех или иных людей, явления, социальные группы и т.д. Это «истина», не нуждающаяся в доказательстве, более того, лишаящая человека индивидуальности. В социологии даже есть теория (labeling theory), описывающая процессы выработки и «приклеивания» ярлыков к личностям или группам.

Ни один человек, однако, не может прожить без определенных установок в восприятии и мышлении – обдумывать заново каждую новую ситуацию у него не хватит ни психических сил, ни времени. Таким образом, стереотипы, как необходимый человеку инструмент восприятия и мышления, обладают устойчивостью, могут быть выявлены, изучены и использованы как средства для манипуляции.

У. Липпман, кроме устойчивости, выделил также в качестве основных характеристик стереотипа ригидность и консерватизм, которые в определенной степени препятствуют полноценной социально-психологической адаптации человека. В частности, некоторые стереотипы, точнее стереотипные реакции, приобретаемые человеком

на протяжении всей жизни, начиная с самого раннего детства, носят недостаточно адаптивный характер, что может привести к нарастанию напряжения и развитию хронического стресса (в стрессовых ситуациях). Так, несмотря на определенную легкость восприятия посредством стандартизации, стереотипы искажают восприятие реальности, когда ситуация или объект рассматриваются с точки зрения массовых представлений, без учета фактов, современной оценки и индивидуального подхода.

Таким образом, социальные стереотипы, формирующиеся в сознании с помощью многообразных источников информации, становятся потенциальной мишенью для манипуляций.

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ВОЗРАСТ И САМОЭФФЕКТИВНОСТЬ

Гаврилова Е.А., студентка 3-его курса з/о специальности «Психология»
ОНУ им. И.И.Мечникова

Возраст человека – одна из фундаментальных научных категорий. В современном обществе возрастные границы и, соответственно, нормы возрастного развития, все чаще становятся предметом обсуждения представителей различных отраслей знания. Еще несколько десятилетий назад такие события, как поступление в школу, ВУЗ, начало трудовой деятельности, вступления в брак, выход на пенсию и др. были относительно четко «привязаны» к хронологическому возрасту. Как известно, каждому возрастному периоду предписывается некоторый набор характеристик, в том числе и психологических. На фоне интенсивного развития общества, изменяются и представление о возрастных границах и нормах. В свою очередь это влечет изменения в субъективном переживании возраста, зависящем от напряженности, событийной наполненности жизни и субъективно воспринимаемой степени самооффективности личности.

Исследованием психологического возраста занимались такие ученые, как Л.С. Выготский, Б.Г. Ананьев, А.Н. Леонтьев, Д.Б. Эльконин и другие. Вопросы самооффективности личности были освещены в работах А. Бандуры. В настоящее время некоторые аспекты данной