



УДК 159.9:316.6

ББК 88.5

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ВОЗРАСТНЫХ СТЕРЕОТИПОВ МОЛОДЕЖИ

О.В. Курышева

Статья посвящена теоретическому и эмпирическому исследованию специфики возрастных стереотипов молодежи. В качестве основных критериев анализа рассматриваются структура и функции возрастных стереотипов, специфика возрастных аутостереотипов молодежи.

Ключевые слова: *возрастные стереотипы и аутостереотипы, молодежь, структура и функции возрастных стереотипов, возрастные прототипы.*

Термин «социальный стереотип», впервые введенный У. Липпманом, обозначает ряд широко распространенных обобщений о психологических характеристиках группы или класса людей. По сути, это некоторый схематический стандартизованный образ, «картинка» члена той или иной социальной группы, в которой в свернутом виде заложены представления и ожидания относительно характеристик этой социальной группы. Социальные стереотипы лежат в основе интерпретации социальных феноменов и определяют наше поведение в социальных взаимодействиях. Поэтому вопросы, связанные с изучением содержания, функций и влияния социальных стереотипов на социальное поведение, не теряют актуальности.

Поскольку процесс стереотипизации связан с упрощенными, схематическими когнитивными процессами, в корне любого стереотипа лежат заметные, наблюдаемые харак-

теристики, позволяющие группировать события, явления или людей. На этой основе к числу самых распространенных социальных стереотипов относятся этнические, гендерные и возрастные.

Наряду с национальностью и полом возраст является одной из самых заметных характеристик других людей. С возрастом связаны культурные предпочтения, политические убеждения, семейный статус, социальные роли и т. д. Однако в социальной психологии проблема возрастных стереотипов оказалась за пределами исследовательского интереса. И если этнические или гендерные стереотипы являются предметом как теоретического осмысления, так и эмпирического исследования, то относительно возрастных стереотипов научный взгляд характеризуется узостью и фрагментарностью.

В самом широком смысле возрастные стереотипы представляют собой разновидность социальных стереотипов и связаны с представлениями людей различных возрастных категорий друг о друге и свойственных каждому периоду – детству, отрочеству, юности, зрелости и старости – стратегиях поведения в

обществе. В настоящее время в исследованиях возрастных стереотипов преобладает когнитивный подход, в рамках которого возрастные стереотипы рассматриваются в контексте проблем социального познания. С этой точки зрения возрастные стереотипы рассматриваются как перцептивные схемы, в которых возраст используется как первичный принцип классификации людей по критерию «молодой – старый». Традиционно полюс «молодой» соотносится с позитивными характеристиками, а полюс «старый», напротив, связывается с отрицательными качествами [3; 5].

Как перцептивные схемы, возрастные стереотипы имеют обобщенный малоосознаваемый характер и существуют в социальной реальности в свернутом виде. Как правило, они активируются в ситуации, где существует дефицит информации. Стереотипы обычно действуют как эмпирические правила, которые помогают в подобных случаях. С этой точки зрения процесс стереотипизирования – неотъемлемая и нормальная часть процесса социальной перцепции.

Процесс социального стереотипизирования начинается с номинирования возрастных категорий. С позиции социокультурного подхода такими номинациями выступают названия возрастных этапов, закрепленных в данной культуре. Альтернативной точкой зрения может служить социологический подход, где в качестве возрастных номинаций используются названия социальных групп – «пенсионеры», «школьники», «молодежь». Название социальной группы задает специфику последующего процесса конструирования значений и смыслов, относящихся как к самой группе, так и к ее типичным представителям.

В качестве возрастных номинаций могут выступать и своеобразные номинативные лейблы, в которых имплицитно содержатся социально разделяемые значения, связываемые с данной возрастной группой.

Возрастные номинации, или лейблы, могут функционировать как социолингвистические спусковые механизмы возрастных стереотипов. Довольно часто такие лейблы носят негативный характер и становятся основанием негативного стереотипизирования и возрастной дискриминации.

Традиционно считается, что преимущественно дискриминации на основании биологического возраста подвергаются пожилые люди. Однако подобные тенденции наблюдаются и по отношению к молодежи. Существует много терминов, которые уничижительным способом подчеркивают незрелость и неопытность молодежи. Мнение, что быть молодым – это привилегированное положение, что социальная власть у молодых и что, по сравнению со стариками, молодежь всегда находится в выигрыше (предпочтении) – не всегда оправданно. Как и пожилые люди, молодежь часто описывается терминами, имеющими негативный, уничижительный смысл. Например, популярным для современного поколения молодых людей является лейбл «поколение “X”», взятый из известного романа. Это термин используется, чтобы представить безликость и бесцельность современной молодежи, у которой нет никаких отличительных признаков, амбиций и т. д. [7].

Сами по себе эти лейблы кажутся относительно нейтральными, однако имплицитно они подразумевают отрицательные характеристики молодежи. Часто это становится понятным по сопровождающим комментариям, визуальным образам и т. д. Особенно ярко это видно на примере использования таких названий в СМИ. Как правило, в такого рода сообщениях СМИ включают сопутствующие отрицательные характеристики молодежи, квалифицирующие молодых людей как бездельников, нытиков, слабаков, зависящих от родителей.

Еще одним типом номинирования возрастных категорий является характеристики «молодой» или «старый». Поскольку в качестве биполярной шкалы они являются базовым компонентом возрастных стереотипов, как номинативная категория дихотомия «молодой – старый» приобретает универсальный характер и становится мерой возрастного соответствия.

Полюс «старый» традиционно связан с негативными значениями. Отрицательные коннотации старости приводят к тому, что человек как можно дольше хочет оставаться молодым, не желает определять себя как «старый» или «пожилой», не хочет идентифицировать себя с такой «ужасной» возрастной группой.

В свою очередь, у полюса «молодой» сосредоточены положительные значения. Главные

из них – «энергичный», «активный», «здоровый», «привлекательный». «Молодо выглядеть», «чувствовать себя молодым» обычно означает выглядеть более энергичным, свежим, здоровым и привлекательным.

Очевидно, такая коннотация значений «старый» и «молодой» имеет тенденцию создавать и укреплять негативные социальные суждения о возрасте и основанную на них дискриминацию старшей возрастной группы (эйджизм).

Возраст «молодых», таким образом, – наиболее предпочитаемый, а молодежь как социальная группа оказывается в привилегированном положении относительно других возрастных групп. С этой позиции может казаться невероятным существование эйджизма столь популярной возрастной группы. Однако существующие возрастные стереотипы и предубеждения относительно молодых людей делают возрастную дискриминацию реально существующей.

Интересно, что в основе эйджизма могут лежать не только отрицательные, но и положительные стереотипы. Что касается молодежи, то социальные ожидания предполагают, что молодые люди должны быть физически развитыми и активными, хорошо осведомленными и креативными и находиться в ситуации все возрастающего финансового успеха. Если же человек не в состоянии оправдать такие надежды, окружающие часто считают его несостоятельным и неуспешным – «впустую потратившим золотые годы молодости». Это социальное ожидание накладывает отпечаток на самовосприятие человека, чувствующего себя в случае несоответствия некомпетентным и ничего не стоящим. Часто это приводит к психологическим и другим проблемам, среди которых обычно выделяют: низкую самооценку, отсутствие уверенности в собственных силах, расстройство пищевого поведения (анорексия или обжорство), депрессию.

Прослеживаемая в обсуждаемых исследованиях четкая дифференциация «молодой (позитивный) – пожилой (негативный)» может быть объяснена с позиции специфики функционирования возрастных стереотипов. Как указывает М. Snyder, наиболее разработанными в этом контексте являются когнитивный, психодинамический и социокультурный подходы. Каждый из них сосредоточивается на одной – базовой – функции стереотипов [8].

В когнитивном подходе в качестве основной функции социальных стереотипов рассматривается познавательная. Она предполагает, что люди ограничены в количестве поступающей информации, которую они могут обработать. Следовательно, для того чтобы переработать максимальное количество информации, ее надо упростить. Для этого и нужны стереотипы. Они позволяют, с одной стороны, ускорить процесс познания, с другой – расширить рамки усваиваемой информации за счет ее упрощения.

Психодинамический подход основной функцией социальных стереотипов считает защитную. В основе понимания защиты лежат классические защитные механизмы, открытые в рамках психоаналитической теории. С этой точки зрения социальные стереотипы служат защитной функцией «эго». Негативное стереотипизирование аут-группы делает образ соперника менее привлекательным и опасным, что особенно важно в ситуации конкуренции. Позитивное стереотипизирование ин-группы, наоборот, повышает чувство собственного достоинства и самооценку. Стереотипы представителей других групп, таким образом, являются полезным инструментом для того, чтобы заставить людей чувствовать себя более уверенно и меньше опасаться представителей других групп.

В рамках социокультурного подхода основной функцией социальных стереотипов является социальная функция помощи в социальной адаптации. Социокультурный подход исследует социальные и культурные факторы, влияющие на возникновение и функционирование стереотипов в контексте социальных норм. Социальные стереотипы, с этой точки зрения, направлены на идентификацию социально более приспособленных групп с их собственными социальными и культурными характеристиками. Социальные стереотипы, таким образом, облегчают взаимодействие в пределах ин-группы, а также помогают различать представителей аут-групп. Указанные стереотипы функционально связаны с процессом идентификации с группой в рамках принятия групповых норм и ценностей [9].

В отношении возрастных стереотипов выделенные функции проявляются следующим образом.

В рамках познавательной функции возрастные стереотипы как молодых, так и пожилых функционируют так же, как стереотипы любой группы, то есть как механизм, упрощающий обработку информации. Это означает, что когда носитель стереотипа сталкивается с представителем определенной возрастной группы, происходит процесс категоризации, в рамках которого данный человек относится к определенной возрастной группе и наделяется характерными признаками (например, медлительностью и узостью социальных контактов как пожилой человек или быстротой и широтой социальных контактов как молодой человек). Функционирование социальных стереотипов, таким образом, приводит к восприятию членов аут-группы как подобных друг другу. В результате категоризации человека как члена определенной возрастной группы возникает ряд предсказуемых влияний на суждения и социальное поведение других людей. Например, в ходе социального взаимодействия с пожилыми людьми часто используется определенный темп и характер разговора. Это связано с теми характеристиками пожилых людей, которые приписаны им в процессе стереотипизирования.

Возрастные стереотипы также служат функции защиты «эго». Вот в этом случае в большей мере приходится говорить о стереотипах, связанных с людьми пожилого возраста. Согласно психодинамическому подходу, пожилой человек несет угрозу молодым, так как напоминает молодежи о старении и смерти. Пожилые люди заставляют задуматься о быстротечности жизни, непостоянстве физических и умственных способностей и даже о собственной смертности; они служат примерами для молодежи весьма негативных изменений в будущем. Поэтому относительно молодежи они – аут-группа, представляющая угрозу. Социальные стереотипы пожилых служат для защиты «эго» следующим образом. Молодежь видит пожилых людей с многочисленными умственными и физическими дефектами. Если объяснять эти дефекты процессом старения, то очевидно, что это является угрожающей перспективой, так как когда-нибудь старение коснется и молодых. Но если объяснять причину этих дефектов не старением, а личностными особенностями их носителей, негативная перспектива ослабевает. Вера в то, что некоторые люди имеют умственные и

физические проблемы в старости потому, что они имели их всегда, минимизирует угрозы старения. Придерживаясь такой точки зрения, молодые люди, которые не имеют физических или умственных недостатков, могут считать, что не обязательно станут болезненными, хилыми или забывчивыми в старости. Таким образом, обвиняя в умственных или физических расстройствах самого пожилого человека, а не процесс старения, молодежь защищена от пугающей правды, что когда-нибудь такие же расстройства грозят и ей.

Что касается социальной функции, то социальные взаимодействия в пределах различных возрастных групп весьма ограничены. Большинство людей предпочитают общаться с людьми подобного возраста. Студенты взаимодействуют с другими студентами, молодые профессионалы – с другими молодыми профессионалами. Для молодых людей весьма нехарактерны прямые длительные контакты с пожилыми людьми, кроме, возможно, их собственных бабушек и дедушек. Поэтому, в силу дефицита информации, на мнение молодежи влияет то, что другие (например, друзья или СМИ) говорят о стариках. Таким образом, молодые люди как бы поглощают социальный стереотип пожилых, принятый в данном обществе. Разделяя стереотипные убеждения, молодые выстраивают социальные взаимодействия с другими в пределах ин-группы, поскольку это становится еще одним фактором групповой идентификации.

Исследования показывают, что как только категории возраста названы (установлены), они связываются со специфическими возрастными характеристиками, которые включают в себя как положительные, так и отрицательные подкатегории, или стереотипные черты. Каждой возрастной группе соответствуют свои наборы стереотипных черт.

В самом общем виде к отрицательным коннотациям пожилого возраста относятся такие характеристики, как «бесполезный», «больной», «старый». Молодой возраст, напротив, охарактеризован такими качествами, как «энергичный», «красивый», «способный». Более детальное исследование возрастных стереотипов показывает, что в процессе социальной перцепции характеристики пожилых людей содержат в среднем более 85 % отрица-

тельных качеств, в то время как характеристики молодых людей на 72 % состоят из позитивных определений [9].

Несмотря на существенные различия в структуре и сложности стереотипных схем возраста, довольно четко выделяются общие черты, которые представители различных возрастных групп связывают с определенным возрастом. Одними из первых идею группировать стереотипные характеристики предложили Brewer, Dull, and Lui. Исследуя стереотипные характеристики пожилых людей, они разделили их на группы, чтобы сформировать несколько различных стереотипных прототипов пожилых людей. В общих чертах у них получилось три преобладающих прототипа, каждому из которых было дано обобщающее название: «Прекрасная бабушка», «Пожилый человек» и «Джон-консерватор». Позже этот стереотипный репертуар был расширен, и с его помощью описан ряд как позитивных, так и негативных стереотипных прототипов пожилых людей.

По мнению авторов, выявленные прототипы характеризуют существующие в обществе модели старения и фактически доказывают неразделимость позитивных и негативных характеристик в структуре возрастных стереотипов. Даже положительные подтипы содержат признаки, у которых есть отрицательные компоненты (например, «Прекрасная бабушка» имеет признак «живет жизнью своих детей») [8, p. 39–41].

Впоследствии подобное исследование было проведено на американской молодежной выборке [6]. Исследование выявило 13 стереотипных прототипов молодежи: четыре положительных и девять отрицательных (табл. 1). Особенно обращает на себя внимание равное с пожилой возрастной группой количество положительных и отрицательных прототипов, что ставит под сомнение вывод о преобладании негативных стереотипов в отношении пожилых людей. В частности, к положительным стереотипным прототипам молодежи относятся следующие: «Активист», «Зрелый молодой профессионал», «Атлет», «Настоящий друг». Соответственно, к отрицательным прототипам относятся: «Деревенщина», «Инвалид», «Одиночка», «Бедняк», «Бездомный», «Член элитного клуба», «Провинциал», «Умственно неполноценный», «Шумный сосед».

Таким образом, как показывает проведенный теоретический анализ, процессы возрастного стереотипизирования в полной мере касаются молодежи как особой социальной группы. Однако в отечественной психологии подобные исследования процесса стереотипизирования и специфики возрастных гетеро- и аутостереотипов не проводились.

Проведенное нами исследование направлено на изучение возрастных стереотипов молодежи как особой возрастной группы (исследование проведено Е.А. Пахтиной под нашим руководством). Исследовательской задачей явилось, во-первых, выделение набора личностных характеристик, выступающих в качестве стереотипных возрастных свойств молодежи; во-вторых, анализ данных характеристик с позиции их положительного или отрицательного модуля, и, в-третьих, сравнение данных характеристик у представителей различных возрастных групп.

В качестве исследовательского метода был выбран метод свободного описания. Вопрос об исследовательских и, в частности, диагностических методах возрастных стереотипов, релевантных специфике исследуемого феномена, остается до сих пор открытым в силу редкого обращения к анализу собственно возрастных стереотипов. Применительно к исследованию социальных стереотипов в общем и этнических стереотипов в частности традиционными исследовательскими методами являются методы свободного описания в различных разновидностях, методы прямого опроса (список личностных черт, диагностический тест отношений и т. д.), проективные и психосемантические методы [1].

В нашем случае метод свободного описания выбран в силу его максимальной неструктурированности. Получаемая информация поэтому более релевантна мнениям испытуемых, чем навязанный набор категорий. К тому же выбранный метод позволит максимально свободно подойти к вопросу сравнительного анализа стереотипного образа молодежи у различных возрастных групп.

Кроме этого, в последующем на основании полученных результатов будет составлен опросник по личностным чертам, который позволит методически корректно выстроить дальнейшее исследование.

Таблица 1

Стереотипные прототипы молодежи

Позитивные прототипы								
«Активист»	«Зрелый молодой профессионал»	«Атлет (экстраспорт)»	«Настоящий друг»					
Либеральный Толерантный Патриот Мудрый Заботящийся о будущем	Умный Знающий свою миссию Мудрый Заинтересованный Планирующий свою жизнь Мужественный Квалифицированный Способный Успешный	Счастливый Здоровый Активный Заинтересованный Наслаждающийся (довольный) жизнью	Любящий Понимающий Великодушный Добрый Хороший семьянин Всегда готовый помочь					
Негативные прототипы								
«Деревенщина»	«Инвалид»	«Одиночка»	«Бедняк»	«Бездомный»	«Член элитного клуба»	«Провинциал»	«Умственно неполноценный»	«Шумный сосед»
Жадный Эгоист Предубежденный Раздражающий Язывательный Безалаберный Обидчивый Отвергаемый	Забывчивый Медлительный Требующий заботы Осторожный Физически неполноценный Большой Ожидающий смерти	Неэмоциональный Без чувства юмора Усталый Неспособный общаться Наивный Спокойный	Ограниченный в средствах Бедный Грязный Непривлекательный Безработный Бесполезный Неуспешный	Одинокий Печальный Отвергаемый Пренебрегаемый Попадающий в неприятные ситуации	Изысканный Хорошо выглядящий Сноб	Живущий в прошлом Рассказывающий истории о прошлом Старомодный	Зависимый Заикающийся Нуждающийся в помощи и заботе	Консервативный Экономный Домосед

В рамках используемого нами метода свободного описания респондентам предлагалось привести не менее трех личностных качеств, характеризующих типичного представителя молодого поколения (20–30 лет). Выборку испытуемых составили 90 человек: 30 подростков (12–16 лет, средний возраст 14,8 лет), 30 представителей молодежи (20–30 лет, средний возраст 26,2 лет) и 30 представителей пожилого возраста (55–70 лет, средний возраст 63 года).

Полученные результаты обработаны с помощью программы «SPSS». Применены методы описательной статистики и метод контент-анализа.

Прежде всего, в каждой группе респондентов было подсчитано общее количество ответов, а также процентное соотношение положительных и отрицательных качеств, приписываемых молодежи (табл. 2).

Как видно из таблицы, во всех возрастных группах получены практически одинаковые результаты, статистически достоверных различий не обнаружено ни по одному из выделенных критериев. Положительные характеристики существенно преобладают над отрицательными, что ставит под сомнение идею о биполярном характере возрастных стереотипов. Далее в каждой возрастной группе были выделены десять наиболее часто встречающихся характеристик (табл. 3).

Как видно из таблицы, наблюдается весьма существенное совпадение результатов в различных возрастных группах. Так, наиболее часто встречающимися характеристиками во всех возрастных группах являются «целеустремленный» и – с различной частотой встречаемости – «активный». Всего во всех трех группах совпало четыре характеристики: «целеустремленный», «активный», «ответственный», «упрямый». Мы полагаем, что они

являются базовыми личностными характеристиками возрастного стереотипа группы «молодежь». Особый интерес представляет тот факт, что, как уже было отмечено ранее, данные характеристики не были заданы изначально, а высказывались респондентами в свободной форме. Интересно отметить, что в приписываемые характеристики не входят прилагательные «молодой» или «старый»: они не встречаются ни среди наиболее часто приписываемых, ни вообще среди упомянутых характеристик (в группе подростков единичное упоминание имеет прилагательное «пожилой» по отношению к группе «пожилые»). Хотя, по мнению многих авторов, дихотомия «молодой – старый» выступает содержательной основой возрастных стереотипов. Можно предположить, что она имеет имплицитный характер и не проявляется в семантическом пространстве.

Второй этап исследования посвящен исследованию специфики возрастных аутостереотипов молодежи. Под аутостереотипом в социальной психологии традиционно понимается стереотипные характеристики, относящиеся к представителю собственной социальной группы.

На основании полученных результатов нами был сформирован список наиболее часто встречаемых в целом по выборке характеристик, в который вошло 70 прилагательных. Дополнительно в список мы включили прилагательные «молодой» и «старый». Испытуемым предлагалось оценить по пятибалльной шкале степень выраженности каждой из характеристик у типичного представителя молодежи (аутостереотип) и у себя лично (самооценка). При разработке списка мы намеренно ушли от использования биполярных шкал с целью избежать конструктивной ошибки – недостаточно точно определения противоположных полюсов.

Таблица 2

Распределение положительных и отрицательных качеств, приписываемых возрастной группе «молодежь»

Возрастная группа	Характеристики				
	Всего	Положительные		Отрицательные	
		Всего	%	Всего	%
Подростки	98	89	28,2	9	2,9
Молодежь	112	98	30,9	14	4,4
Пожилые	106	94	29,8	12	3,8
<i>В целом по выборке</i>	316	281	88,9	35	11,1

Таблица 3

Личностные характеристики, наиболее часто приписываемые молодежи как возрастной группе представителями разных возрастных групп *

№ п/п	Возрастные группы		
	Подростки	Молодежь	Пожилые
1	целеустремленный (20)	целеустремленный (14)	целеустремленный (15)
2	упрямый (7)	активный (10)	активный (11)
3	толерантный (5)	ответственный (5)	упрямый (6)
4	ответственный (4)	находчивый (4)	компетентный (5)
5	решительный (4)	жизнерадостный (4)	жизнерадостный (4)
6	активный (3)	упрямый (4)	самостоятельный (4)
7	спокойный (3)	общительный (4)	трудолюбивый (4)
8	эгоистичный (3)	самостоятельный (3)	ответственный (3)
9	смелый (3)	рассудительный (3)	решительный (2)
10	рассудительный (2)	уверенный (2)	смелый (2)

* В скобках указана частота встречаемости.

Выборку респондентов составили 60 человек (30 мужчин и 30 женщин) в возрасте от 20 до 27 лет.

Полученные ответы были обработаны с помощью статистической программы «SPSS». Применялись процедуры описательной статистики, подсчет критерия t-Стьюдента для независимых выборок, многомерное шкалирование.

На основании подсчета средних значений в целом по выборке выявлены личностные качества, которые респонденты считают типичными для молодежи (табл. 4).

Как видно из приведенных результатов, среди наиболее популярных стереотипных качеств молодежи также встречаются характеристики, выделенные как основные на пилотажном этапе исследования. К ним, в частности, относятся «активный», «упрямый», «целеустремленный».

Далее в ходе анализа были выявлены черты, которые, по мнению респондентов, достаточно слабо выражены у типичного представителя молодого поколения и не являются составными компонентами аутостереотипа (табл. 5).

На наш взгляд, по результатам исследования особого внимания заслуживает стереотипная характеристика «молодой». Как уже отмечалось, в пилотажном исследовании эта характеристика не была выявлена в ответах ни одной возрастной группы. В список качеств она была добавлена нами по результатам теоретического ана-

лиза как основная характеристика возрастного стереотипа.

Таблица 4

Наиболее ярко выраженные личностные качества типичного представителя молодого поколения

Характеристики	Среднее значение
молодой	4,3
общительный	4,2
обладающий чувством юмора	4,1
уверенный	4,0
бодрый	3,9
привлекательный	3,8
эгоистичный	3,8
эмоциональный	3,8
активный	3,7
упрямый	3,7
гордый	3,7
жизнерадостный	3,7
целеустремленный	3,7
мечтательный	3,6
самостоятельный	3,6
находчивый	3,6
расчетливый	3,6
демонстративный	3,6
импульсивный	3,5
решительный	3,5
своенравный	3,5
любопытный	3,5
смелый	3,5
наглый	3,5

В этом случае, как видно из таблицы, стереотипная характеристика «молодой» занимает самую высокую строчку и является самой популярной характеристикой аутосте-

реотипа молодежи. Основываясь на этом, мы предполагаем, что характеристики дихотомии «молодой – старый» имеют имплицитный характер и априори являются базовыми стереотипными характеристиками, в частности, аутостереотипа молодежи. Данное гипотетическое утверждение относительно других возрастных групп нуждается в дополнительной проверке.

Таблица 5

**Наименее ярко выраженные
личностные качества
типичного представителя
молодого поколения**

Характеристики	Среднее значение
надежный	2,5
ворчливый	2,2
старый	1,8
старомодный	1,7

Далее показатели характеристик аутостереотипа сравнивались с показателями тех же характеристик самооценки. Полученные результаты сравнивались с помощью подсчета критерия t-Стьюдента. В приведенной ниже таблице представлены наиболее значимые результаты (табл. 6).

Таким образом, проведенный сравнительный анализ позволяет говорить о существенном расхождении между характеристиками аутостереотипа и самооценкой. В глазах молодежи типичный представитель молодого поколения (аутостереотип) – молодой, активный, жизнерадостный, эмоциональный, общительный, находчивый, мечтательный, обладающий чувством юмора, бодрый, привлекательный, уверенный, целеустремленный, но в то же время самостоятельный, гордый, упрямый, эгоистичный, расчетливый, демонстративный.

Себя же представители молодого поколения (самооценка) характеризуют как молодых, добрых, жизнерадостных, рассудительных, воспитанных, мечтательных, любознательных, целеустремленных, справедливых, общительных, привлекательных, выносливых, ответственных, находчивых, здоровых, толерантных, но в то же время упрямых, своенравных, самостоятельных, осторожных.

При этом представители молодежи оценивают себя как более добрых, сентименталь-

ных, рассудительных, спокойных, бескорыстных, выносливых и менее общительных, агрессивных, эгоистичных, непослушных, демонстративных, расчетливых по сравнению с типичными представителями молодого поколения.

В целом, полученные результаты показывают, что молодые люди склонны приписывать себе более позитивные характеристики, чем собственной возрастной группе. Такая же закономерность наблюдается у пожилых людей. По мнению исследователей, это объясняется общим негативным отношением к старости и желанием приблизить собственные характеристики к «нормативной» группе молодых [2]. Однако выявленная похожая тенденция в аутостереотипизировании молодежи позволяет предположить, что существуют общие принципы, в соответствии с которыми представители любого возраста склонны приписывать себе в целом более позитивные характеристики, чем обобщенному типичному представителю собственной возрастной группы.

Как отмечалось выше, в зарубежных исследованиях стереотипов различных возрастных групп, в том числе и молодежи, были выявлены стереотипные прототипы, представляющие из себя устойчивые наборы стереотипных качеств. Основываясь на этой логике, далее нами было проведено многомерное шкалирование наиболее ярко выраженных характеристик, приписываемых типичному представителю молодого поколения, с целью выявления обобщенных типов возрастных аутостереотипов молодежи.

В результате этого было получено четыре набора стереотипных характеристик. Их анализ позволил выявить две, на наш взгляд, доминантные характеристики. Первая характеристика связана с различным уровнем проявления личностной зрелости, а вторая – с различной степенью эмоционального реагирования. С опорой на это нами по результатам многомерного шкалирования было построено двухмерное семантическое пространство. Горизонтальную ось мы обозначили как фактор «личностная зрелость» (левый крайний полюс – незрелая личность (НЛ); правый крайний полюс – зрелая личность (ЗЛ)), а вертикальную – как фактор «эмоциональная экспрессия» (нижний крайний полюс – эмоциональная нестабильность (ЭН); верхний крайний полюс – эмоциональная стабильность (ЭС)).

Сравнительный анализ показателей аутостереотипизирования и самооценки у молодежи *

Личностные качества	Характеристика в целом по выборке (средние показатели)	
	аутостереотипа	самооценки
молодой	4,3	4,1
общительный	4,2	3,7
с чувством юмора	4,1	
уверенный	4,0	
бодрый	3,9	3,5
эгоистичный	3,8	
эмоциональный	3,8	
привлекательный	3,8	3,9
активный	3,7	3,5
жизнерадостный	3,7	3,9
упрямый	3,7	3,7
целеустремленный	3,7	3,9
самостоятельный	3,6	3,8
находчивый	3,6	3,6
демонстративный	3,6	
расчетливый	3,6	
решительный	3,5	3,5
наглый	3,5	
своенравный	3,5	
смелый	3,5	
воспитанный		3,9
толерантный		3,5
добрый		3,7
эмоциональный		3,5
любопытный		3,7
рассудительный		3,8
ответственный		3,6
внимательный		3,5
осторожный		3,6
справедливый		3,8
мечтательный		3,8
здоровый		3,6

* Цветом в таблице выделены качества, имеющие статистически достоверные различия ($p \leq 0,01$). Характеристики, количественные результаты которых не представлены в таблице, имеют показатели ниже средней величины (3,5) и здесь в расчет не принимаются.

В результате получены следующие четыре прототипа возрастных аутостереотипов молодежи (см. рис.). Каждый из прототипов описан основными стереотипными характеристиками и имеет метафорическое название.

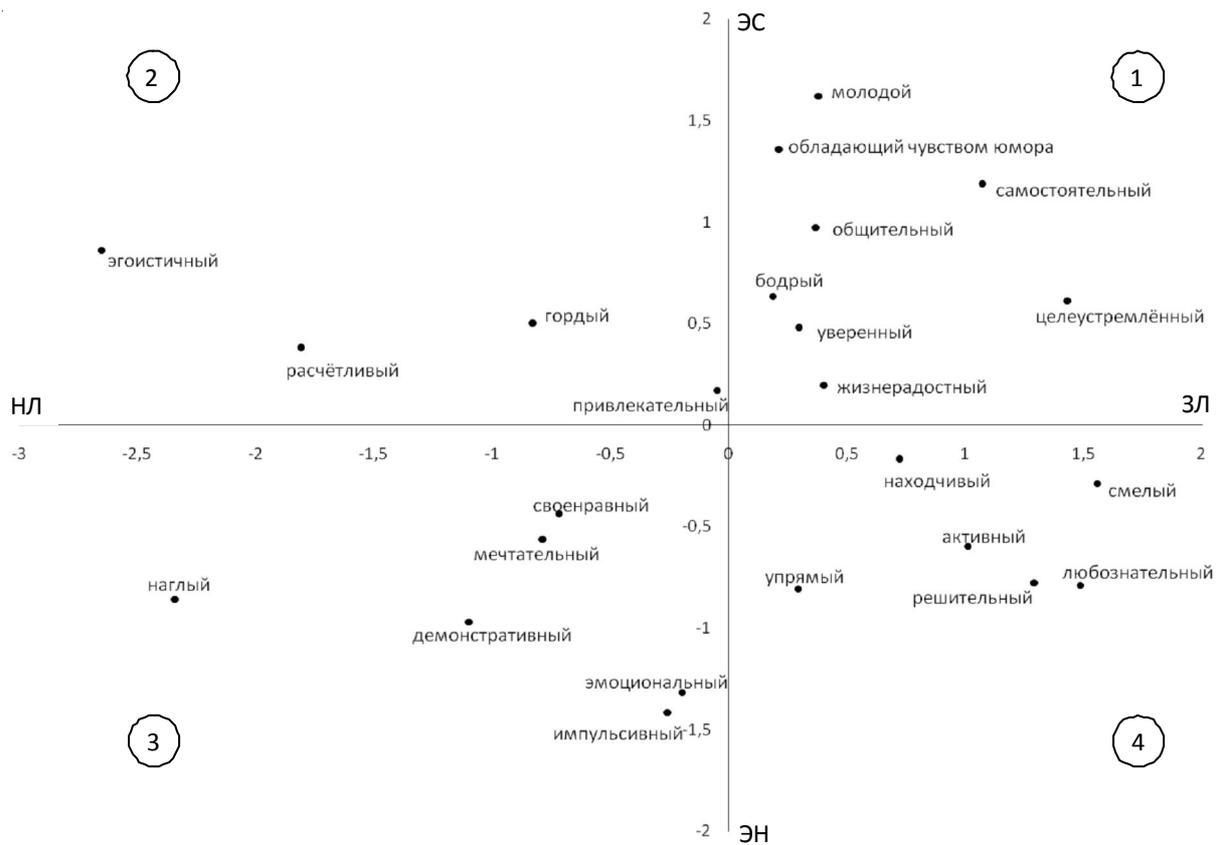
1. «Душа компании»: зрелая, эмоционально стабильная личность. Включает следующие характеристики: молодой, обладающий чувством юмора, самостоятельный, общительный, бодрый, уверенный, жизнерадостный, целеустремленный.

2. «Индивидуалист»: незрелая, эмоционально стабильная личность. Включает такие

характеристики, как эгоистичный, гордый, расчетливый, привлекательный.

3. «Большой ребенок»: незрелая, эмоционально нестабильная личность. Характеризуется как демонстративный, наглый, своенравный, импульсивный, мечтательный, эмоциональный.

4. «Энтузиаст»: зрелая, эмоционально нестабильная личность. Проявляет такие черты характера, как находчивость, активность, упрямство, решительность, любопытность, смелость.



Семантическое пространство «Прототипы возрастных аутостереотипов молодежи»

Далее, основываясь на полученных результатах, проведен анализ преобладающих прототипов, во-первых, применительно к обобщенному стереотипному образу представителя молодежи (аутостереотип), и, во-вторых, непосредственно к себе (самооценка). (Анализ проводился путем статистического отбора случаев, удовлетворяющего условию «все присущие данному прототипу качества $\geq 3,5$ ».)

Согласно проведенным подсчетам, было выявлено, что у 20 % молодых людей по отношению к собственной возрастной группе в сознании преобладает прототип «Душа компании» (зрелая, эмоционально стабильная личность). Еще 20 % молодежи считает, что современное молодое поколение представляет собой прототип «Энтузиаст» (эмоционально нестабильная, зрелая личность). 15 % молодых людей стереотипизируют молодое поколение как прототип «Большой ребенок» (эмоционально нестабильная, незрелая личность). Наибольший процент представителей молодежи (25 %) характеризуют свою возрастную группу как тип «Индивидуалист» (эмоционально стабильная,

незрелая личность), то есть можно говорить о том, что в сознании молодых людей относительно молодого поколения преобладает аутостереотип «Индивидуалист». 20 % респондентов не соотносят типичного представителя молодежи с каким-либо одним прототипом.

Что касается самооценочных характеристик, то большинство респондентов относят себя к типу «Душа компании» – 15 %. 13 % молодых людей характеризуют себя как представителей типа «Индивидуалист», 12 % – относят себя к типу «Энтузиаст» и всего лишь 2 % – к типу «Большой ребенок».

Таким образом, возрастные стереотипы молодежи как особой социальной группы имеют собственную специфику, которая находит отражение в целом ряде психологических процессов – от самооценивания до социальной перцепции. Выявленные характеристики молодежных гетеро- и аутостереотипов, на наш взгляд, позволяют, с одной стороны, более детально увидеть существующие модели взросления, с другой – оптимизировать процессы межпоколенной коммуникации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Агеев, В. С. Психологическое исследование социальных стереотипов / В. С. Агеев // Вопросы психологии. – 1986. – № 1. – С. 95–101.
2. Краснова, О. В. Порождение заблуждений: пожилые люди и старость / О. В. Краснова // Отечественные записки. – 2005. – № 3. – С. 35–41.
3. Смирнова, Т. В. Пожилые люди: стереотипный образ и социальная дистанция / Т. В. Смирнова // Социологические исследования. – 2008. – № 8. – С. 49–55.
4. Шихирев, П. Н. Современная социальная психология в Западной Европе / П. Н. Шихирев. – М. : Наука, 1985. – 176 с.
5. Bengtson, V. Handbook of theories of aging / V. Bengtson, K. Schaie. – N. Y. : Springer, 1999. – 536 p.
6. Palmore, E. Ageism: negative and positive / E. Palmore. – N. Y. : Springer, 1999. – 266 p.
7. Sheldon, J. Addressing stereotypes and ageism in a life span development course / J. Sheldon // Teaching of psychology. – 1998. – Vol. 25. – P. 34–38.
8. Snyder, M. On the functions of stereotypes and prejudice / M. Snyder, P. Miene // Zanna M., Olson J. The psychology of prejudice. – Vol. 7. – Lawrence Erlbaum Associates, 1994. – P. 33–42.
9. Stuart-Hamilton, I. The psychology of ageing: an introduction / I. Stuart-Hamilton. – London ; Philadelphia, PA : J. Kingsley Publishers, 2000. – 331 p.

**SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL RESEARCH
OF YOUTH'S AGE-RELATED STEREOTYPES**

O.V. Kurysheva

The article is devoted to the theoretical and empirical research of the youth's age-related stereotypes specifics. Age-related stereotypes structure and functions, youth age-related autostereotypes specifics are viewed as the analysis basic criteria.

Key words: *age-related stereotypes and autostereotypes, youth, structure and functions of age-related stereotypes, age-related prototypes.*