


МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«ТЮМЕНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ИНСТИТУТ ПСИХОЛОГИИ И ПЕДАГОГИКИ
Кафедра общей и социальной психологии

РЕКОМЕНДОВАНО К ЗАЩИТЕ
В ГЭК И ПРОВЕРЕНО НА ОБЪЕМ
ЗАИМСТВОВАНИЯ

Заведующий кафедрой
к.психол.н.


О.С.Андреева

6.02 2019 г.

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(магистерская диссертация)

СВЯЗЬ ЭТНОКУЛЬТУРНЫХ СТЕРЕОТИПОВ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И
ВЕРОЯТНОСТИ ТРУДОУСТРОЙСТВА СОИСКАТЕЛЕЙ НА ДОЛЖНОСТИ
РАЗНЫХ ТИПОВ ПРОФЕССИЙ

37.04.01 Психология:

«Психология управления персоналом (HR)»

Выполнил работу
Студент 3 курса
заочной формы обучения



Карачев
Иван
Владиславович

Научный руководитель
доцент кафедры общей и
социальной психологии, кандидат
психологических наук



Морева
Галина
Ивановна

Рецензент
доцент кафедры экономики труда
и управления персоналом УрГЭУ,
кандидат экономических наук



Пеша
Анастасия
Владимировна

г. Тюмень, 2019

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ	4
ГЛАВА 1. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ТРУДОУСТРОЙСТВА В РОССИИ	8
1.1 Значение исследования этнокультурных стереотипов	8
1.1.1 Феноменология данной проблемы у людей	8
1.1.2 Проявление данной проблемы в обществе	9
1.1.3 Трудности для специалиста, решающего данную проблему.....	11
1.2 Научные исследования этнокультурных стереотипов.....	13
1.2.1. Понятие стереотипа в психологической литературе	13
1.2.2. Функции и свойства стереотипов	17
1.2.3. Классификации социальных стереотипов	24
1.2.4. Этнокультурные стереотипы как тип социальных стереотипов: понятие, методы изучения.....	30
1.3. Трудоустройство соискателей на должности разных типов профессий... 36	
1.3.1. Роль руководителя в процессе трудоустройства соискателей	36
1.3.2. Психологические классификации типов профессий	39
1.3.2. Исследования этнокультурных стереотипов в процессе трудоустройства на должности разных типов профессий	43
Выводы по первой главе	46
ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ МЕЖДУ ЭТНОКУЛЬТУРНЫМИ СТЕРЕОТИПАМИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И ВЕРОЯТНОСТЬЮ ТРУДОУСТРОЙСТВА СОИСКАТЕЛЕЙ	49
2.1 Организация исследования	49
2.1.1 Планирование и подготовка исследования	49
2.1.2 Характеристики выборки	50
2.1.3 Этапы и процедура исследования.....	50
2.1.4 Инструменты исследования	50
2.1.5 Методы обработки результатов	51
2.2. Результаты исследования.....	51
2.2.1. Результаты описательной статистики	51
2.2.2. Результаты использования процедуры многомерного шкалирования	54
2.2.3. Результаты кластерного анализа	55
2.2.4. Результаты факторного анализа	59
2.3. Обсуждение результатов.....	63

Выводы по второй главе	69
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	72
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	74
ПРИЛОЖЕНИЕ 1	82

ВВЕДЕНИЕ

Третье тысячелетие ознаменовало активное развитие в мировом сообществе процессов глобализации и интеграции. Современный человек становится всё более мобильным, гибким, выражает большую готовность к переездам, как в другие города своей страны, так и к полной смене страны проживания, вследствие чего увеличиваются миграционные процессы.

В настоящее время, в условиях описанной глобализации, во всем мире происходит также и трудовая миграция. Ввиду этого, рынок труда XXI века представлен рабочими различных этнических групп.

Однако, несмотря на то, что численность населения с каждым годом всё больше и больше растет за счёт лиц иной национальности, мигрирующих на территорию Российской Федерации, и данные люди выражают желание работать в разных профессиональных сферах, сохранными остаются этнокультурные стереотипы, которые в ряде случаев затрудняют жизнь представителям тех или иных этносов.

Проявляются данные затруднения в следующем спектре ситуаций: этнокультурные стереотипы являются барьерами в процессе межэтнической коммуникации, они вносят трудности в процесс взаимопонимания между представителями разных этнических общностей, являются причиной разобщения и роста националистических настроений.

Одной из основных проблем в России является проблема устройства на работу людей иной этнической принадлежности. Следствием данной проблемы является как трудность закрытия вакансий для организаций ввиду наличия у руководителей этих организаций этнокультурных стереотипов, так и сложности в трудоустройстве у лиц иной национальности.

В результате первичного поиска и анализа исследований, связанных с выявлением связи этнокультурных стереотипов и вероятности трудоустройства соискателей было выявлено, что объектами исследований выступали рекрутеры, менеджеры по персоналу. Так, например, исследование этнокультурных

стереотипов «Роль этнокультурных стереотипов в процессе подбора персонала в международных организациях», проведенное Паклиной М.С. в 2010 году демонстрирует, что национальная принадлежности соискателя играет роль в процессе его оценки, ввиду наличия связи между этнокультурными стереотипами и представлениями об идеальном кандидате.

Объектом в исследовании кандидата Патоша О.И., проведенном в 2011 году также выступили сотрудники служб персонала в разных организациях. Важной контролируемой переменной при выборе организаций служило отсутствие в ней правил о запрете приема на работу лиц неславянской внешности. Автором была разработана методика, в ходе которой рекрутеры оценивали профессионально-личностные качества соискателей по имени, по фотографии, а после озвучивали, готовы они продвигать соискателя или склонны отсеять уже на этом этапе. В результате исследования было выявлено наличие этнокультурных представлений о соискателях разных национальностей, однако не было выявлено связи между характером представлений и вероятностью продвижения или отсева соискателей.

Авторами исследований подчеркивается, что рекрутеры в оценке опираются на разработанные критерии, а также на собственные представления о том, какими качествами обладает представитель того или иного этноса. Исследователями не учитывается влияние на процесс подбора персонала главного звена организации — её руководителя. Директор фирмы, начальник отдела, иное руководящее лицо, озвучивая личные и профессиональные качества специалиста, а также принимая решение о приеме на работу соискателя, может оценивать соискателя через призму имеющихся этнокультурных стереотипов.

Исходя из вышеописанного, **проблемой** данного исследования является нехватка знаний о том, как связан характер этнокультурных стереотипов руководителей с вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий.

Объектом исследования являются руководители коммерческих и некоммерческих организаций, отделов в коммерческих и некоммерческих организациях, а **предметом** исследования этнокультурные стереотипы и представления о специалистах разных типов профессий.

Целью работы является установление связи между характером этнокультурных стереотипов у руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей разных национальностей на должности разных типов профессий.

Задачи работы:

1. Ознакомиться с литературой, изучающей данную проблематику, теоретически раскрыть такие понятия, как «стереотип», «этнокультурный стереотип», и их составляющие, а также проанализировать типологии профессий.

2. Изучить статистические данные о миграции на территории Российской Федерации, официальную документацию о национальном составе населения Тюменской области;

3. Проанализировать исследования о влиянии этнических стереотипов на принятие решение о трудоустройстве соискателей;

4. Интегрировать собранную информацию.

5. Провести эмпирическое исследование с целью изучения этнических стереотипов и представлений о специалистах разных типов профессий у руководителей коммерческих и некоммерческих организаций, а также руководителей отделов коммерческих и некоммерческих организаций;

6. Выявить наличие или отсутствие связи между характером этнических стереотипов и вероятностью трудоустройства соискателей.

Методологическую базу исследования представляют работы отечественных и зарубежных психологов, социологов и философов: Шибутани Т. (1969), Таджури Р. (1969), Беббит Л. (2018), Патоша О.И. (2011), Лебедева Н.М. (1993), Крысько В.Г. (1992), Эргешбаев У.Ж. (2009), Коптяева Е.А. (2016), Хараш А.У. (1981), Поздеев И.Л. (2018), Люев А.Х. (2015), Краснова Л.А. (2017), Ильюшкин В.В.(2015), Голенкова З.Т. (2006), Чеснокова Л.В. (2015).

Гипотезы исследования:

1. Существует связь между характером этнокультурных стереотипов руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий.

2. Связь между характером этнокультурных стереотипов руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей на разные типы профессий отсутствует.

Практическая значимость: Исследование, проведенное в рамках данной магистерской диссертации, позволит лучше разобраться, какие этнические стереотипы имеют руководители разных организаций, как стереотипы влияют на представление работодателей о том, работой в какой деятельности может заниматься себя представитель той или иной национальности. На основании исследования могут быть составлены стереотипные портреты профессионалов разных типов профессий, а также соискателей разной этнической принадлежности, которые руководители смогут использовать при приёме кандидатов на работу, а соискатели - при подготовке презентации себя на разных этапах подбора персонала.

ГЛАВА 1. ПРОБЛЕМЫ СОВРЕМЕННОГО ТРУДОУСТРОЙСТВА В РОССИИ

1.1 Значение исследования этнокультурных стереотипов

1.1.1 Феноменология данной проблемы у людей

«Этнокультурные стереотипы — исторически сложившиеся внешние (гетеростереотипы) или собственные (автостереотипы) представления о менталитете и стандартном поведении представителей того или иного этноса» (Кашкин, 2005).

Опыт показывает, что руководители, формируя портрет кандидата на разные должности, не всегда обращают внимание на знания, умения и навыки отбираемых соискателей. Занимаясь закрытием вакансии самостоятельно, либо делегируя данные полномочия менеджеру по работе с персоналом, они довольно часто руководствуются стереотипами, что вносит сложности в процесс закрытия вакансии. В качестве примера приведем несколько высказываний соискателей, которым было отказано при приёме на работу на основании их этнической принадлежности.

«Ходил на собеседование в Сбербанк, на должность администратора. На собеседовании одним из первых слов девушки было заявление о том, что на работу принимают людей европейской внешности, и я не соответствую этому требованию, поэтому дальше этапа собеседования не продвинулся. Почему важна внешность, а не мои навыки, компетенции?» — Арман, 28 лет.

«У моего брата 2 высших и опыт, но его не берут из-за национальности, он очень грамотный и толковый. Но лицом не вышел, очень обидно» — Галина, 33 года.

Из анализа данных случаев видно, что, по мнению соискателей, специалисты по подбору персонала оценивали соискателей, опираясь, в первую

очередь, на их внешние данные. Ими не были учтены те знания, умения и навыки, которыми обладают кандидат, а также проигнорирован уровень образования.

«Не так давно я получила высшее образование по психологии в МГУ, но это образование не помогает мне устроиться на работу. Я пробовала устроиться в кадровые агентства, центры дополнительного образования, на должность психолога в школы... Результат один — отказ в приёме на работу. В нескольких местах мне напрямую сказали, что поведение моих «земляков» показывает, что брать на такую работу нас не стоит, что оно будет отворачивать от организаций партнеров, клиентов, родителей... Сейчас я устроилась по связям к приятелю арабу. В фирму его отца. И сделать это пришлось не потому что я хочу, а потому что выживать надо как-то» — Зулия, 23 года.

«Знакомый дагестанец (гражданин РФ!), хотел устроиться в прокуратуру в ЦФО, при этом с отличием закончил ВУЗ, на собеседовании ему в лицо сказали, что он кавказец, и его брать не будут, ещё и упрекнули, что, мол, вы такие гордые, с вами не сработаться. Так что если к своим гражданам страны такое отношение, то, что говорить об остальном» — Вадим, 31 год.

Данные примеры иллюстрируют то, что, по мнению пользователей форумов, этнокультурные стереотипы влияют на прогноз проявления поведения соискателей, в случае их трудоустройства на должность.

Таким образом, исходя из вышеописанного, объектом нашего исследования выступают руководители коммерческих и некоммерческих организаций.

1.1.2 Проявление данной проблемы в обществе

По мнению Сорокиной Н.В. (2014), проблема этнокультурных стереотипов, устойчивых образов-представлений одного народа о других и о себе самом (например, «немцы — педантичные», «русские — открытые»)

является чрезвычайно актуальной в наши дни». Современные технологии провоцируют расширение информационного пространства. Современный человек становится всё более мобильным, гибким, выражает большую готовность к переездам, как в другие города своей страны, так и к полной смене страны проживания, вследствие чего увеличиваются миграционные процессы. Все, описанные выше, феномены, являются причиной того, что различные национальные культуры взаимопроникают друг в друга всё больше и больше, а тем самым увеличивается влияние одних этносов на другие.

Новое тысячелетие — период активной трудовой миграции во всем мире. Рынок труда во всем мире представляют рабочие различных этнических общностей. Эта тенденция прослеживается в большинстве стран, и характерна и для многонациональной России.

Демонстрацией того, насколько выражена данная тенденция является статистика миграции на территорию Российской Федерации, взятая на официальном сайте Федеральной службы государственной статистики РФ. Статистика миграционного прироста населения за последние 10 лет демонстрирует увеличение численности лиц, сменивших страну жительства на Россию. Так, например, в 2007 году количество мигрантов было равно 286956 человек, а данные по 2016 году говорят о миграции 598617 человек.

Современные трудящиеся мигранты претендуют не только на низкооплачиваемые должности в сфере уборки, ремонта и строительства, но и на должности, основой в которых выступает общение с другими людьми, презентация производимой продукции, информационные технологии и пр. В основном, трудовые мигранты занимают низкооплачиваемые должности, однако, закрепляясь на невыгодных позициях, для своих детей они планируют уже другую судьбу, стараясь дать им хорошее образование. В итоге, уже подрастает второе поколение мигрантов, которое может претендовать на «хорошую и интересную работу».

Однако, несмотря на то, что численность населения с каждым годом всё больше и больше растет за счёт лиц иной национальности, мигрирующих на

территорию Российской Федерации, и данные люди выражают желание работать в разных профессиональных сферах, сохранными остаются этнокультурные стереотипы, которые в ряде случаев затрудняют жизнь представителям тех или иных этносов. Проявляются данные затруднения в следующем спектре ситуаций: этнокультурные стереотипы выступают в качестве барьера для беспрепятственного межэтнического общения, они затрудняют взаимопонимание между этносами, разобщают их и содействуют возникновению трений между ними, росту националистских настроений и эмоционально обостренному отношению к своему языку и особенностям культуры.

Сейчас, когда этнокультурные стереотипы доминируют среди иных видов представлений и определяют тем самым характер восприятия представителей иных этнических групп, в межкультурном общении возникает множество проблем.

Одной из основных проблем в России является проблема устройства на работу людей иной национальной принадлежности. Следствием данной проблемы является как трудность закрытия вакансий для организаций ввиду наличия у руководителей этих организаций этнокультурных стереотипов, так и сложности в трудоустройстве у лиц иной национальности.

Исходя из всего вышесказанного, предметом исследования являются этнокультурные стереотипы и стереотипы о специалистах разных типов профессий руководителей организаций.

1.1.3 Трудности для специалиста, решающего данную проблему

Процесс подбора персонала представляет собой систему целенаправленных действий по поиску и принятию на работу сотрудников соответствующей квалификации и в достаточном количестве, чтобы удовлетворить потребности компании.

В процессе подбора персонала руководитель либо нанятый специалист

принимают решение о кандидате на представленную вакансию в условиях ограниченных времени и информации.

Несмотря на то, что процесс приёма на работу в большинстве организаций является достаточно регламентированной процедурой, в нем могут проявляться феномены восприятия человека человеком, одним из которых являются этнокультурные стереотипы. Они способны исказить действительность, заставляют видеть в конкретном человеке те характеристики, которыми были наделены все представители его национальной группы, даже в тех случаях, когда он ведет себя абсолютно противоположным образом.

Национальность кандидата может стать причиной неправильной оценки его профессиональных качеств и возможной потери ценного работника.

Таким образом, мы плавно переходим к тем трудностям, с которыми сталкивается специалист, которому необходимо решить данную проблему:

- Руководители ориентируются на этнокультурные стереотипы, при возможном приёме на работу лиц иной национальной принадлежности, не обращая внимания на знания, умения и навыки соискателя;
- Руководители не готовы меньше руководствоваться имеющими этнокультурными стереотипами;
- Специалист по подбору персонала занимает нижестоящую должность в организации, что не позволяет ему давать рекомендации руководителю, вне запроса на это;
- Сам специалист, независимо от позиции руководителя, тоже может строить свою оценку кандидата с опорой на этнокультурные стереотипы, игнорируя компетенции соискателя;
- Нанимая человека иного этноса на «нетипичные» должности в организацию, можно столкнуться с неприятием этого человека не только руководителем, но и коллективом, что заметно осложнит его вхождение в рабочий процесс;

Таким образом, резюмируя описанное выше, исследование, проведенное в рамках данной магистерской диссертации, позволит лучше разобраться, как стереотипы влияют на представление работодателей о том, работой в какой деятельности может заниматься себя представитель той или иной национальности.

1.2 Научные исследования этнокультурных стереотипов

1.2.1. Понятие стереотипа в психологической литературе

Понятие «стереотипа», как шаблона мышления, впервые было использовано американским писателем, журналистом Липпманом У. в 1922 году. В обозначенный год автором была создана оригинальная концепция общественного мнения. По его мнению, стереотипом является «принятый в исторической общности образец восприятия, фильтрации, интерпретации информации при распознавании и узнавании окружающего мира, основанный на предшествующем опыте» (Липпман, 1992). В представлении автора локальные стереотипы объединяясь образуют системы стереотипов, проявляющихся в повседневных укладах, в учениях, верованиях, а вторые, в свою очередь, создают генеральный стереотип, известный как «социальная реальность». Генеральным стереотипом, охватывающим все системы стереотипов, Липпман У. назвал «социальной реальностью».

Параллельно написанию труда Липпмана У., физиологическая школа Павлова И.П. выбрала в качестве вектора своей деятельности изучение феномена «динамической стереотипии». Базой для исследований выступили знания о том, что мозг способен фиксировать однотипные изменения среды и соответственно реагировать на эти изменения, полученные в ходе экспериментов по выработке условных рефлексов. Опираясь на результаты экспериментов, Павлов И.П. сформулировал понятие «динамического стереотипа», как слаженной уравновешенной системы внутренних процессов

больших полушарий, соответствующей внешней системе условных раздражителей.

Несмотря на то, что упомянутые ранее фигуры рассматривали феномен стереотипизации в разных аспектах жизнедеятельности человека, стоит подчеркнуть, что для человека, как для существа биологического, так и социального присуще создавать слепок окружающей реальности, который позволяет адаптироваться к многообразию внешних стимулов. Проявляется этот процесс адаптации как на биологическом уровне, в виде закрепления системы временных нервных связей, позволяющих выполнять определенные действия без значительного напряжения сознания, так и на социальном уровне, в качестве представлений, установок, верований, создающих основу для восприятия мира под определенной призмой, основанной на общем и личном социальном опыте.

Изучение «стереотипа», механизмов его формирования и функционирования не было завершено работами, описанными ранее. Вслед за американским писателем, журналистом и советским ученым, к изучению «стереотипов» стали специалисты в области социологии и психологии. В результате своей деятельности данными специалистами были разработаны ряды представлений о стереотипах, выделены функции и свойства стереотипов, а также их классы.

Мы предлагаем рассмотреть и проанализировать несколько представлений о понятии «стереотипа», как социального феномена, выделенных советскими и зарубежными психологами. Рассматриваемые представления представлены ниже в хронологическом порядке.

По мнению Шибутани Т. «стереотип - популярное понятие, обозначающее приблизительную группировку людей, с точки зрения какого-то легко различимого признака, поддерживаемое широко распространенными представлениями относительно свойств этих людей» (Шибутани, 1969, с. 98).

Наиболее важными аспектами, отмеченным Т. Шибутани является то, что стереотипы — представления о группе людей, основанные на очевидном признаке, и признанные многочисленной группой людей.

Таджури Р. (1969), говорит о том, что «стереотип — обобщенная, упрощенная и ригидная система широко разделяемых представлений об опознаваемых группах людей, в которых каждый человек рассматривается как носитель одних и тех же наборов ведущих характеристик, приписываемых любому члену данной группы безотносительно его реальных качеств». Определяя понятие изучаемого феномена, он также отметил, что стереотип — «это представление, представленное в образе мира большой группы людей» (Taguiri, 1969). Автором также были выделены такие свойства стереотипа, как ригидность и безотносительность по отношению к реальным качествам. Иными словами, «стереотип», в теории западного психолога, зачастую является упрощенным, ложным представлением о группе людей, которое трудно трансформировать.

Ольшанский Д.В (1992). определяет стереотип, как «стандартизированный, схематизированный, упрощенный и уплощенный, обычно ярко эмоционально окрашенный образ какого-либо социально-политического объекта (явления, процесса), обладающий значительной устойчивостью, но фиксирующий в себе лишь некоторые, иногда несущественные его черты. Иногда определяется как неточное, иррациональное, чрезмерно общее представление». В своем определении «стереотипа» он отразил наличие эмоционального компонента в устойчивом и массово разделяемом представлении о человеке или группе людей. Автор также отмечает, что объектом стереотипизации может быть явление, либо процесс.

Кон И.С. представляет взгляд о том, что «стереотипы — неотъемлемый элемент обыденного сознания. Ни один человек не в состоянии самостоятельно, творчески реагировать на все встречающиеся ему в жизни ситуации. Стереотип,

аккумулирующий некий стандартизованный коллективный опыт и внушенный индивиду в процессе обучения и общения с другими, помогает ему ориентироваться в жизни и определенным образом направляет его поведение» (Кон, 1996, с. 86). Автор подтверждает взгляды своих зарубежных коллег, а также отмечает, что стереотипы передаются от человека к человеку в качестве стандартизованных элементов, которые обладают функцией ориентировки и регуляции поведения индивидов, в зависимости от того, с представителями каких групп они общаются.

Шестопалова О.Н (2007). раскрывая понятие «стереотип», говорит о том, он является ничем иным, как приспособительной реакцией организма к ситуациям, повторяющимся множество раз. «Особым классом стереотипов в психологии являются социальные стереотипы, которые возникают в процессе совместной, устойчивой, повторяющейся деятельности людей и обеспечивает ее воспроизводство, выражаясь в привычно выполняемых действиях, правилах, нормах, традициях, обычаях общественной жизни. Социальный стереотип выражает типичное, закрепленное в сознании и поступках человека отношение к многообразным явлениям общественной жизни, другим людям и их общностям». Помимо вышеупомянутых особенностей стереотипа также уделяет внимание тому, что стереотипы имеют свойство выражаться в паттернах поведения, представлениях о том, что является нормальным, а также традициях и обычаях конкретных групп людей.

Таким образом, социальный стереотип — это обобщенное, упрощенное, стандартизированное представление человека о группе людей, явлениях общественной жизни, помогающее ему ориентироваться в жизненных ситуациях, регулировать свое поведение, выражающееся в паттернах поведения, нормах, обычаях и традициях, обладающее яркой позитивной, либо негативной окраской.

Отечественными и зарубежными психологами подчеркивается, что

социальные стереотипы обладают ориентировочной и регулятивной функциями, а также такими свойствами, как ригидность, устойчивость, частичное отражение объективной реальности.

На наш взгляд, авторы отразили в понятиях «стереотипа» лишь часть их свойств и функций. Мы предлагаем детально рассмотреть данные особенности стереотипа в следующем параграфе.

1.2.2. Функции и свойства стереотипов

Функция (лат. *functio* - совершение, исполнение) — деятельность, роль объекта в рамках некоторой системы, которой он принадлежит (Грицанов, 1999). Иными словами, «функция» — это компонент, дающий ответ на вопрос о характере деятельности, осуществляемой данным механизмом.

Существует несколько авторских теорий о функциях социальных стереотипах.

Английский психолог, Тэджфел Г. (1982) выделил две социальные функции стереотипизации:

- 1) «объяснение существующих отношений между группами, в том числе поиск причин сложных и «обычно печальных» социальных событий;
- 2) оправдание существующих межгрупповых отношений, например действий, совершаемых или планируемых по отношению к чужим группам».

Развивая идеи Тэджфела Г., немецкий исследователь У. Квастгоф (1978) выделил следующие функции стереотипов:

- когнитивная — структурирование и упорядочивание поступающей извне информации;
- аффективная — наделение представлений ярким эмоциональным компонентом, позволяющим отделять «своих» от «чужих»;
- социальная — разграничение «внутригруппового» «внегрупповому»: создание системы ценностей, смыслов, паттернов поведения,

являющихся свойственными для «своей» группы, отличающих её от других групп.

Стефаненко Т.Г. (1999), также ориентирующийся на теорию Тэджфела Г., разделяет функции стереотипизации на психологические, социально-психологические и социальные. В эти группы входят следующие функции стереотипов:

- психологические функции:
 - упрощение и систематизация обильной и сложной информации, получаемой человеком из окружающей среды. Стереотипизация помогает индивиду создать систему представлений, способную структурировать получаемую из внешнего мира информацию, регулирующую его реакции на стимулы внешнего мира;
 - сохранение и защита ценностей индивида. Каждый из индивидов является частью ряда социальных групп, что определяет систему представлений о нем, как о члене данных групп. Стереотипизация позволяет сохранить имеющуюся систему представлений, а после передать её другому носителю.
- социально-психологические функции:
 - межгрупповая дифференциация. Стереотипы являются системой призм, через которые индивиды воспринимают друг друга. Данные призмы помогают отличить представителя одной группы от другой, сформировать необходимую модель для взаимодействия с другим индивидом в зависимости от группы, к которой он относится;
 - «поддержание позитивной групповой идентичности. Стереотипы, сохраняя и защищая ценности конкретного индивида, также помогают человеку отождествлять себя с социальной группой, к которой он причисляется.
- социальные функции:
 - объяснение существующих отношений между группами.
 - оправдание существующих межгрупповых отношений;

- сохранение существующих отношений».

Стереотипизация на простом языке может объяснить, почему представители двух разных групп могут находиться в той или иной стадии отношений: так, например, конфликт может быть обоснован стереотипным представлением о характерах, установках, ценностях другой группы, которые не принимаются второй группой.

Одной из наиболее современных теорий, является классификация функций стереотипов, разработанная Белой Е.Н. (2008) в своей научной работе определила три функции стереотипа:

1) «Функция передачи относительно достоверной информации, которая базируется на процессах «глобального» обобщения, которые происходят во время наблюдения неординарного, необычного поведения и модели мышления членов другой общности»;

2) «Ориентирующая функция, заключающаяся в том, что стереотипизация позволяет создать блочную систему представлений об окружающем мире, в блоки которой со временем распределяются различные социальные группы»;

3) «Функция влияния на создание реальности заключается в том, что с помощью стереотипов удается четко разграничить свою и чужую этнокультурные группы. Стереотипизация позволяет дать оценочное сравнение чужой и своей групп и тем самым защитить традиции, взгляды, ценности своей группы. В связи с этим стереотипы являются своего рода защитным механизмом, служащим для сохранения позитивной идентичности собственной культурной группы».

Одно, из наиболее подробных, описании функций социальных стереотипов представлено в исследовательской работе Чесноковой Л.В (2015). В своём исследовании она проанализировала теории о функциях стереотипов ряда психологов, социологов и философов, а после создала интегральную

теорию, опирающуюся на работы Грушевицкой Т.С. (2002), Тер-Минасовой С.Г. (2007), состоящую из семи функций социального стереотипа:

1. Информирование. Стереотипы являются устойчивыми представлениями, которые содержат в себе информацию об окружающем мире с разной степенью объективности. Благодаря им мы можем иметь приблизительное представление о людях, явлениях, с которыми мы не сталкивались в своей жизни ранее (Чеснокова, 2015, с.68).

2. Категоризация. Стереотипы помогают нам систематизировать и структурировать поток информации из внешнего мира и распределять их по разным категориям. Стереотипный образ мышления служит тому, чтобы переработать сложную и неоднозначную реальность (Чеснокова, 2015, с.68).

3. Ориентация в окружающем мире. Стереотипы выполняют ориентирующую и регулирующую поведенческие функции, помогают быстро оценить ситуацию, в которой находится индивид, а в результате оценки определить наиболее подходящую для данной ситуации модель поведения. «Если вновь поступающая информация соответствует уже имеющимся формам, она обрабатывается, если нет — возникает когнитивный диссонанс. С помощью стереотипизации удастся создать «упрощенную матрицу окружающего мира, в ячейки которой, опираясь на стереотипы, «расставляются» определенные социальные группы» (Грушевицкая, 2002, с. 112).

4. Редукция сложности. Повседневное мышление человека стремится к «экономии усилий». Данный принцип означает, что люди стремятся подводить имеющуюся информацию под категории, и не желают каждый раз стремиться по-новому реагировать на уже знакомые, либо схожие с предыдущим опытом явления (Чеснокова, 2015, с.68).

5. «Идентификация со своей группой. Стереотипы создают чувство групповой принадлежности и ограничивают свою группу от негативно воспринимаемых чуждых групп (функция отграничения). Они основаны на

свойстве человека дробить окружающий мир на «своих» и «чужих». Как правило, «свои» воспринимаются более положительно, чем «чужие», и более дифференцированно, «чужие» же — более однообразно» (Грушевицкая, 2002, с. 114).

6. Защита ценностей своей группы. Стереотипы служат образованию положительного имиджа и идентификационных образов собственной культуры. В результате стереотипизации происходит оценочное сравнение чужой и своей культур, и тем самым производится попытка защитить ценности и традиции своей группы. В связи с этим стереотипы являются «защитным механизмом, служащим для сохранения позитивной идентичности собственной культурной группы» (Грушевицкая, 2002, с. 114).

7. Ослабление культурного шока. Стереотипы дифференцируют окружающий мир, упрощают его, а после помогают сознанию человека «находиться в порядке». По словам С.Г. Тер-Минасовой, «при всем своем схематизме и обобщенности стереотипные представления о других народах и других культурах подготавливают к столкновению с чужой культурой, снижают культурный шок» (Тер-Минасова, 2007, с. 40). Ввиду этого, несмотря на присущие им недостатки, стереотипы позволяют человеку составить представление о мире в целом, выйти за рамки своего узкого социокультурного окружения.

Таким образом, основными функциями социальных стереотипов является упрощение и систематизация имеющихся о разных группах индивидов знаний, объяснение и оправдание имеющихся межгрупповыми отношениями, создание условий для сохранения групповой идентификации, защиты ценностей своей группы, а также ориентирующая и регулирующая поведение функции.

Анализ функций стереотипов демонстрирует, что устойчивые представления могут быть как о группах, представителем которых не является человек, так и группах людей, к которым он принадлежит. В таком случае,

наличие стереотипов о данной общности людей, создает для него основу для разграничения людей на «мы и они», объяснения и оправдания его поведения, а также сохранения чувства отождествления с группой.

Свойства — категория, выражающая такую сторону явления, которая обуславливает его различие или общность с другими явлениями и обнаруживается в его отношении к ним.

Среди наиболее существенных свойств стереотипов Лебедева Н.М. (1993) выделяет:

- «Эмоционально-оценочный характер. Эмоциональные аспекты стереотипов понимаются как ряд предпочтений, оценок и настроений. Стереотипы являются отражением эмоций, чувств, которые испытываются индивидами, либо группами людей по отношению к другим людям».

- «Относительная устойчивость, стабильность. Социальные стереотипы демонстрируют ригидность, трудноизменяемость, однако сохраняют в себе возможность для частичной трансформации стереотипа. Отечественными психологами был проведен эксперимент, в ходе которого был осуществлен замер представлений московских старшеклассников и студентов в конце 1980-х и середине 1990-х. Полученные данные свидетельствуют о том, что цивилизационный слом, произошедший в этот период в нашей стране, привел не к слому образа своей группы, а лишь к его частичному видоизменению, сохраняя в себе ранее сформированное семантическое ядро».

- «Согласованность, или консенсус. Данное свойство проявляется в разделяемости и принятии ранее сформированного устойчивого представления достаточно большим числом индивидов в пределах социальных общностей».

- «Неточность. Социальные стереотипы способны отразить, пусть и в искаженном или трансформированном виде, объективную реальность».

Одно из наиболее подробных описаний свойств социальных стереотипов

также представлено в статье Чесноковой Л.В. (2015). Результатом литературного обзора автора стала интегральная теория о свойствах стереотипов, состоящая из трех свойств:

1) Упрощенность. «Чем лучше человек знаком с кем-либо, тем, как правило, более дифференцирован у него его образ. Так, наиболее дифференцированными являются в нашем сознании образы родственников и близких друзей. Но, несмотря на это, образы других людей никогда полностью не соответствуют действительности, особенно в ситуациях отсутствия опыта взаимодействия с человеком, либо группой людей».

2) Оценочность. «Стереотипы часто эмоционально окрашены симпатиями и антипатиями. Одни и те же черты, в зависимости от того, принадлежат ли они своей или чужой группе, вызывают разную оценку». Представители одной этнической общности могут назвать склонность к бережливости экономностью, однако у другой группы это качество может восприниматься, как скупость.

3) Ригидность. Несмотря на наличие непосредственного опыта общения с представителями других наций и этносов, стереотипы крайне редко корректируются их носителями. Имеющийся стереотип расценивается в таком случае, как норма, а опыт общения, отличный от имеющихся представлений, попадает в категорию исключений, которые лишь подтверждают изначальные представления. «Игнорирование или умаление значимости тех сведений, которые противоречат взглядам личности или не укладываются в рамки ее взглядов и представлений, является своего рода самообманом, средством самозащиты от всего нового и непонятного».

Таким образом, основными свойствами социальных стереотипов является эмоционально-оценочный характер, относительная устойчивость, ригидность, делимость достаточно большим числом индивидов, неточность, наличие искажений в отражении объективной реальности.

Анализ представлений отечественных и зарубежных психологов позволяет сделать вывод о том, индивид стремится систематизировать полученные знания о мире и свой опыт, ввиду этого формируются устойчивые, эмоционально окрашенные представления, которые с большим трудом поддаются последующей корректировке, несмотря на то, что зачастую стереотипы дают искаженное представление. Наличие стереотипов помогает регулировать своё поведение, пользоваться заранее сконструированными шаблонами, что подтверждает стремление психики человека к гомеостазу, сохранению текущего функционирования при минимизации ресурсных затрат.

Особой важной частью нашей работы является анализ типологий социальных стереотипов, а также того, как проявляются указанные свойства и функции в разных типах стереотипах. В следующем параграфе мы подробнее остановимся на классификациях социальных стереотипов.

1.2.3. Классификации социальных стереотипов

На протяжении нескольких десятилетий зарубежными и отечественными психологами создавались классификации социальных стереотипов. В данном параграфе мы хотим проанализировать наиболее популярные классификации.

Интегральная классификация стереотипов, созданная на основе изучения теорий отечественных и зарубежных психологов и социологов Почебут Л.Г. (2016), Семендяевой О.Ю. (1986), Мануковского М.В. (2005), представлена в научной работе Сорокиной Н.В., содержит несколько видов стереотипов, выделенных на основе разных критериев.

Первым критерием для классификации является объект стереотипизации. В рамках данного критерия стереотипы подразделяются на коллективные, или культурные стереотипы и индивидуальные.

«Культурные стереотипы — это всеми принимаемые и общие для всех представителей данной культуры паттерны представлений и убеждений. Таким

образом, коллективными можно считать стереотипы, характеризующиеся высокой степенью согласованности» (Почебут, 2016, с. 525). В качестве субъекта стереотипизации в данном случае выступает социальная общность в целом.

«Индивидуальные стереотипы — представления отдельного индивида, могут быть в большей или меньшей степени тождественны коллективным стереотипам, могут совершенно не совпадать с ними. Такие стереотипы, функционирующие на индивидуально-личностном уровне, называются также социально-психологическими» (Семендяева, 1986, с. 156).

Следующая классификация стереотипов выстраивается по объекту стереотипизации. Основываясь на данном параметре, можно выделить типологии нескольких порядков. Сторонником такой точки зрения является, например, П.Н. Донец, предлагающий классифицировать стереотипы на личностные (относящиеся к лицам как членам определенных социальных сообществ) и вещественные, событийные.

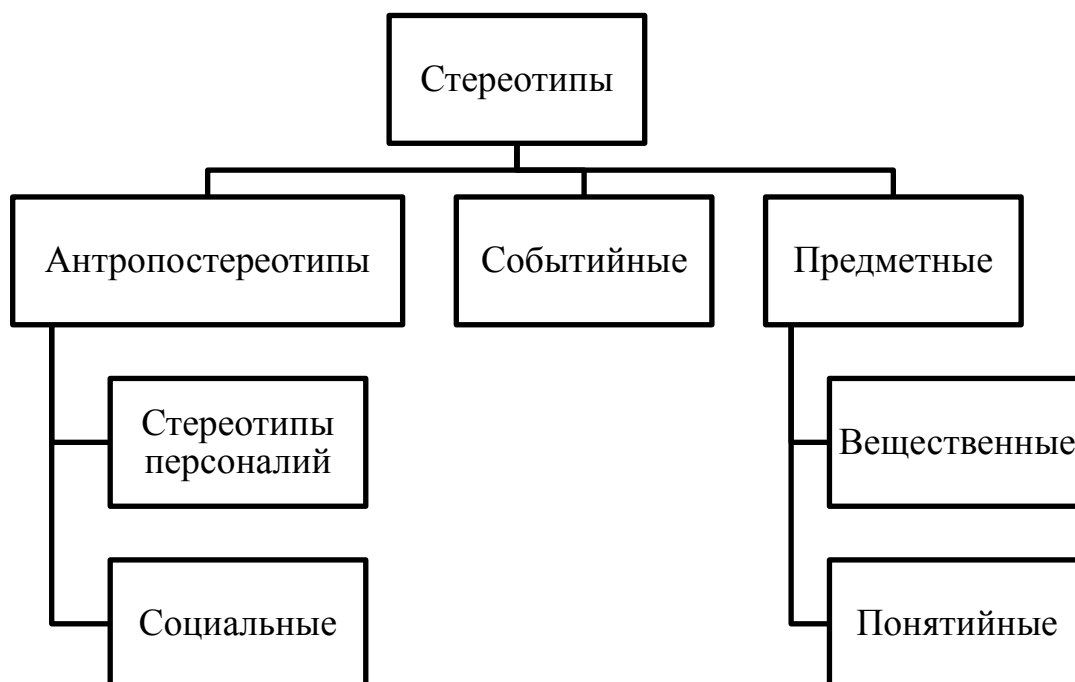


Рисунок 1 — Классификация стереотипов по объекту стереотипизации

«Стереотипы, относящиеся к человеку, можно назвать антропостереотипами. Их следует разделить на стереотипы персоналий,

относящиеся к отдельному человеку, например известному общественному деятелю, и социальные стереотипы, относящиеся к какой-либо социальной группе и людям как ее членам. Эти подвиды входят в типологию второго порядка. Наряду с антропостереотипами следует выделить предметные стереотипы, относящиеся к предметам в самом широком, философском смысле слова. В качестве объекта стереотипизации в данном случае может быть вещь как физический предмет, и понятие как логически мыслимый предмет (стереотипы о понятиях — понятийные стереотипы). Вслед за П.Н. Донцом, мы выделяем и событийные стереотипы, относящиеся к событиям» (Сорокина, 2014, с. 125).

Одной из самых распространенных классификаций стереотипов по объекту является критерий «зависимости от стереотипизируемой социальной группы выделяют гендерные, возрастные, профессиональные, расовые, этнические, либо национальные, конфессиональные, либо религиозные» (Сорокина, 2014, с. 126).

«К социальным стереотипам применима следующая классификация — по отношению «свой» или «чужой», иными словами, по принадлежности субъекта стереотипизации к объекту, к определенной социальной группе. По этому параметру стереотипы подразделяются на авто- и гетеростереотипы. Автостереотип — это образ-представление какой-либо социальной группы о самой себе, гетеростереотип — образ-представление данной группы о других, чужих группах» (Сорокина, 2014, с. 125).

В ходе изучения межгрупповых отношений наряду с авто- и гетеростереотипами учеными был выделен еще один вид стереотипов — метастереотипы. Этот термин ввели С.А. Зигельман и Л. Тач для обозначения «представлений человека о стереотипах другой группы относительно своей» (Нельсон, 2003, с. 218). Иными словами, это предполагаемые стереотипы, например, то, что, по мнению немцев, о них думают русские.

В процессе исследований «функционирования авто- и гетеростереотипов был выделен еще один вид стереотипов — контрстереотип» (Солдатова, 1998, с. 71). Согласно Г.У. Солдатовой, содержание контрстереотипа составляют так называемые выпадающие характеристики, которые «приписываются не этнической группе в целом, а ее отдельным «не-типичным» представителям». Контрстереотип в таком случае является «абсорбентом» исключений и резервуаром для «не-типичных» случаев.

Следующей классификацией стереотипов, которая была выделена Сорокиной Н.В. (2014), стала типология, выстроенная по содержанию аффективного компонента стереотипа. По этому критерию стереотипы разделяются на позитивные и негативные. «Близкой является классификация стереотипов по их содержанию на отрицающие (агрессивное содержание) и утверждающие (безобидное содержание)» (Quasthoff, 1978, с. 46).

Помимо этого, критерием для классификации стереотипов стал процесс их формирования. По механизму формирования автором выделяются дедуктивные и индуктивные стереотипы. Дедуктивные стереотипы передаются индивиду в процессе его социализации его окружением в виде целостных образов, а индуктивные являются следствием опытом непосредственного общения человека с представителем иной этнической группы.

С процессом возникновения связана еще одна классификация стереотипов — по условиям формирования. Различают интенциональные и спонтанные стереотипы (Мануковский, 2005, с. 51). Интенциональный стереотип фиксируется в сознании человека в процессе восприятия сконструированного образа объекта в политической или коммерческой рекламе, либо в образе врага в случаях наличия межгруппового конфликта. Спонтанные стереотипы возникают без целенаправленного воздействия на человека, либо группу людей.

По степени изменчивости стереотипы в понимании автора делятся на застывшие и гибкие, «устойчивые и подвижные» (Гладких, 2001, с. 37).

Сорокина Н.В. также разделяет стереотипы по степени адекватности отражения действительности на точные и неточные или истинные и ложные.

Одной из наиболее подробных классификаций стереотипов является типология Шестопаловой О.Н. (2007).

1. Направленность, или степень адекватности стереотипов: истинные или ложные стереотипы («положительные» и «отрицательные»). «Положительные» стереотипы формируются в результате обобщения и синтеза, их основой является «здравый смысл». «Отрицательные» стереотипы стремятся к упрощению в оценке, характеризуются большой степенью консервативности (стереотипы могут оставаться прежними даже в случаях демонстрации их носителю черт, характеристик, несвойственных объекту стереотипизации).

2. Субъект формирования стереотипов. Стереотипы могут формироваться стихийно, или бессубъектно, и сознательно, в процессе целенаправленного воздействия на человека. Основой для первых служит индивидуальный опыт человека, базовой составляющей вторых принятие этих представлений массами людей, а также последующая трансляция имеющихся представлений другим людям.

3. Объект стереотипизации. Стереотипы могут быть индивидуальными, в случае, если они направлены на конкретного индивида; групповыми, если объектом стереотипизации является конкретная гендерная, профессиональная, этническая группа; массовыми, в случае воздействия на сознания многочисленных групп.

4. «Сфера проявления стереотипов. Можно выделить стереотипы мышления (через стереотипы-образы и стереотипы-оценки) и поведения. Стереотипы-образы порой могут выступать в виде идеологических построений, через которые в сознание личности, группы, общества в целом вносится чаще всего предвзятое отношение к различным социальным, политическим, экономическим или другим явлениям, процессам, лидерам, странам (например,

стереотипы восприятия таких образов, как «враг народа», «железный занавес», «свободный мир», «свободный рынок» и др.). Стереотип поведения — это система поведенческих навыков, передаваемых из поколения в поколение путем сигнальной наследственности, специфичная для каждого социального коллектива, общности. Стереотип поведения складывается в процессе адаптации к окружающей среде».

5. Степень изменчивости стереотипов. Стереотипы могут быть изменчивыми и подвижными, и, наоборот, консервативными и стабильными.

6. «Характер осмысления действительности и взаимодействия с ней позволяет выделить три вида стереотипов: восприятия, осмысления информации и практического действия. Стереотипы восприятия представляют собой программу первичной обработки тех сигналов внешней действительности, которые воздействуют на органы чувств. Стереотип осмысления действительности представляет собой наиболее сложный вид оперирования устойчивыми программами анализа, поскольку приходится постоянно выделять самые существенные характеристики предмета познания и соединять их в определенном порядке. Они, в свою очередь, определяют содержание и направленность будущего стереотипа практической преобразовательной деятельности».

7. Функциональное значение стереотипов. Стереотипы могут быть созидательными, поддерживающими целостность группы, способствующими сохранению группой идентификации, и разрушительными, вызывающими барьеры в коммуникации и конфликты между отдельными личностями, а также группами людей.

8. По содержанию стереотипы делятся на две категории: стереотипы, которые дают характеристику людям на основании их членства в определенных группах (национальных, социальных, политических), стереотипы, характеризующие личностные особенности людей по внешности,

поведенческим реакциям, и т. д.

Таким образом, можно выделить 8 наиболее значимых типологий стереотипов в зависимости от критерия для классификации: по направленности, или степени адекватности стереотипов (истинные и ложные стереотипы), по субъекту формирования (бессубъектно и индивидуально), по объекту формирования (направлены на отдельного человека, определенную социальную группу людей, массы), по сфере проявления (стереотипы мышления и поведения), по степени изменчивости (стабильные и подвижные), по характеру осмысления действительности и взаимодействия с ней (стереотипы восприятия, осмысления информации и практической деятельности), по функциональному значению (созидательные и разрушительные), по содержанию (характеризующие людей, как членов определенных групп: этнокультурные, гендерные, политические; и характеризующие личностные особенности людей по их поведению).

Максимальный интерес в нашей работе представляют социальные стереотипы, характеризующие людей, как членов определенной группы, в частности, этнокультурные стереотипы.

1.2.4. Этнокультурные стереотипы как тип социальных стереотипов: понятие, методы изучения

Наша диссертационная работа посвящена изучению связи этнокультурных стереотипов и вероятности трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий, ввиду этого необходимо детальнее изучить представления отечественных и зарубежных исследователей о том, что представляет собой данный класс стереотипов.

В процессе анализа представлений исследователей о понятии «этнокультурных стереотипов» мы обнаружили использование в их терминологии синонимичных и близких по смыслу сочетаний слов, например

«этнический стереотип» и «национальный стереотип». Помимо определения понятия «этнокультурный стереотип» мы также хотим отразить, являются ли данные понятия синонимичными, или их следует отличать друг от друга.

По мнению кандидата политических наук, Гасанова И.Б., термин «этнокультурный или национальный стереотип» означает «устойчивое, схематичное и эмоционально окрашенное мнение одной нации о другой или о самой себе. В узком смысле понятия национальные стереотипы — это естественные составные элементы национального сознания, своего рода «коллективное представление», помогающее людям осознать свою национальную принадлежность, свое отличие от других национальных общностей» (Гасанов, 1998, с. 24).

В теории Гасанова И.Б. термины «этнокультурный стереотип» и «национальный стереотип» являются синонимичными и описывают устойчивые и обобщенные представления наций друг о друге и самих себе. Автором подчеркивается, что основными компонентами стереотипов являются характеристики, отличающие одну нацию от другой, а основной функцией данных стереотипов является демонстрация этих отличий при помощи уже сформированных и наполненных характеристиками образов.

Профессор, доктор политических наук Блохин И.Н. в учебном пособии «Журналистика в этнокультурном взаимодействии» ссылается на научные работы Гасанова И.Б., а после дает следующее определение: «этнические стереотипы — упрощенные образы этнических групп, характеризующиеся высокой степенью согласованности индивидуальных представлений» (Блохин, 2017, с. 104).

Анализ учебного пособия демонстрирует, что автор использует понятие «этнический стереотип» для описания устойчивых представлений одного этноса о другом, которые оказывают влияние на процесс коммуникации представителей разных этнических групп, как носителей определенной

этнической культуры. Таким образом, подчеркивается, что «этнические стереотипы» также являются упрощенными образами, которые разделяются множеством людей.

В магистерской работе Бессарабовой М.В. «Этнокультурные стереотипы в российской журналистике: формирование и коррекция» дается следующее определение данного типа стереотипов. Этнокультурные стереотипы (равнозначные варианты — «национальные», «этнические») представляют собой упрощенные представления одних этнических групп о других или о самих себе; прочно укорененные в национальном сознании схематичные матрицы играющие важную роль в межкультурной коммуникации, выполняя функцию «экономии мышления» участников коммуникации, помогая им приспособиться к чужой этнокультуре или выразить свое отношение к ней (Бессарабова, 2016, с. 39).

М.В. Бессарабова утверждает, что понятия «национальные стереотипы», «этнические стереотипы» и «этнокультурные стереотипы» обладают одинаковым значением, являются синонимами. Автор также подчеркивает, что наличие в сознании индивидов готовых образов для восприятия друг друга помогает в процессе межкультурной коммуникации.

Бодалев А.А. говорит о том, что «этнокультурный стереотип представляет собой эффект межличностного восприятия, схематизированный образ своей или чужой этнической общности, который отражает упрощенное (иногда одностороннее или неточное, искаженное) знание о психологических особенностях и поведении представителей конкретного народа, на основе чего складывается устойчивое и эмоционально окрашенное мнение одной нации о другой или о самой себе» (Бодалёв, 1982, с. 27).

Результаты анализа теории Бодалева А.А. позволяют сделать вывод о том, что понятие «этнокультурный стереотип» также может являться синонимом «этнического» и «национального» стереотипов. Подтверждением данному

выводу служит использование терминов «этническая общность», «народ», «нация» в процессном определении, демонстрирующем алгоритм влияния схематичного образа об этнической общности и представлений о народе, на формирование окрашенного мнения об этносе.

Этнокультурные стереотипы, национальные стереотипы — исторически сложившиеся внешние (гетеростереотипы) или собственные (автостереотипы) представления о менталитете и стандартном поведении представителей того или иного этноса (Кашкин, 2005).

Анализ данного определения также демонстрирует наличие представления о синонимичности обозначенных понятий. Помимо этого автор также, как и другие отечественные и зарубежные психологи выделяет два вида стереотипов: суждения этносов о себе, и мнения этнических общностей о других группах.

Автостереотипы — мнения, суждения, оценки, относимые к данной этнической общности ее представителями. Как правило, эмоционально окрашенный, устойчивый собственный образ складывается у народа (этноса). Этнические автостереотипы большей частью содержат комплекс положительных оценок о действительных или воображаемых специфических чертах собственной этнической группы.

Гетеростереотипы — совокупность оценочных суждений о других народах. Они могут быть как положительными, так и отрицательными в зависимости от исторического опыта взаимодействия данных народов. Число различных гетеростереотипов в структуре этнического стереотипа зависит как от истории межэтнических отношений, так и от особенностей непосредственной этноконтактной среды.

Автостереотип и гетеростереотип — не автономные единицы, а структурно взаимосвязанные компоненты единого целостного образования личностного или группового самосознания. Различия между автостереотипом и

гетеростереотипом отражают уровень взаимопонимания между народами и степень их психологической тождественности. Гетеростереотипы по содержанию более «гомогенны и монолитны», а автостереотипы более разнообразны и комплексны (Тавадов, 2002, с. 241).

«Основой гетеростереотипа является антропостереотипичность — обусловленность стереотипа внешними признаками представителей этнической группы. Такие внешне проявляющиеся черты чаще всего связываются с определенными психологическими характеристиками, на основе которых создаются соответствующие типы поведения и общения между людьми. Как правило, авто- и гетеростереотипы взаимосвязаны: позитивный гетеростереотип предполагает соответствующий негативный автостереотип и наоборот (например, если мы считаем, что китайцы трудолюбивы, то это означает, что данное свойство у русских проявляется в меньшей степени)» (Блохин, 2013, с. 139).

Примером этнокультурных стереотипов могут служить такие устойчивые утверждения, как «галантные французы», «чопорные англичане», «пунктуальные немцы». Подобные утверждения настолько укоренились в нашем сознании, что мы можем сказать «типичный англичанин» или «типичный немец», имея в виду определенный набор национальных характеристик, и в большинстве случаев это будет понятно и окружающим.

Основой стереотипа является, как правило, какой-либо заметный признак: цвет кожи, черты характера, внешние особенности, манера поведения и пр. Именно на основании таких признаков возникли известные стереотипы о том, что итальянцы эксцентричны и эмоциональны, англичане худощавы, скандинавы — блондины.

Одной из главных особенностей этнокультурных стереотипов является устойчивость, связь с длительным процессом межкультурного взаимодействия народов друг с другом, они наследуются, передаются из поколения в поколения.

Правда, под влиянием различных факторов эти представления могут меняться, но, в то же время, многие черты этих представлений продолжают существовать в первоизданном виде.

Некоторые этнокультурные стереотипы могут формироваться вокруг какого-либо явления природы (символический, мифологизированный элемент стереотипа), особенности которого переносятся и на людей, живущих в той или иной стране: Россия — зима, снег, Англия — туман. Также основой для формирования стереотипа нередко могут стать вещи, производимая продукция: Россия — самовар, балалайка, Франция — духи, сыр, вино, Швейцария — шоколад, часы, Голландия — тюльпаны. Стереотипы могут группироваться вокруг исторического или природного памятника: Япония — гора Фудзи, Франция — Эйфелева башня и т.д. Иногда ассоциации могут возникать в связи с привычками в питании, национальными особенностями кухни: итальянцы — макаронники, французы — лягушатники.

Этнокультурные стереотипы могут оказывать влияние на взаимодействие с представителями различных этносов в разном спектре ситуаций: во время путешествия в другую страну, в процессе общения во время межкультурных событий и проектов, в процессе приема на работу.

При приёме на различные должности этнокультурные стереотипы руководителей могут иметь разное влияние. В профессиях, требующих физического труда, работы с техникой наличие данного рода стереотипов может облегчить трудоустройство соискателя, однако в профессиях, требующих коммуникативных навыков, умения работать с информационными технологиями, подобные феномены восприятия могут воспрепятствовать успешному устройству на работу. Чтобы чётко установить, в каких классах национальные стереотипы помогают, а в каких мешают соискателю, необходимо чётко определить данные классы. Ввиду этого, в следующем параграфе мы ознакомимся с несколькими существующими типологиями

профессий.

Таким образом, понятие «этнокультурные стереотипы», по мнению отечественных и зарубежных психологов, является синонимом таких понятий, как «этнические стереотипы» и «национальные стереотипы» и отражает исторически сложившиеся мнения, суждения, относимые к данной этнической общности ее представителями (гетеростереотипы) или собственные представления о менталитете и стандартном поведении представителей той или иной этнической общности (автостереотипы). Основой этностереотипа является, как правило, какой-либо заметный признак: цвет кожи, черты характера, внешние особенности, манера поведения, а главными особенностями является устойчивость, эмоциональная окрашенность, связь с длительным процессом межкультурного взаимодействия народов друг с другом, они наследование и передача стереотипов из поколения в поколения.

1.3. Трудоустройство соискателей на должности разных типов профессий

1.3.1. Роль руководителя в процессе трудоустройства соискателей

Прежде чем перейти к описанию того, каким образом руководитель организации, либо руководитель отдела в организации оказывает влияние на процесс отбора и последующего трудоустройства персонала, мы предлагаем дать определение объекту нашего исследования.

«Руководитель — лицо, на которое официально возложены функции управления коллективом и организации его деятельности. Руководитель несет юридическую ответственность за функционирование группы (коллектива) перед назначившей (избравшей, утвердившей) его инстанцией и располагает строго определенными возможностями санкционирования — наказания и поощрения подчиненных в целях воздействия на их производственную (научную, творческую и пр.) активность. В отличие от лидера руководитель обладает формально регламентированными правами и обязанностями, а также представляет группу в других организациях» (Хараш, 1981).

Обычно, в управленческой иерархии выделяются три уровня руководителей: высшего, среднего и низшего звена.

Основные задачи высших руководителей состоят в формулировке её миссии, ценностей, политики, основных стандартов деятельности, формирования структуры и системы управления, представительстве на переговорах с государственными органами и главными контрагентами.

Руководители среднего и низшего звена выступают в роли управленческого персонала, работников, чья основная деятельность заключается в выполнении конкретных управленческих функций. Их главной задачей является координация и организация деятельности предприятия. Руководители, которые направляют, координируют и стимулируют деятельность производства, имеют в распоряжении ресурсы организации, самостоятельно принимают решение, несут полную ответственность за направление различных сфер деятельности организации, за достижение целей организации и имеют право принимать решения, относящиеся к линейным.

По мнению известного американского эксперта в области менеджмента Г. Минцберга, деятельность современного руководителя включает в себя ряд управленческих функций: межличностную (руководитель — «лидер, увлекающий сотрудников на достижение цели», связник в команде управленцев), информационную («нервный центр», концентрирующий информацию и распространяющий её среди подчиненных, «представитель», передающий информацию во внешний мир), решающую («предприниматель», планирующий и запускающий изменения в организации, «ликвидатор нарушений»).

Одной из наиболее важных сфер деятельности руководителя является процесс управления кадрами, заключающийся в удовлетворении потребности предприятия в кадрах; обеспечении рациональной расстановки, профессионально-квалификационном и должностном продвижении кадров; эффективном использовании трудового потенциала предприятия.

«Управление кадрами связано с разработкой и реализацией кадровой политики, включающей планирование, наем и размещение рабочей силы; обучение, подготовку и переподготовку работников; продвижение по службе и организацию карьеры; условия найма, труда и его оплату; обеспечение формальных и неформальных связей, создание комфортного психологического климата в коллективе» (Волков, 2006, с. 283).

В нашей работе внимание уделяется процессу отбора персонала, а также последующего трудоустройства соискателя на должность. Проанализируем, как включен руководитель в данные процессы.

В зависимости от кадрового состава организации, процесс отбора соискателей на должность может проходить по-разному. В случае, если в штате организации нет менеджера по персоналу, руководитель самостоятельно проводит все процедуры, необходимые для закрытия должности: разрабатывает необходимую для принятия верного решения документацию (должностную инструкцию, квалификационную карту, карту компетенций), осуществляет поиск соискателей, анализирует резюме кандидатов, организует и проводит собеседования, тесты, иные мероприятия по отбору кандидатов, а после осуществляет анализ результатов и принимает решение о том, кто должен быть трудоустроен в организацию.

При наличии в штате сотрудника, ответственного за персонал, менеджера персонала, руководитель делегирует ему все вышеуказанные функции, включаясь в процесс закрытия должности на моменте составления документации, формирования пожеланий о том, каким должен быть соискатель. В некоторых случаях для принятия решения требуется дополнительное собеседование с руководителем. После проведения данных процедур менеджером по персоналу составляется рекомендация о том, каких соискателей он может порекомендовать для закрытия должности.

Наиболее важными в обоих случаях являются этапы формирования портрета соискателя и принятия решения о том, какой соискатель будет трудоустроен. Ведь именно на этих этапах руководитель анализирует свои

представления о том, каким должен быть соискатель, сопоставляет полученные результаты с образом, представленным в его сознании.

Стоит отметить, что представления о представителях разных типов профессий, равно как и представления о соискателях разных национальностей могут отличаться.

Соотношение индивидуального и стереотипного при оценке руководителем кандидата также может варьироваться. Различия могут проявляться в зависимости от направленности сознания руководителя: некоторые ориентируются только на стереотипы; другие учитывают их, однако стремятся выявить индивидуальные характеристики кандидата; третьи стремятся в своей оценке полностью отойти от стереотипного мышления, оценивая соискателя по тем данным, которые были получены в ходе отбора.

Ввиду этого в следующих параграфах мы проанализируем, какие существуют типы профессий, и какие исследования этнокультурных стереотипов в процессе трудоустройства соискателей на разные должности были проведены на данный момент.

1.3.2. Психологические классификации типов профессий

На протяжении последних десятилетий изучения выбора людьми своей профессии, было выдвинуто несколько типологий, авторы которых стремились разделить все существующие профессии по разным классам. Анализ существующих типологий позволил выявить две наиболее структурированные и часто применяемые на практике: типология Климова Е.А., классифицирующая профессии по предмету труда и типология профессий Голланда, связывающая тип личности и тип профессиональной среды, выбираемой человеком.

Американский психолог Голланд Д. предложил классификацию типов личности исходя из того, в каких сферах профессиональной деятельности человек скорее добьётся наибольшего успеха Голланд Д. исходил в своей классификации из того, что выбор человеком профессионального пространства

является выражением его личности. Достижения человеком в том или ином виде карьеры зависят от соответствия характеристик личности и характеристик профессиональной среды. Всего автором типологии было выделено шесть типов личности: реалистический; артистический; интеллектуальный; конвенциональный; предприимчивый; социальный; каждому из которых был присвоен тип профессиональной среды. С подробным описанием каждого из типов можно ознакомиться в таблице 1 данной научной работы.

Таблица 1 — Типология профессий Голланда Д.

Название	Тип личности	Тип профессиональной среды
Реалистический	Люди, ориентированные на действие, принятие решений, неэмоциональные, обладающие атлетическими или механическими способностями, любят технику, умеют рисковать	Деятельность, связанная с манипулированием инструментами, с техникой. А также большинство «мужских» профессий.
Исследовательский	Люди, ориентированные на познавательную деятельность, любящие наблюдать, анализировать, исследовать, решать.	Научно-исследовательская работа. Эксперты в различных областях, аналитики.
Артистический	Люди, ориентированные на самовыражение и внимание окружающих, творческие, экспрессивные, оригинальные, склонные к нонконформизму, обладают богатой интуицией и воображением, неформальны.	Сфера искусства, профессии, связанные с привлечением внимания, презентацией чего-либо.
Социальный	Люди, ориентированные на общение, на отношения с другими людьми, ранимые, чувствительные, склонные к альтруизму, не любят систематической деятельности, любят коллективный характер работы, имеют	Большинство профессий, направленных на работу с людьми, общественная деятельность.

	коммуникативные способности.	
Предпринимательский	Люди, амбициозные, ориентированные на влияние, на создание и реализацию собственных идей, управление, поиск решений, высокую социальную активность.	Бизнес, политика, адвокатские услуги и т.п.
Конвенциональный	Люди, ориентированные на систематизацию и репродуцирование информации, манипуляцию данными. Мало эмоциональны, точны, пунктуальны, педантичны, исполнительны.	Работа по систематизации хранению и репродуцированию любой информации. Работа, требующая большой усидчивости и точности. Работа в таких сферах как бухгалтерия, финансы, архивы, библиотеки и т.п.

Советским психологом и психофизиологом Климовым Е.А. была предложена пятиуровневая классификация профессий по признакам предмета, целей, средств и условий труда. По предмету труда профессии подразделяются на бионические (природа), техномические (техника), сигномические (знаки), артономические (художественные образы) и социопомические (взаимодействие людей).

Соответственно, Е. Л. Климов определяет пять схем профессиональной деятельности: «Человек — природа», «Человек — техника», «Человек — знак», «Человек — художественный образ», «Человек — человек».

«Человек — человек» (Ч). Предметом интереса, обслуживания, распознавания, преобразования здесь являются социальные системы, сообщества, группы населения, люди разного возраста (продавец, парикмахер, инженер — организатор производства, врач, учитель, социальный работник).

«Человек — техника» (Т) и неживая природа. Работники имеют дело с неживыми, техническими объектами труда (слесарь-сборщик, техник-механик, электрослесарь, инженер-электрик, техник-технолог).

«Человек — художественный образ» (X). Явления, факты художественного отображения действительности — вот что занимает представителей профессий этого типа (художник-декоратор, художник-реставратор, настройщик музыкальных инструментов, концертный исполнитель, артист балета, актер драматического театра).

«Человек — живая природа» (II). Представители этого типа профессий имеют дело с растительными и животными организмами, микроорганизмами и условиями их существования (мастер-плодоовощевод, агроном, зоотехник, ветеринар, микробиолог).

«Человек — знаковая система» (3). Естественный и искусственный языки, условные знаки, символы, цифры, формулы — вот предметные миры, которыми занимаются представители этого типа профессий (оператор фотонаборного автомата, программист, чертежник-картограф, математик, редактор издательства, языковед).

Таким образом, анализ существующих типологий позволил выявить две наиболее структурированные и часто применяемые на практике: типология Климова, Е.А. классифицирующая профессии по предмету труда и типология профессий Голланда Д., связывающая тип личности и тип профессиональной среды, выбираемой человеком.

Наибольший интерес в нашей работе представляет типология профессий Е.А. Климова. Связано это с тем, что она даёт четкое и неоспоримое представление о том, к какому классу относятся те или иные профессии. В дальнейшем, наше исследование будет опираться на данную классификацию.

В следующем параграфе мы поделимся результатами мониторинга статей, в которых авторы делятся данными о проявлении этнокультурных стереотипов в разных типах профессий при приеме на работу в Российской Федерации.

1.3.2. Исследования этнокультурных стереотипов в процессе трудоустройства на должности разных типов профессий

Трудовые мигранты в Российской Федерации занимают те ниши на российском рынке труда, которые являются малопривлекательными для коренных жителей страны. «В целом, это способствует развитию сферы услуг, положительно сказывается на качестве жизни всего населения. В некоторых отраслях российской экономики ощущается нехватка рабочей силы, особенно на работах, не требующих высокой квалификации и с низкой оплатой. Трудовые мигранты частично восполняют этот недостаток» (Эргешбаев, 2009).

Эксперт центра миграционных исследований Е.В. Тюрюканова подчеркивает, что «к таким вакансиям относятся неквалифицированный тяжелый труд, связанный с опасностью для жизни и здоровья (к примеру, строительные и монтажные работы, дорожные работы), сфера услуг, где не требуется высокой профессиональной квалификации (например, химчистка, уборка, доставка и т.д.), уход и обслуживание в индивидуальной сфере (домработницы, сиделки, сторожа и пр.)» (Тюрюканова, 2008). Иными словами, работодатели с большей вероятностью готовы трудоустроить представителей иных этносов на профессии типа «человек-техника», «человек-природа».

Подтверждает её слова и официальная статистика. Исходя из официальных статистических данных ныне упраздненной Федеральной миграционной службы Российской Федерации, «40 % трудовых мигрантов заняты в строительстве, 30% - в торговле, 10 % - в промышленности, 7 % в сельском хозяйстве, 5 % в деятельности, связанной с транспортом, 8% - в других видах деятельности» (Кобылинская, 2014).

Говоря о возможности работы в сфере торговли, авторы отмечают, что мигранты работают практически на всех должностях: продавцами, кассирами, грузчиками, распространителями, фасовщиками, подсобными рабочими.

Основной сферой занятости этнических представителей являются вещевые и продуктовые рынки, торговля в киосках, с лотков.

Помимо этого, подтверждение сформулированному ранее умозаключению можно найти трудах Голенковой З.Т, доктором философских наук, заместителем директора Института социологии РАН. Руководствуясь результатами анализа выданных российским работодателям разрешений на привлечение иностранной рабочей силы, автор сделала вывод о том, что сегодня в России при наличии безработицы существует потребность в иностранной рабочей силе на низкооплачиваемые ручные работы в отраслях материального производства. Именно в этих отраслях концентрируется иностранная рабочая сила, привлекаемая в Россию: 17,9% - в строительстве, 11,5% - в промышленности, 13,9% - лесном хозяйстве, 10,4% - в торговле (Голенкова, 2006).

Ввиду этого, появление такой рабочей силы как мигранты приходится на руку руководителям данных организаций, а это значит, этнокультурные стереотипы должны помогать этническим соискателям в трудоустройстве на профессии типа человек — техника, человек — природа.

«В свою очередь, сферы деятельности, требующие от соискателя достаточного знания русского языка, профессиональной квалификации, образования, соответствующего принятым в Российской Федерации стандартам, оказываются практически свободными от конкурирования иностранных трудовых мигрантов с представителями русского населения. Учитывая сравнительно низкий уровень знания русского языка, недостаток образования и профессиональной подготовки большей части трудовых мигрантов, работодателями не рассматриваются соискатели иных этносов на подобные вакансии» (Люев, 2015, с. 122).

Исходя из этого, можно сделать вывод о наличии представления о том, что мигрант изначально не соответствует должностям, где нужно грамотно говорить, иметь профессиональные знания, умения и навыки, препятствуют их

трудоустройству на профессии, связанные со сферой человек-человек.

К сожалению, в ходе анализа не было выявлено публикаций, описывающих характер и успешность трудоустройства лиц различных этносов на должности типа «человек-художественный образ» и «человек-знаковая система».

Опираясь на результаты обзора публикаций на тему вероятности трудоустройства соискателей разных этнокультурных групп, можно говорить о том, что вероятность трудоустройства на должности типа «человек-техника» и «человек-природа» у данных соискателей выше.

Выводы по первой главе

Социальный стереотип — это обобщенное, стандартизированное представление человека о группе людей, явлениях общественной жизни, помогающее ему ориентироваться в жизненных ситуациях, выражающееся в правилах, нормах, традициях. Авторами также упоминается, что социальные стереотипы обладают рядом функций и свойств, рассмотреть которые детально мы предлагаем в следующем параграфе.

Основными функциями социальных стереотипов является упрощение и систематизация имеющихся о разных группах индивидов знаний, объяснение и оправдание имеющихся межгрупповыми отношениями, а также ориентирующая и регулирующая поведение функции.

Основными свойствами социальных стереотипов является эмоционально-оценочный характер, относительная устойчивость, ригидность, разделяемость достаточно большим числом индивидов, неточность, наличие искажений в отражении объективной реальности.

Выделяется ряд типологий стереотипов, берущих за свою основу различные критерии. Для нашей работы наиболее актуальны стереотипы, выделенные по критерию содержания стереотипов (характеризующие людей, как членов определенных групп: этнокультурные, гендерные, политические; и характеризующие личностные особенности людей по их поведению).

Понятие «этнокультурные стереотипы», по мнению отечественных и зарубежных психологов, является синонимом таких понятий, как «этнические стереотипы» и «национальные стереотипы» и отражает исторически сложившиеся мнения, суждения, относимые к данной этнической общности ее представителями (гетеростереотипы) или собственные представления о менталитете и стандартном поведении представителей той или иной этнической общности (автостереотипы). Основой этностереотипа является, как правило, какой-либо заметный признак: цвет кожи, черты характера, внешние особенности, манера поведения, а главными особенностями является

устойчивость, эмоциональная окрашенность, связь с длительным процессом межкультурного взаимодействия народов друг с другом, они наследование и передача стереотипов из поколения в поколения.

Этнокультурные стереотипы могут оказывать влияние на взаимодействие с представителями различных этносов в разном спектре ситуаций: во время путешествия в другую страну, в процессе общения во время межкультурных событий и проектов, в процессе приема на работу на разные типы должностей.

Анализ существующих типологий позволил выявить две наиболее структурированные и часто применяемые на практике: типология Е.А. Климова, классифицирующая профессии по предмету труда и типология профессий Голланда, связывающая тип личности и тип профессиональной среды, выбираемой человеком.

Опираясь на результаты обзора публикаций на тему вероятности трудоустройства соискателей разных этнокультурных групп, можно говорить о том, что вероятность трудоустройства на должности типа «человек-техника» и «человек-природа» у данных соискателей выше, при низкой вероятности трудоустройства на должности типа «человек-человек».

Это может быть обусловлено наличием вакантных мест в сфере строительства, промышленности, лесного хозяйства, а также наличия у руководителей коммерческих и некоммерческих организаций стереотипного представления о том, что трудовые мигранты не обладают высокой квалификацией, готовы работать за скромный оклад, и, соответственно, готовы занимать непрестижные должности в организациях.

Исследователями также отмечается, что соискатели иных этносов могут работать в сфере торговли. Анализ профессий демонстрирует, что в сфере торговли представлены должности разных типов профессий, в том числе типа «человек-человек», например, продавец. Авторами отмечается, что работодатели готовы трудоустроить на должность продавца на рынке, в ларьке трудового мигранта, однако проявляют меньшую готовность при трудоустройстве этнических представителей на более престижных торговых

площадках: гипермаркетах, сетях магазинов в торговых центрах, и пр.

На вероятность трудоустройства соискателей влияет решение руководителя, основанное на его представлениях о специалисте, как профессионале, обладающем рядом знаний, умений и навыков, компетенций, а также личности, имеющей характеристики, которые могут проявиться в процессе работы. Соотношение индивидуального и стереотипного при оценке руководителем кандидата может варьироваться в зависимости от направленности сознания руководителя: некоторые руководители ориентируются на стереотипы; другие учитывают их, однако стремятся выявить индивидуальные характеристики; третьи стремятся в своей оценке полностью отойти от стереотипного мышления, оценивая соискателя по тем данным, которые были получены в ходе отбора.

ГЛАВА 2. ИССЛЕДОВАНИЕ СВЯЗИ МЕЖДУ ЭТНОКУЛЬТУРНЫМИ СТЕРЕОТИПАМИ РУКОВОДИТЕЛЕЙ И ВЕРОЯТНОСТЬЮ ТРУДОУСТРОЙСТВА СОИСКАТЕЛЕЙ

2.1 Организация исследования

2.1.1 Планирование и подготовка исследования

Сроки проведения исследования: сентябрь — ноябрь 2018 года.

Эмпирическая цель исследования — установить связь между характером этнокультурных стереотипов у руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей разных национальностей на должности разных типов профессий.

Эмпирические задачи:

1. Подобрать методики, подходящие для проведения данного исследования;
2. Сформировать выборку испытуемых, согласно целям эксперимента;
3. Организовать сбор эмпирических данных для замера исследуемых критериев;
4. Обработать полученные результаты, проанализировать их.

Эмпирические гипотезы:

1. Существует связь между характером этнокультурных стереотипов руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий.
2. Связь между характером этнокультурных стереотипов руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий отсутствует.

Независимая переменная: этнокультурные стереотипы руководителей.

Зависимая переменная: вероятность трудоустройства соискателей.

Контролируемая переменная: тип профессии, возраст, половая принадлежность.

2.1.2 Характеристики выборки

В исследовании принимало участие 60 человек в возрасте от 25 лет.

Критерием для включения испытуемых в исследование является занятие в актуальный момент руководящей должности в коммерческой, либо некоммерческой организации Тюменской области.

2.1.3 Этапы и процедура исследования

1.1. Формирование групп испытуемых: руководители коммерческих и некоммерческих организаций, отделов коммерческих и некоммерческих организаций (директоры компаний, начальники отделов, руководители направлений).

1.2. Проведение в офлайн и онлайн-режиме метода семантического дифференциала, в котором в качестве объектов выступают типы профессий по Е.А. Климову и национальности соискателей, наиболее представленные на территории Тюменской области.

1.3. Свод полученных в результате проведения метода данных, интерпретация полученных данных.

2.1.4 Инструменты исследования

Семантический дифференциал

Опросник содержит в себе 15 объектов, представляющих собой:

- типы профессий по Е.А. Климову: «человек-человек», «человек-природа», «человек-знаковая система», «человек-техника», «человек-художественный образ»;
- национальности соискателей, наиболее представленные в Тюменской области: татарин, казах, русский, армянин, азербайджанец, украинец;

- гражданство соискателей: американец;
- представления о себе, успешном и неуспешном сотруднике.

В качестве дескрипторов выступают 40 пар дихотомий, описывающих личные и профессиональные характеристики представленных объектов.

Исследуемым необходимо оценить выраженность качеств, представленных в дихотомиях, у представителей типов профессий и у представителей различных этносов по 7-балльной шкале от -3 до 3: «-3» — полностью согласен с утверждением слева; «3» — полностью согласен с утверждением справа.

2.1.5 Методы обработки результатов

Для обработки данных будут использованы программные продукты STATISTICA 10.0., SPSS Statistics 22 и Microsoft Office Excel 2013.

Для обработки данных, полученных в результате проведения методик, будут использованы:

- Метод многомерного шкалирования — для выявления связи представлений руководителей о представителях конкретных типов профессий по Е.А. Климову и этнокультурных стереотипах соискателей.
- Кластерный анализ - для выявления связи представлений руководителей о представителях конкретных типов профессий по Е.А. Климову и этнокультурных стереотипах соискателей.
- Факторный анализ – для выявления характера этнокультурных стереотипов руководителей.

2.2. Результаты исследования

2.2.1. Результаты описательной статистики

В ходе исследования группы выборки заполняли в офлайн- и онлайн-формате бланки с методом семантического дифференциала. Этап предварительной обработки данных заключался во внесении полученных

данных в Microsoft Office Excel 2013 и последующей их обработки при помощи функции «среднее».

Таблица 1 — Средние значения показателей контролируемых переменных исследования

Показатели	Руководители
Количество испытуемых	60
Количество женщин (%)	56,7
Количество мужчин (%)	43,3
Средний возраст испытуемых	33,3

Полученные в результате использования функции «среднее» данные демонстрируют высокий разброс «средних» показателей по объектам «типы профессий» а также по объектам «татарин», «азербайджанец», «русский», «армянин», «казах» по каждой из представленных дихотомий.

В 25% случаев наблюдается различия в средних показателях между представителями таких национальностей, как «татарин», «азербайджанец», «русский», «армянин», «казах» и «американец», «украинец». Список средних значений показателей, по которым наблюдаются различия представлены в таблице 2.

Таблица 2 — Средние значения показателей по методу семантического дифференциала на этапе первичной обработки (объекты — национальности соискателей)

	Татарин	Азербайджанец	Русский	Армянин	Казах	Американец	Украинец	
Вызывает доверие	-0,42	-0,32	-0,89	-0,21	-0,63	0,26	0,32	Вызывает недоверие
Не готов изменить свою	-1,05	-0,79	-0,47	-1,37	-0,74	0,53	0,47	Готов изменить свою

позицию								позицию
Принимающий верные решения	-0,42	-0,47	-0,05	-0,21	-0,47	0,47	0,47	Принимающий неверные решения
Склонный к идеальному выполнению работы	-0,21	-0,84	-0,11	-0,37	-0,26	0,68	0,58	Склонный к формальному выполнению работы
Решающий трудности	-0,32	-0,95	-1,05	-0,68	-0,53	0,63	0,26	Не решающий трудности
Склонный к меняющейся деятельности	0,16	0,47	0,11	0,37	0,11	-0,53	-0,16	Склонный к стабильной работе
Несамостоятельный	0,95	0,74	0,58	0,95	0,53	-0,26	-0,53	Самостоятельный
Проявляющий интерес к работе	-0,68	-0,84	-0,74	-0,79	-0,74	0,00	0,05	Безразличный к работе
Склонен наделять работу важностью	-0,32	-0,84	-0,05	-0,53	-0,58	0,37	0,42	Склонен обесценивать работу
Любящий трудиться	-0,05	-0,26	-0,05	-0,32	-0,05	1,05	0,89	Ленящийся

«Средняя» положительная оценка в дихотомии от -3 до 3 демонстрирует тенденцию наделять объекты характеристикой утверждения в правом столбце, а средняя «отрицательная» оценка — наделять характеристикой из левого столбца.

Таким образом, в результате обработки данных в Microsoft Office Excel 2013 было выявлено, что объекты «американец» и «украинец» наделяются большинством респондентов такими характеристиками, как «вызывает недоверие», «принимает неверные решения», «склонный к формальному выполнению работы», «не решающий трудности», «склонный к стабильной работе», «самостоятельный», «безразличный к работе», «ленящийся».

В свою очередь «татарин», «азербайджанец», «русский», «армянин», «казах» получили характеристики, описывающие их как людей, которые

вызывают доверие, принимают верные решения, склонных к идеальному результату работы и любящих трудиться.

Для выявления наличия или отсутствия связи между объектами исследования, необходимо осуществить статистическую обработку полученных показателей.

2.2.2. Результаты использования процедуры многомерного шкалирования

Для проверки наличия связи между этнокультурными стереотипами руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий была использована процедура многомерного шкалирования.



Рисунок 2 — Положение объектов исследования в модели евклидова расстояния при процедуре многомерного шкалирования

На основе анализа полученных результатов можно сделать предположения представлениях респондентов. Характер расположения типов

профессий в матрице говорит о наличии у респондентов представлений о том, каким образом профессии типа «человек — знаковая система», «человек-природа», «человек-техника» отличаются от профессий типа «человек — художественный образ» и «человек-человек».

Центральное положение национальностей, наиболее представленных на территории Тюменской области, в матрице демонстрирует наличие схожих представлений о лицах разных национальностей у респондентов. Расположение объектов «типы профессий» и «национальности соискателя» демонстрирует отсутствие связи между этнокультурными стереотипами и представлениями руководителей о специалистах разных типах профессий, что свидетельствует об отсутствии связи между этностереотипами и вероятностью трудоустройства соискателя.

Исключением является близкое расположение в матрице таких объектов, как «человек-художественный образ», «человек-человек» и «американец». Полученный результат говорит о наличии связи между профессиями указанного типа и национальностью американца, что может демонстрировать высокую вероятность трудоустройства американца на должности данного типа.

Таким образом, эмпирические гипотезы, предполагающие существование и отсутствие связи между этнокультурными стереотипами руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий частично подтвердились, ввиду наличия связи между типами профессий «человек-художественный образ», «человек-человек» и национальностями «американец», отсутствия связи профессии типа «человек-знаковая система» с национальностями, представленными в качестве объектов исследования.

2.2.3. Результаты кластерного анализа

Для проверки наличия связи между этнокультурными стереотипами руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий были использованы два метода кластеризации

объектов «Complete Linkage. 1-Pearson r» и «Ward's method. Euclidean distances».

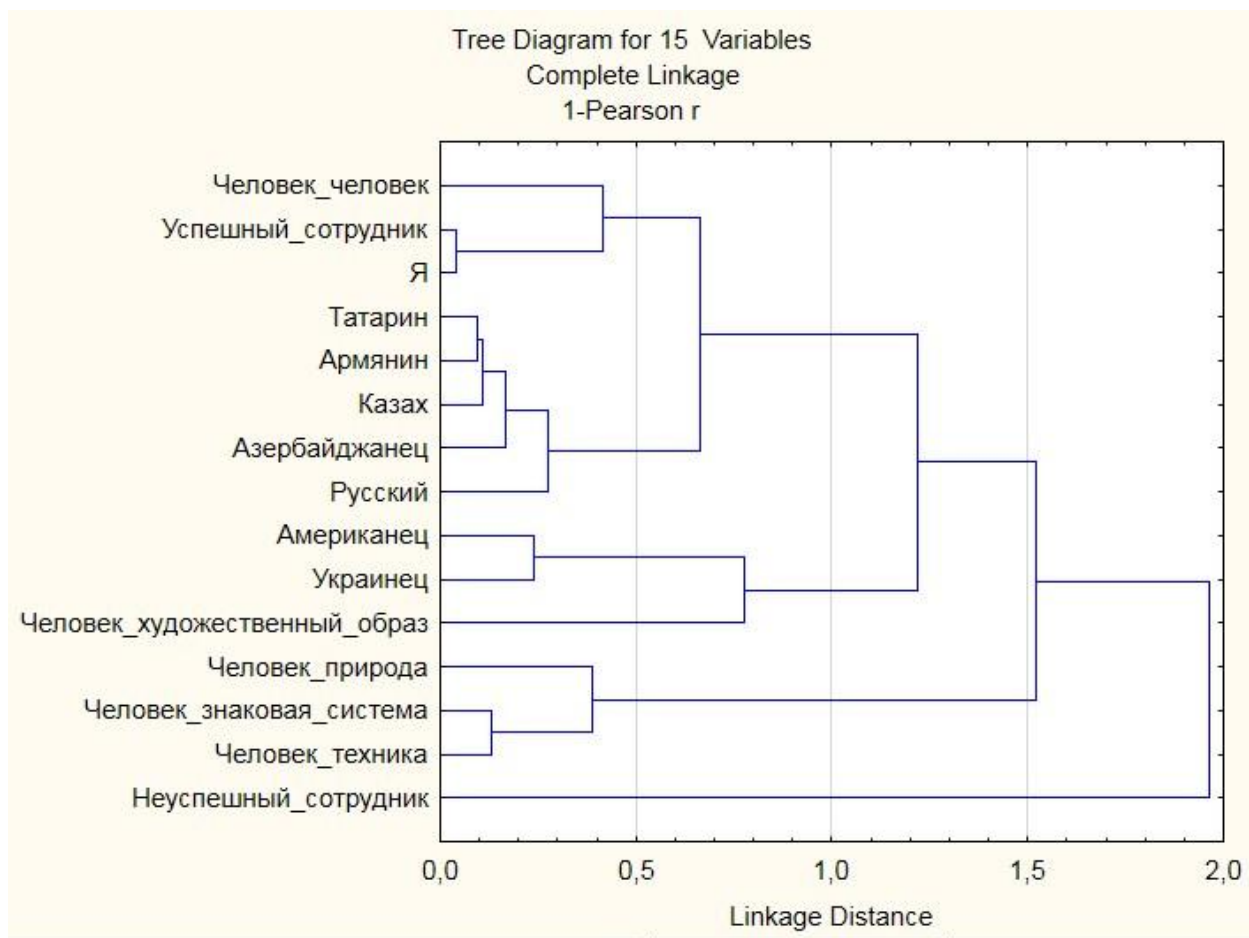


Рисунок 3 — Положение объектов исследования в кластерном дереве при методе кластеризации «Complete Linkage. 1-Pearson r»

В графике кластерных деревьев ярко выделяются 4 кластера:

1. «Человек-человек», «успешный сотрудник», «я»;
2. «Татарин», «армянин», «казах», «азербайджанец», «русский»;
3. «Американец», «украинец», «человек-художественный образ»;
4. «Человек-природа», «человек-знаковая система», «человек-техника».

Низкий уровень связи с другими объектами демонстрирует объект «неуспешный сотрудник».

Выявленные кластеры демонстрируют:

- наличие у руководителей представлений о том, что они являются успешными сотрудниками, управляющими человеческими ресурсами;

- наличие схожих представлений о национальностях соискателей, наиболее выраженных на территории Тюменской области;
- наличие связи между типом профессии «человек-художественный образ» и национальностями «американец» и «украинец»;
- наличие схожих представлений о типах профессий «человек-природа», «человек-техника», «человек-знаковая система».

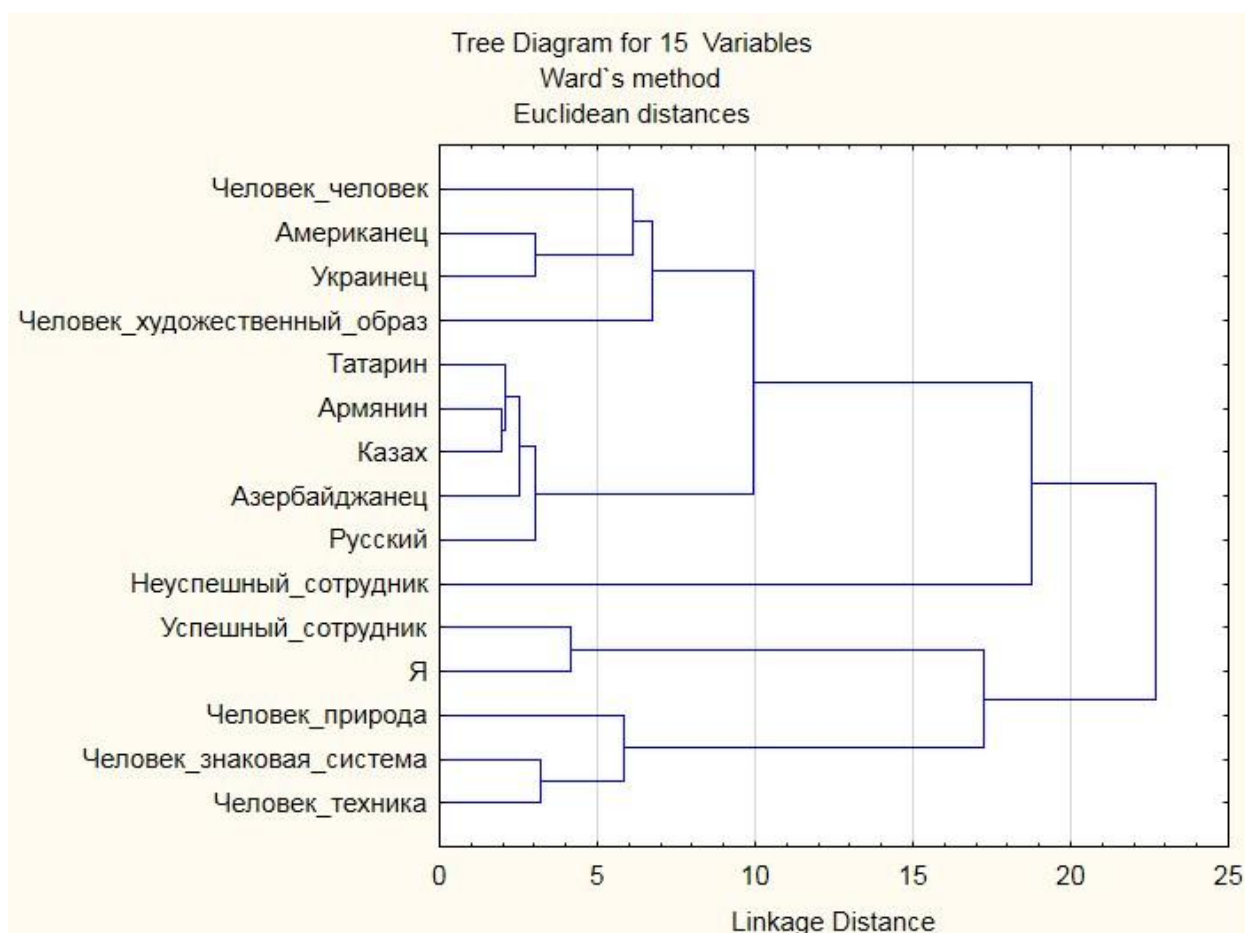


Рисунок 4 — Положение объектов исследования в кластерном дереве при кластеризации «Ward's Method. Euclidean distances»

В графике кластерных деревьев отчетливо видно 4 кластера:

1. «Человек-человек», «американец», «украинец», «человек-художественный образ»
2. «Татарин», «Армянин», «Казах», «Азербайджанец», «Русский»
3. «Успешный сотрудник», «я»
4. «Человек-природа», «человек-знаковая система», «человек-техника».

Низкий уровень связи с другими объектами демонстрирует объект «неуспешный сотрудник».

Выявленные кластеры демонстрируют:

- наличие связи между типами профессии «человек-человек», «человек-художественный образ» и национальностями соискателей «американец» и «украинец»;
- наличие схожих представлений о национальностях соискателей, наиболее выраженных на территории Тюменской области;
- наличие у руководителей представлений о том, что они являются успешными сотрудниками,
- наличие схожих представлений о типах профессий «человек-природа», «человек-техника», «человек-знаковая система»;

Положение объектов исследования в кластерных деревьях при использовании двух методов кластеризации частично подтверждает эмпирические гипотезы исследования.

Выявлено наличие связи между этнокультурными стереотипами об американце и украинце и типами профессий «человек-человек» и «человек-художественный образ», что может свидетельствовать о связи этнокультурных стереотипов и вероятности трудоустройства соискателей данных национальностей на должности упомянутых типов профессий.

Также результаты кластерного анализа демонстрируют отсутствие связи между этнокультурными стереотипами и профессиями типа «человек-знаковая система», «человек-техника», «человек-природа», что может говорить об отсутствии связи между этнокультурными стереотипами и вероятностью трудоустройства соискателя на данные должности.

2.2.4. Результаты факторного анализа

Для проверки представлений руководителей об объектах исследования был использован вращения данных «Varimax normalized».

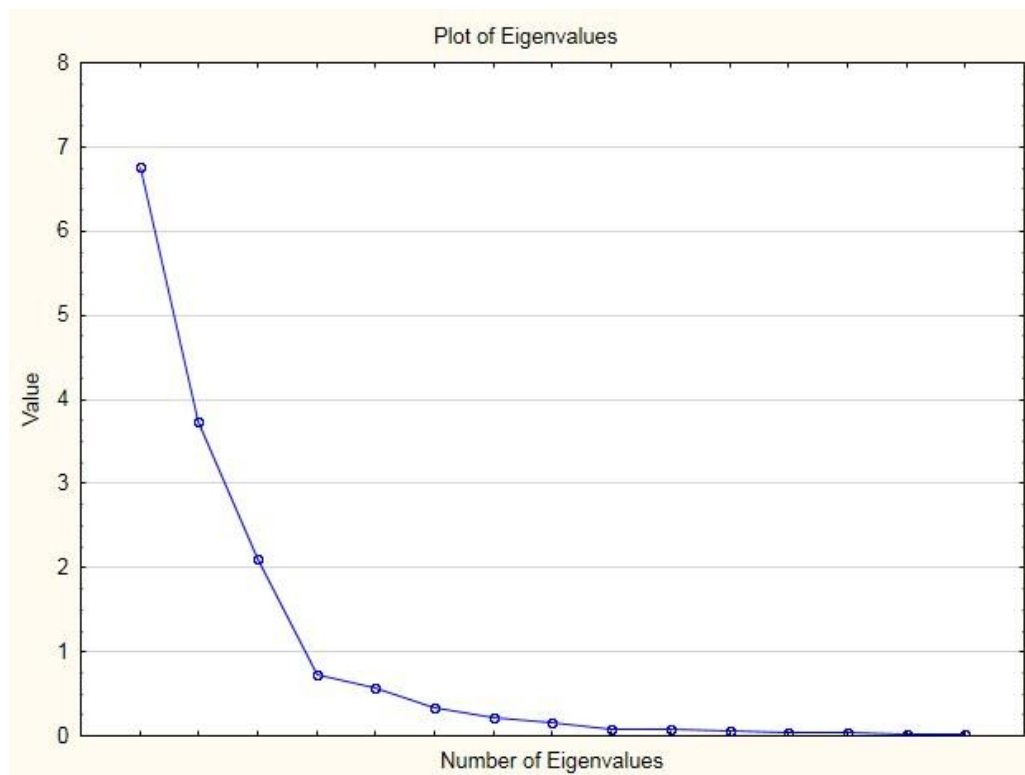


Рисунок 5 — График собственных значений фактора

На представленном графике собственных значений излом заметен после третьего фактора.

Таблица 6 — Таблица собственных значений фактора

Номер фактора	Собственное значение	Величина вклада в общую дисперсию	Сумма собственных значений факторов нарастающим итогом	Сумма вкладов факторов в общую дисперсию нарастающим итогом
1	6,76	45,09	6,76	45,09
2	3,73	24,91	10,50	70,00
3	2,11	14,08	12,61	84,08

В таблице собственных значений излом также заметен после третьего фактора. Следовательно, именно такое количество факторов мы оставляем для последующей интерпретации.

Таблица 4 — Фактор 1. «Деятельный — ленищийся»

	Дескрипторы	Вес фактора	Объекты	Вес фактора
Положительный полюс	Деятельный	0,97	Татарин	0,96
	Вызывает доверие	0,92	Армянин	0,93
	Любящий трудиться	0,91	Казах	0,85
	Ответственный	0,86	Азербайджанец	0,78
			Русский	0,70
Отрицательный полюс	Безразличный к работе	-0,89		
	Склонный к формальному выполнению работы	-0,93		
	Неискренний	-0,93		
	Не думающий о результате деятельности	-0,95		
	Ленищийся	-0,98	Неуспешный работник	-0,26

Первый фактор можно назвать «Деятельный - ленищийся». Он характеризует представления руководителей о том, какими качествами обладает соискатель, уделяющий своей работе все своё внимание, и наоборот, склонный отлынивать от работы. Положительный полюс фактора описывает соискателя, характеризующегося ответственным и деятельным подходом к выполнению рабочих задач, любящего работу, и вызывающего доверие. К положительному полюсу отнесены такие объекты исследования, как «татарин», «армянин», «казах», «азербайджанец», «русский». Отрицательный полюс демонстрирует противоположный образ соискателя, склонного к формальному выполнению работы, без анализа последствий выполнения работы. В

результате факторного анализа не было выявлено объектов, имеющих факторную нагрузку ниже, чем -0,26, ввиду этого к отрицательному полюсу невозможно отнести ни один из объектов.

Полученный результат может говорить о тенденции руководителей, наделять потенциальных соискателей характеристиками положительного полюса фактора.

Таблица 5 — Фактор 2. «Склонный к меняющейся — алгоритмической деятельности»

	Дескрипторы	Вес фактора	Объекты	Вес фактора
Положительный полюс	Склонный к меняющейся деятельности	0,88	Американец	0,50
	Готовый изменить свою позицию	0,86	Человек-художественный образ	0,46
	Развивающийся	0,75	Человек-человек	0,43
Отрицательный полюс	Упрямый	-0,85	Человек-природа	-0,77
	Предпочитающий работу по алгоритму	-0,88	Человек-техника	-0,91
	Технократ	-0,90	Человек-знаковая система	-0,93

Второй фактор можно назвать «Склонный к меняющейся — алгоритмической деятельности». Он характеризует представления руководителей о том, какими качествами обладают специалисты сфер «человек-человек» и «человек-художественный образ» вошедшие в положительный полюс фактора, от специалистов сферы «человек-знаковая система», «человек-техника», «человек-природа», представляющих отрицательный полюс. К положительному полюсу руководителями были отнесены качества, описывающие склонность упомянутых ранее

профессионалов к нерегламентированной, меняющейся деятельности; желание развиваться и готовность изменить свою позицию. Подобный результат позволяет сделать вывод о том, что профессионалы данных типов профессий могут быть обладателями таких качеств, как лабильность, гибкость мышления и высокой адаптивной способности.

К отрицательному полюсу были отнесены: качества, демонстрирующие склонность к монотонной работе с четко прописанной инструкцией и последовательностью действий, а также проявление упрямства. Данный результат может свидетельствовать о наличии у руководителя представления о ригидности мышления данных специалистов, отсутствия готовности к изменениям.

Важным также является наличие в положительном полюсе фактора объекта «американец». В представлениях руководителей американец является носителем характеристик данного полюса, а значит с большей вероятностью может быть трудоустроен на профессии типа «человек-человек» и «человек-художественный образ».

Таблица 6 — Фактор 3. «Склонный к быстрому — медленному темпу работы»

	Дескрипторы	Вес фактора	Объекты	Вес фактора
Положительный полюс	Склонный к быстрому темпу работы	0,78	Успешный сотрудник	0,93
	Уверенный	0,78	Я	0,91
	Разговорчивый	0,77		
Отрицательный фактор	Избегающий общения	-0,70		
	Нерешительный	-0,75		
	Замкнутый	-0,81		
	Вялый	-0,88	Неуспешный сотрудник	-0,91

Третий фактор условно можно назвать «Склонный к быстрому — медленному темпу работы». Фактор описывает представления руководителей об успешном и неуспешном сотрудниках. Результат факторного анализа говорит о том, что образ успешного сотрудника включает в себя наличие уверенности, легкости в установлении контактов с другими людьми, открытость и умение быстро решать рабочие вопросы. Образ неуспешного сотрудника представлен противоположными качествами: замкнутость, нерешительность, желание избежать общения с другими людьми, а также общая вялость, которая может выражаться в отсутствии желания оперативно решать задачи, стремить к медленному и неторопливому темпу работы.

Также важно отметить, что объект «Я» также находится на положительном полюсе фактора, что свидетельствует о тенденции оценивать себя, как успешного работника.

В ходе анализа факторов было выявлено, что объект «украинец» практически не имеет связи ни с одним из представленных факторов, ввиду того, что факторная нагрузка объекта во всех факторах находится в диапазоне от 0,4 до -0,4.

2.3. Обсуждение результатов

Результаты сравнительной статистики продемонстрировали высокий разброс средних показателей по объектам «типы профессий по Е.А. Климову» а также по объектам «татарин», «азербайджанец», «русский», «армянин», «казах» по каждой из представленных дихотомий. В 25% случаев выявлены различия в средних показателях между представителями таких национальностей, как «татарин», «азербайджанец», «русский», «армянин», «казах» и «американец», «украинец».

Полученные в результате использования процедур многомерного шкалирования и кластерного анализа данные подтвердили наличие различий в этнокультурных стереотипах о татарах, азербайджанцев, русских, армян и казахов от стереотипов об американцах и украинцах. Помимо этого,

сформированные в результате статистического анализа модель евклидового расстояния и кластерные деревья позволяют сделать ещё ряд выводов, которые частично подтверждают обе эмпирические гипотезы исследования. Для их описания, предлагаем проанализировать расположение объектов на всех графиках исследования.

Нахождение объектов «типы профессий по Е.А. Климову» и «национальности соискателей» в графиках, полученных в результате статистического анализа, частично подтвердили обе гипотезы исследования.

Приближенность координат объектов исследования «человек-человек» (0,4; 1,0), «человек-художественный образ» (-0,7; 1,3) и «американец» (-0,4; 1,0), а также объединение данных объектов в единые кластеры с объектом «украинец» говорит о том, что этнокультурные стереотипы о соискателе-американце и соискателе-украинце имеют связь с представлениями работодателя о профессиях требующих творческих и коммуникативных навыков. Наличие данной связи демонстрирует также наличие связи между этнокультурными стереотипами руководителя и вероятностью трудоустройства соискателя. Данный результат частично подтверждает первую эмпирическую гипотезу, а также частично опровергает вторую гипотезу.

Нахождение объектов исследования «человек-техника», «человек-природа» и «человек-знаковая система», а также объектов-национальностей соискателей в модели говорит об отсутствии связи между ними, а также о том, что этнокультурные стереотипы руководителей не связаны с вероятностью трудоустройства соискателей на должности данных типов профессий. Полученный результат частично подтверждает вторую эмпирическую гипотезу и частично опровергает первую.

Для объяснения причин данных результатов необходимо детально проанализировать, как распределялись две генеральные группы объектов исследования.

Нахождения объектов, олицетворяющих типы профессий, в матрице, полученной в ходе многомерного шкалирования, и в кластерных деревьях,

говорит о наличии сходств и различий в оценке дескрипторов данных объектов. В модели евклидового расстояния объект «человек-художественный образ» имеет координаты $(-0,7; 1,3)$, а «человек-человек» - $(0,4; 1,0)$, располагаясь над осью X, а профессии типов «человек-природа», «человек-техника», «человек-знаковая система», располагаются под осью абсцисс, имея координаты $(0,9; 1,0)$, $(-0,1; -1,3)$ и $(-0,4; -1,5)$, а в кластерных деревьях данные объекты образуют два разных кластера. Подобное расположение объектов демонстрирует наличие у респондентов представлений о том, как отличаются между собой специалисты должностей, связанных с природой, техникой, знаковыми системами от специалистов творческих видов деятельности и работой связанной с частым общением с людьми. Анализ средних оценок по каждой из дихотомий, факторный анализ, а также дополнительные интервью с выборкой исследования позволяют сделать вывод о том, что данные различия обусловлены наличием представлений о том, что деятельность специалистов первой группы более регламентирована, понятна, стандартизирована. Профессии данных типов требуют у соискателя наличие конкретных профессиональных знаний, умений и навыков, без которых невозможна его рабочая деятельность, а также готовности осуществлять повторяющуюся деятельность по имеющимся алгоритмам. Профессиональная деятельность специалистов второй группы является более творческой, ситуативной, и, несмотря на наличие возможных норм и регламентов данной деятельности, может требовать от человека развитых надпрофессиональных компетенций: гибкости мышления, готовности изменить свою позицию, готовность работать в изменяющихся условиях.

Яркой иллюстрацией этого является сравнение трудовой деятельности специалистов данных профессий:

1. технический специалист (представитель типа «человек-техника») в организации не имеет возможности осуществлять деятельность по установке, ремонту и восстановлению работы мультимедийного оборудования не обладая

необходимыми для этого знаниями, умениями и навыками, а также заранее прописанных алгоритмов деятельности;

2. менеджер по продажам (представитель типа «человек-человек») не всегда успешно осуществляет свою деятельность даже при наличии скриптов, шаблонов и алгоритмов работы, а также их знания. Для успешной деятельности ему необходимо регулярно подстраиваться под условия потенциальных покупателей, искать варианты разрешения нестандартных рабочих ситуаций.

Нахождение объектов, олицетворяющих национальности соискателей, наиболее выраженных в Тюменской области, в обоих методах статистической обработки говорит о наличии сходств в описании татар, азербайджанцев, русских, армян и казахов, при наличии различий в описании украинцев и американцев от первой группы объектов.

Первая группа объектов располагается близко к центру модели евклидоваго расстояния, имея диапазон координат от -0,1 до 0,3 по оси X и от -0,1 до 0,3 по оси Y, а также образует кластеры при обоих методах кластеризации исследования.

Полученный результат говорит о наличии схожих этнокультурных стереотипов о представителях этносов, наиболее представленных на территории Тюменской области: татарам, азербайджанцам, русским, армянам, казахам. В результате факторного анализа было установлено, что представители данных этнических общностей обладают такими качествами, как трудолюбие, ответственность, а также вызывают у руководителей доверие. Исключением выступают представители украинского этноса, этнокультурные стереотипы о которых имеют отличия от остальных национальностей, но не являются ярко выраженными ввиду факторной нагрузки объекта равной 0,33.

Значительные различия в средних оценках, а также в нахождении объекта «американец» в графиках, полученных в результате статистической обработки, говорит о наличии явных различий в этнокультурных стереотипах об американцах, в отличие от соискателей, этносы которых наиболее представлены в Тюменской области.

Обработанные данные, анализ оценок в анкетах респондентов, а также результаты дополнительных интервью с выборкой свидетельствует о том, что образ представителя одной и той же национальности у руководителей организаций могут быть схожими ввиду:

- наличия или отсутствия опыта взаимодействия респондента с представителями этноса;
- наличия этнокультурных стереотипов, навязанных опрошенному референтными группами, друзьями, родителями;
- представления респондентом во время заполнения семантического дифференциала конкретного представителя данного этноса.

Например, оценки татарина, директором продуктового магазина описывали представителя данного этноса, как вызывающего недоверие, неготового изменить свою позицию, а также безответственного, а оценки директора кофейни наоборот описывали татарина, как ответственного, честного и гибкого человека.

Диаметрально противоположные представления о национальностях проявляются при анализе оценок таких национальностей, как азербайджанцы, русские, армяне и казахи.

Объекты «украинец» и «американец» объединяются в кластеры при обоих типах кластеризации, однако находятся на удаленном расстоянии друг от друга в модели евклидова расстояния — координаты украинца $(-0,5; 0,4)$, а координаты американца $(-0,4; 1,0)$. Объект «украинец» равноудален от первой группы объектов и от объекта «американец».

Причиной обособленности объекта «украинец» от первой группы, а также объединение с объектом «американец» в один кластер может являться актуальная политическая ситуация между Россией и Украиной, которая обострила отношения между жителями данных стран, а также наличие мнений о влиянии Соединенных Штатов Америки на Украину, и её внешнюю и внутреннюю политику.

Объяснить местоположение объекта «американец» в модели евклидова расстояния можно наличием схожих оценок в анкетах респондентов. Более 75% опрошенных отметили, что американец общительный, склонный к творческой работе, открытый, и в то же время ленищийся, обесценивающий работу человек.

Также стоит отметить, что объекты «американец», «украинец», «человек-человек» и «человек-художественный образ» образуют единый кластер при обоих способах кластеризации переменных.

Возможно, это связано с тем, что руководители имеют сравнительно небольшой опыт взаимодействия с соискателями, имеющими американское гражданство, однако нередко встречаются с американскими медиа продуктами: кино, музыкой, литературой. Присутствие в данном классе объекта «украинец» может быть также обусловлено политической ситуацией между Россией и Украиной.

Выводы по второй главе

Было проведено исследование для определения наличия связи между этнокультурными стереотипами руководителей и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий. В исследовании приняли участие 60 студентов руководителей коммерческих и некоммерческих организаций Тюменской области, в возрасте от 25 лет и старше.

Инструментом исследования являлся семантический дифференциал, объектами в котором выступили типы профессий по Е.А. Климову, а также национальности соискателей, наиболее представленные на территории Тюменской области.

Первичная обработка данных проводилась в Microsoft Office Excel 2013. Статистическая обработка данных методики проводилась с использованием процедур многомерного шкалирования и кластерного анализа — для выявления связей между этнокультурными стереотипами руководителя и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий. Анализ проводился в программных продуктах STATISTICA 10.0., SPSS Statistics 22.

В ходе проведенного исследования было выявлено, что первая и вторая эмпирические гипотезы, поставленные в начале исследования, частично подтвердились.

В результате сравнительной статистики был выявлен высокий разброс «средних» показателей по объектам «типы профессий» а также по объектам «татарин», «азербайджанец», «русский», «армянин», «казак» по каждой из представленных дихотомий. В 30% случаев наблюдались различия в средних показателях между представителями таких национальностей, как татарин, азербайджанец, русский, армянин, казах и американец, украинец.

Результаты кластерного анализа, использования процедуры многомерного шкалирования подтвердили выводы, сделанные в ходе сравнительной статистики, а также продемонстрировали, что респонденты

имеют схожие этнокультурные стереотипы о таких национальностях, как татары, азербайджанцы, русские, армяне, казахи, отличные от первой группы стереотипы об украинцах и американцах. Помимо этого было выявлено, что руководители также имеют схожие представления о профессиях, связанных с техникой, природой и знаковыми системами, а также схожие представления о творческих и связанных с общением должностях.

Помимо этого в ходе статистического анализа была выявлена связь между этнокультурными стереотипами руководителя об украинцах и американцах, и вероятностью трудоустройства соискателей этих этносов на должности типа «человек-художественный образ» и «человек-человек». Не было выявлено связи между объектами исследования «человек-техника», «человек-природа» и «человек-знаковая система», а также объектами-национальностей соискателей.

По результатам проведенного исследования можно сделать ряд выводов.

Руководители коммерческих и некоммерческих организаций Тюменской области не склонны руководствоваться только этническими стереотипами в процессе трудоустройства соискателей, проявляют готовность рассмотреть соискателя как личность, обладающую личными и профессиональными характеристиками. Доказательством этого служат статистические данные, демонстрирующие отсутствие связи между объектами-национальностями и объектами-типами профессий во время статистической обработки данных.

Руководители коммерческих и некоммерческих организаций обладают этническими стереотипами о представителях этнических общностей, менее представленных на территории Тюменской области, и стремятся оценивать соискателей данных национальностей, ориентируясь на свое стереотипное представление о его нации или этносе. Демонстрирует данный феномен нахождение объекта «американец» в едином кластере с объектами типов профессий «человек-человек», «человек-художественный образ».

Руководители имеют разные представления об украинском этносе. Наличие различий в представлениях демонстрирует разная позиция объекта

«украинец» в процессе кластерного и факторного анализов, а также процедуры многомерного шкалирования. Данный результат может быть объяснен напряженной политической ситуацией между Российской Федерацией и Украиной, а также наличием разных эмоциональных образов украинца ввиду нее.

Важной характеристикой трудовой деятельности для руководителей является наличие или отсутствие четкой алгоритмической деятельности в процессе труда. Подобный критерий оценки может помочь руководителю быстро понять, какая деятельность может быть человеку ближе: точная, понятная и регламентированная — связанная с техникой, природой и знаковыми системами, или креативная, имеющая частично оформленный алгоритм деятельности, но требующая гибкости — связанная с творчеством и постоянными коммуникациями с другими людьми.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная исследовательская работа была направлена на изучение связи между этнокультурными стереотипами руководителя и вероятностью трудоустройства соискателя на должности разных типов профессий.

Необходимость данной работы заключается в том, что в настоящее время рынок труда XXI века представлен рабочими различных национальных групп. Однако, несмотря на то это, сохранными остаются этнокультурные стереотипы, которые в ряде случаев затрудняют жизнь представителям тех или иных этносов, мешают им быть трудоустроены в организации.

В ходе работы был выполнен анализ теоретического материала по данному вопросу. Были проанализированы законы Российской Федерации, нормативно-правовые документы, отражающие специфику трудоустройства людей иных национальностей на территории Российской Федерации, научные труды отечественных и зарубежных психологов, отражающие их взгляды о этнокультурных стереотипах, психологии руководителя, представлениях о типах профессий и методов исследования данных феноменов, а также проанализированы средства массовой информации (статьи газет, интервью известных личностей и пр). Нами были проанализированы проведенные ранее исследования, описывающие влияние этнокультурных стереотипов на жизнь людей разных этносов, а также исследования влияния этнокультурных стереотипов на процесс принятия решения во время приема соискателя на работу.

Также было организовано и проведено исследование, направленное на связи между этнокультурными стереотипами и вероятностью трудоустройства соискателей на должности разных типов профессий.

Анализ результатов проведенного нами исследования показал, что существует связь между этнокультурными стереотипами об украинцах и американцах и вероятностью трудоустройства на должности профессий типа «человек-человек», «человек-художественный образ», что частично

подтвердило первую гипотезу. Помимо этого было выявлено отсутствие связи между этнокультурными стереотипами о татарах, азербайджанцах, русских, армянах и казахах, и вероятностью трудоустройства на должности всех типов профессий, что частично подтверждает вторую эмпирическую гипотезу.

Возможно, это связано с тем, что образ представителя одной и той же национальности у руководителей организаций могут быть схожими усредненными, а представления о специалистах разных типов профессий имеют в среде работодателей Тюменской области более четкий, оформленный вид.

Итогом работы стало лучшее понимание подходов к рассмотрению этнокультурных стереотипов, особенностей приема лиц разных национальностей на работу, особенностей проявления данных феноменов в жизни руководителей коммерческих и некоммерческих организаций Тюменской области. Данные знания помогут грамотнее организовывать процесс приема сотрудников разных национальностей на работу, а также помогут соискателям ознакомиться с актуальными стереотипами о представителях разных этносах и выраженностью данных стереотипов. Помимо этого данная работа может помочь оказывать психологическую помощь в индивидуальном порядке в рамках психологического консультирования, профориентации человека.

В перспективе изучения данного вопроса можно изучить этнокультурные стереотипы руководителей при демонстрации фотографий с изображением типичного представителя этноса, а после сопоставить полученные данные с ранее проведенным исследованием; провести лонгитюдное исследование, отражающее то, как меняются этнокультурные стереотипы руководителей на протяжении нескольких лет.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Алистанова З.Ф. Исследование этнокультурных стереотипов: подходы и методы / З.Ф. Алистанова // Теория и практика общественного развития. — 2018. — №4. — С. 28-41.
2. Андрейченко А.А. Этнокультурные стереотипы казахской и русской молодежи / А.А. Андрейченко, А.Д. Присяжная, Е.Г. Фонтанецкая // Вопросы науки и образования. — 2018. — №16 (28). — С.16-23.
3. Бадмахалгаев Л.Ц. Анализ внутренней трудовой миграции населения Российской Федерации / Л.Ц. Бадмахалгаев, Б.А. Мендяев, Ч.В. Петров, В.Б. Хулхачиева, С.В. Бараев // УЭкС. — 2017. — №5 (99) — С. 41-51.
4. Белая Е.Н. Теория и практика межкультурной коммуникации: учебное пособие / Е.Н. Белая. — Омск: Издательство Омского государственного университета, 2008. — 208 с.
5. Бодалёв А.А. Восприятие и понимание человека человеком / А.А. Бодалёв. — М.: МГУ, 1982. — С. 264.
6. Блохин И.Н. Журналистика в этнокультурном взаимодействии / И.Н. Блохин. — СПб., 2013. — С. 139.
7. Бытовая культура и этикет народов мира: межкультурная коммуникация. Учебное пособие для СПО / под ред. Ю.В. Таратухиной, С.Н. Безус. — М.: Издательство Юрайт, 2019. — 265 с.
8. Волков О.И. Экономика предприятия: курс лекций / О.И. Волков, В.К. Складенко. — М.: Инфра-М, 2006. — 280 с.
9. Гасанов И.Б. Национальные стереотипы и «образ врага» / И.Б. Гасанов. — Минск, 1998. — С. 9
10. Герасименко Т.И. Этноконтактные зоны в геокультурном пространстве России / Т.И. Герасименко // Гуманитарный вектор. — 2018. — №2.
11. Голенкова З.Т. Трудовая миграция в Россию в условиях глобализации / З.Т. Голенкова, Ч.Ч. Вон // Общество и право. 2006. №3 (13).

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/trudovaya-migratsiya-v-rossiyu-v-usloviyah-globalizatsii> (дата обращения: 27.01.2019).

12. Головлева Е.Л. Основы межкультурной коммуникации: учебное пособие / Е.Л. Головлева. — Ростов н/Д: Феникс. — 2008. — 224 с.

13. Григорьева М.В. Теоретический анализ проблемы реализации дискриминационных установок личности в поведении / М.В. Григорьева // Изв. Сарат. ун-та Нов. сер. Сер. Философия. Психология. Педагогика. — 2018. — №3.

14. Грушевицкая Т.Г. Основы межкультурной коммуникации / Т.Г. Грушевицкая, В.Д. Попков, А.П. Садохин — М.: Юнити Дана, 2002. — С. 222

15. Дашинамжилов О.Б. Этнодемографические процессы в Западной Сибири в постсоветский период (1989-2010 гг.) / О.Б. Дашинамжилов, В.В. Лыгденова // Вестн. Том. гос. ун-та. История. — 2016. — №6 (44).

16. Деркач А. А. Этнопсихология / А. А. Деркач, В. Г. Крысько, Э. Л. Саракуев. — М., 1992. — 381 с.

17. Емельяненко Н.Н. Стереотипы как инструмент связей с общественностью / Н.Н. Емельянченко, А.А. Иоффе // Актуальные проблемы авиации и космонавтики. — 2015. — №11.

18. Еликбаев Н.Е. Социализм и национальная психология / Н. Е. Еликбаев. — Алма-Ата, 1978. — 220 с.

19. Ильюшкин В.В. Автостереотипы как проявление национальных и этнокультурных стереотипов / В.В. Ильюшкин // Academy. — 2015. — №1 (1).

20. Ильюшкин В. В. Исследование социальных стереотипов в рамках теории каузальной атрибуции / В.В. Ильюшкин // Проблемы современной науки и образования. — 2015. — №. 6. — С. 218.

21. Ильюшкин В.В. Социально-психологические особенности национальных стереотипов //Наука, техника и образование. — 2015. — №. 4. — С. 196-197.

22. Ильюшкин В.В. Этнокультурные и социальные стереотипы / В.В. Ильюшкин // European science. — 2015. — №3 (4).

23. Исакова А.А. Особенности этнокультурного взаимодействия на территории Тюменской области /А.А. Исакова // Известия ДГПУ. Общественные и гуманитарные науки. — 2017. — №1.
24. Ключев А.В. Процессы и уровни социокультурной адаптации мигрантов в современном российском обществе / А.В. Ключев // Труды СПбГИК. — 2015. — №1.
25. Крысько В.Г. Этническая психология: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В.Г. Крысько. — М.: Издательский центр «Академия», 2002. — 320 с.
26. Кобылинская С.В., Современная миграционная политика России / С.В. Кобылинская, А.С. Усенко // Научный журнал КубГАУ - Scientific Journal of KubSAU. — 2014. №103.
27. Кон И.С. Психология предрассудка / И.С. Кон. — М.: Новый мир, 1996. — 354 с.
28. Коптяева Е.А. Этнокультурные стереотипы в современном российском городе (на примере Омска и Екатеринбурга) / Е.А. Коптяева // Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки». — 2016. — №4.
29. Краснова Л.А. Миграция населения в Тюменской области: причины и влияние на социально-демографический состав населения / Л.А. Краснова, А.П. Кед // Интернет-журнал Науковедение. — 2017. — №4 (41).
30. Кустова А.В. Социальная толерантность: российский и зарубежный опыт / А.В. Кустова, П.А. Меркулов, Н.З. Арабаджийски // Среднерусский вестник общественных наук. — 2018. — №1.
31. Ларина Н.В. Влияние социально-психологической компетенции руководителя на управление организацией / Н.В. Ларина // Вестник ИрГТУ. — 2014. — №3 (86).
32. Лебедева Н.М. Социальная психология этнокультурных миграций / Н. М. Лебедева. — М., 1993. — 387 с.
33. Леонтович О.А. Россия и США: введение в межкультурную коммуникацию / О.А. Леонтович. — Волгоград: Перемена, 2003. — С. 281.

34. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман // М.: Институт Фонда «Общественное мнение». — 2004. — 384 с.
35. Люев А.Х. Влияние внешней трудовой миграции на российский рынок труда / А.Х. Люев // Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук, Нальчик — 2015
36. Люев А. Х. Внешняя Трудовая миграция и конкуренция на российском рынке труда / А.Х. Люев // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 1: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. — 2015. — №1.
37. Мануковский М.В. Стереотипы сознания в межкультурной коммуникации: учеб. пособие по курсу «Теория межкультурной коммуникации» / М.В. Манковский. — Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2005. — 100 с.
38. Меренков А.В. Социология стереотипов / А.В. Меренков. — Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2001. — 290 с.
39. Миркина О.Н. Тенденции современной международной миграции рабочей силы / О.Н. Миркина // Экономический журнал. — 2018. — №3 (51).
40. Назарова Е.А. Коммуникативные аспекты социальной адаптации трудовых мигрантов и их интеграции в полиэтничное пространство регионов / Е.А. Назарова // Коммуникология. — 2018. — №4.
41. Паклина М.С. Роль этнокультурных стереотипов в подборе персонала в международных организациях: магистерская диссертация / М.С. Палкина. — М. — 2010.
42. Панькин П.В. Состояние рынка труда в условиях трудовой миграции / П.В. Панькин // Экономика и бизнес: теория и практика. — 2018. — №5-2.
43. Патоша О.И. Роль этнокультурных стереотипов в процессе подбора персонала / О.И. Патоша, Л.Л. Черкасова // Организационная психология. — 2011. — №2.

44. Платонов Ю.П. Этническая социальная психология / Ю. П. Платонов, Л. Г. Почебут. — СПб, 1993. — 435 с.
45. Поздеев И.Л. Роль этнокультурных стереотипов в процессе межэтнического взаимодействия (на примере удмуртского этноса) / И.Л. Поздеев, Т.Н. Русских // Манускрипт. — 2018. — №11-1 (97).
46. Почебут Л.Г. Социальная психология / Л.Г. Почебут, И.А. Мейжис. Издательский дом «Питер». — 2016. — С. 672
47. Резников Е.Н. Психология этнического общения. — Litres, 2018.
48. Резников Е.Н. Этническая психология / Е. Н. Резников // Современная психология / отв. ред. В. Н. Дружинин. — М., 1999. — С. 571—577.
49. Реутов Е.В. Влияние украинского кризиса на этнокультурные стереотипы россиян // Власть. — 2015. — №. 6.
50. Семендяева О.Ю. Стереотип как социальный и социально-психологический феномен / Ю.О. Семендяева. — М. 1986. — 195 с.
51. Сикевич З.В. Этнокультурные предубеждения как основа проявления интолерантности / З.В. Сикевич // Гуманитарий Юга России. — 2018. — №2.
52. Скворцов Н.Г. Трудовая миграция в современной России: этническое измерение социального неравенства / Н.Г. Скворцов // Гуманитарий Юга России. — 2015. — №4.
53. Смирнова С.В. Особенности адаптации трудовых мигрантов из стран Средней Азии / С.В. Смирнова // Вестник ЮУрГУ. Серия: Психология. — 2011. — №42 (259). С. 196-197.
54. Сорокина Н.В. Национальные стереотипы в межкультурной коммуникации / Н.В. Сорокина. — Москва.: РИОР: Инфра-М. — 2014. — 263 с.
55. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. — М., 1999. — 392 с.
56. Тавадов Г.Т. Этнология. Учебник для вузов / Г.Т. Тавадов. — М.: Проект, 2002. — С. 352

57. Тер-Минасова С.Г. Война и мир языков и культур: вопросы теории и практики: учеб. Пособие / С.Г. Тер-Минасова — М.: АСТ, 2007. — С. 40.
58. Тимашева Л.В. Этнокультурные стереотипы и установки как психологические детерминанты национально-этнокультурных конфликтов / Л.В. Тимашева, В.Г. Бажан // Вестник ВолГУ. Серия 11. Естественные науки. — 2016. — №3 (17).
59. Тюрюканова Е. Трудовая миграция в Россию (Электронный ресурс) / Е. Тюрюканова. — Режим доступа: <http://polit.ru/article/2008/01/21/demoscope315/>
60. Шахбанова М.М. Межэтническая напряженность и этнический конфликт: содержание, факторы формирования, типология / М.М. Шахбанова // Вестник Института истории, археологии и этнографии. — 2017. — №. 1 (49). С. 102-114.
61. Шестопалова О.Н. Типология социальных стереотипов / О. Н. Шестопалова // Известия Уральского государственного университета. Сер. 3, Общественные науки. — 2007. — N 51, вып. 3. — С. 106-110.
62. Шибутани Т. Социальная психология / Т. Шибутани // М: Прогресс, 1969. — 534 с.
63. Федоренко Е.Ю. Стили принятия управленческих решений руководителей с лидерскими способностями / Е.Ю. Федоренко, М.В. Федоренко // Вестник КГПУ им. В.П. Астафьева. — 2017. — №2 (40).
64. Хараш А.У. Руководитель, его личность и деятельность / А.У.Хараш. — М.:Знание, 1981. — 62 с.
65. Эргешбаев У.Ж. Современная трудовая миграция населения стран Центральной Азии в Россию / У.Ж. Эргешбаев // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Экономика. Информатика. — 2009. — №7 (62).
66. Babbitt L.G. The role of gender in racial meta-stereotypes and stereotypes / L.G. Babbitt // Social Cognition. — 2018. — №. 5. — С. 589-601.

67. Camacho T.C. Psychological Aspects of Ethnic/Racial Identity and Their Associations with Social Behavior / T.C. Camacho // *Social Issues in Living Color: Challenges and Solutions from the Perspective of Ethnic Minority Psychology* (3 volumes). — 2017. — C. 165.
68. Chilana V. Organizational Psychology / V. Chilana // *Journal of Psychosocial Research*. — 2016. — №. 1. — C. 225.
69. Garg N. Word embeddings quantify 100 years of gender and ethnic stereotypes / N. Gang // *Proceedings of the National Academy of Sciences*. — 2018. — №. 16.
70. Koveshnikov A. Stereotype-based managerial identity work in multinational corporations / A. Koveshnikov, E. Vaara, M. Ehrnrooth // *Organization Studies*. — 2016. — №. 9. — C. 1353-1379.
71. Kong D.T. Ethnic minorities' paranoia and self-preservative work behaviors in response to perceived ethnic discrimination, with collective self-esteem as a buffer / D. T. Kong // *Journal of occupational health psychology*. — 2016. — №. 3. — C. 334.
72. Leslie L.M. A status-based multilevel model of ethnic diversity and work unit performance / L.M. Leslie // *Journal of Management*. — 2017. — №. 2. — C. 426-454.
73. Verkuyten M. The social psychology of ethnic identity / M. Verkuyten // *Routledge*. — 2018. — №3. — C. 61-73.
74. Orupabo J. Cultural stereotypes and professional self-socialisation in the transition from education to work / J. Orupabo // *Journal of Education and Work*. — 2018. — C. 1-13.
75. Owen D. Projecting employment by ethnic group to 2022 / D. Owen // *Joseph Rowntree Foundation*. — 2015. — C. 201-216.
76. Rhee S. Ethnic differences in bullying victimization and psychological distress: a test of an ecological model / S. Rhee, S.Y. Lee, S.H. Jung // *Journal of adolescence*. — 2017. — C. 155-160.

77. Siebers H. What turns migrants into ethnic minorities at work? Factors erecting ethnic boundaries among Dutch police officers / H. Siebers // *Sociology*. — 2017. — №. 3. — C. 608-625.

78. Syed M. Ethnic identity, identity coherence, and psychological functioning: Testing basic assumptions of the developmental model / M. Syed, L.P. Juang // *Cultural diversity and ethnic minority psychology*. — 2014. — №. 2. — C. 176.

79. Taguiri R. Person perception / R. Taguiri. — *The Handbook of social psychology*, 1969. - C. 198.

80. Quasthoff U. The uses of stereotype in everyday arguments / U. Quasthoff // *Journal of Pragmatics*. — 1978. — C.1-48.

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Семантический дифференциал: представления руководителей о соискателях

Инструкция: Уважаемый респондент, мы предлагаем тебе принять участие в исследовании представлений работодателей о соискателях. Для того, чтобы принять участие в исследовании, тебе необходимо:

- 1) скачать файл с методикой на свой компьютер;
- 2) заполнить раздел ««персональные данные»» (строки с 6 по 8)
- 3) оценить 15, используя 40 пар утверждений-дихотомий по 7-балльной шкале от -3 до 3, в которой: -3 - я полностью согласен (согласна) с утверждением слева; 3 - я полностью согласен (согласна) с утверждением справа;
- 4) отправить заполненный документ мне на почту: karachev_i_v@mail.ru, либо в личные сообщения ВКонтакте: <https://vk.com/obscurecous>.

Персональные данные

Укажите Ваш пол	
Укажите Ваш возраст	
Укажите Вашу должность в организации	

		Человек-	Татарин*	Успешный сотрудник	Азербайджанец	Человек-	Русский*	Неуспешный сотрудник	Армянин*	Человек- знаковая	Казах*	Я	Человек- театрщик	Американец	Человек- художественн	Украинец*	
	-3; -2; -1																1; 2; 3
1.	Вызывает доверие																Вызывает недоверие
2.	Не готов изменить																Готов изменить

	свою позицию															свою позицию
3.	Разговорчивый															Молчаливый
4.	Безответственный															Добросовестный
5.	Упрямый															Уступчивый
6.	Принимающий верные решения															Принимающий неверные решения
7.	Альтруистичный															Эгоистичный
8.	Зависимый															Независимый
9.	Деятельный															Пассивный
10.	Игнорирует трудности других															Готов оказывать помощь
11.	Склонный к идеальному выполнению работы															Склонный к формальному выполнению работы
12.	Мотивирующий коллектив к работе															Вызывающий нежелание работать
13.	Приятный															Неприятный
14.	Расслабленный															Напряженный
15.	Решающий трудности															Не решающий трудности
16.	Враждебный															Дружелюбный
17.	Уверенный															Неуверенный
18.	Склонный к меняющейся деятельности															Склонный к стабильной работе
19.	Избегающий															Общительный

	общения																
20.	Склонный к быстрому темпу работы																Склонный к медленному темпу работы
21.	Честный																Неискренний
22.	Увлечен процессом деятельности																Не заинтересован в процессе деятельности
23.	Несамостоятельный																Самостоятельный
24.	Проявляющий интерес к работе																Безразличный к работе
25.	Собранный																Рассеянный
26.	Раздражительный																Способный к контролю за эмоциями
27.	Предпочитающий творческий подход																Предпочитающий работу по алгоритму
28.	Решительный																Нерешительный
29.	Вялый																Энергичный
30.	Справедливый																Несправедливый
31.	Склонный планировать деятельность																Склонный действовать по факту
32.	Готов к риску																Не готов рисковать
33.	Аккуратный																Неаккуратный
34.	Склонен наделять работу важностью																Склонен обесценивать работу

35.	Тревожный															Спокойный
36.	Закостеневший															Развивающийся
37.	Гуманитарий															Технократ
38.	Замкнутый															Открытый
39.	Любящий трудиться															Ленящийся
40.	Ориентирующийся на результат деятельности															Не думающий о результате деятельности

Комментарии к методике:

В качестве объектов в исследовании выступают национальности, наиболее представленные на территории Тюменской области, типы профессий по Е.А. Климову, а также словосочетания, описывающие представления об успешном/неуспешном сотруднике, о личности респондента.

*Типы профессий по Е.А. Климову:

- 1) Человек-человек: профессии, в которых основой является коммуникации с другими людьми (продавец-консультант, врач, учитель);
- 2) Человек-природа: профессии, основой в которых выступает взаимодействие с растительными и животными организмами, микроорганизмами и условиями их существования (зоотехник, агроном, биолог);
- 3) Человек-знаковая система: профессии, в которых основой работы является взаимодействие с условными знаками, символами, цифрами, формулами (программист, математик, языковед);
- 4) Человек-техника: профессии, в которых работники имеют дело с неживыми, техническими объектами труда (инженер, строитель, технолог);
- 5) Человек-художественный образ: профессии, основой в которых выступает творческое отражение действительности (актер, музыкант, художник).