

**Ссылка для цитирования этой статьи:**

Сокерина С.В. Стереотипность мышления персонала в высокотехнологичных компаниях // Human Progress, 2017, Том 3, № 12. URL: [http://progress-human.com/images/2017/tom3\\_12/Sokerina.pdf](http://progress-human.com/images/2017/tom3_12/Sokerina.pdf), свободный. – Загл. с экрана. - Яз. рус., англ.

УДК 658.3.07

## **СТЕРЕОТИПНОСТЬ МЫШЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛА В ВЫСОКОТЕХНОЛОГИЧНЫХ КОМПАНИЯХ**



**Сокерина Светлана Вячеславовна**

Аспирант

ФГБОУ ВО «Пермский национальный  
исследовательский политехнический университет»

svsokerina@mail.ru

Комсомольский проспект, 29,

г. Пермь, РФ, 614900

+7 (342) 247-52-77

**Аннотация.** Статья посвящена теоретическому осмыслению влияния стереотипов мышления персонала на эффективность функционирования высокотехнологичной компании и выявлению методических подходов не к «ломке» стереотипов, но к их планомерной эволюции. Подчеркивается важность изменения мышления сотрудников в изменении ситуации в экономике в целом. В первой части статьи раскрывается определение термина «стереотипность мышления», автор классифицирует имеющиеся в литературе определения на три группы на основе когнитивного, коммуникативного и ценностного подходов. Далее определены подходы к источникам формирования стереотипов, представлена классификация стереотипов мышления в профессиональной сфере, выявлены положительные и отрицательные последствия наличия стереотипности мышления персонала для функционирования различных компаний. В второй части статьи определены способы изменения стереотипного мышления в условиях высокотехнологичного производства: путем саморазвития и эволюционным. Далее представлены способы воздействия на стереотипы сотрудников, которые классифицированы автором на три группы: когнитивные, коммуникативные и ценностные. Сделан вывод, что изменение стереотипов мышления сотрудников является одним из факторов развития высокотехнологичных, инновационно-ориентированных компаний. Раскрыт вопрос необходимости планомерной работы со стереотипами мышления в высокотехнологичных компаниях.

**Ключевые слова:** высокотехнологичные компании; стереотипность мышления сотрудников; повышение эффективности компании; управление персоналом; изменения в компаниях; источники формирования стереотипов; воздействие на стереотипы.

**JEL коды:** M 11; M 12; O 15.

## Введение

Современный этап развития экономики ставит перед высокотехнологичными компаниями задачу активизации производственной деятельности, обновления производственных массивов, применения новых, более современных, технологий. Однако данная задача зачастую не может быть выполнена из-за внутренних барьеров в развитии компании, среди которых – стереотипность мышления персонала, как инженерно-технических работников, так и руководителей всех уровней. При этом, изучая данную тематику, мы пришли к выводу о недостаточности ее рассмотрения современными исследователями. На наш взгляд, именно изменение стереотипности мышления, является важным фактором развития инновационно-ориентированной, высокотехнологичной компании. При этом важно понимать, что стереотипы есть у всех людей, являясь неотъемлемым признаком человеческой психики [1], однако их наличие может сказываться на эффективности производственной деятельности, находя свое отражение и в сознании, и в работе сотрудников. В связи с чем, данная тема заслуживает пристального внимания.

## 1. Дефиниция понятия «стереотипность мышления»

Стереотипность как категория мышления имеет сложное сущностное содержание. Изучая работы исследователей, мы пришли к выводу, что к данному понятию и к источникам его формирования существует несколько подходов, среди которых: когнитивный, коммуникативный, ценностный (табл.1). Все они обладают кумулятивным характером и имеют особенность закрепления и усиления.

Уолтер Липпман отмечает, что люди принимают решения не на основе фактов, а на основе своих представлений о фактах, на основе своих стереотипов [2]. Н.И. Колодина отмечает, что стереотипизация мышления происходит на осознаваемом и чаще на неосознаваемом уровнях, базирующегося, в свою очередь, на когнитивной основе - как процесс формирования когнитивного механизма распознавания объекта «свой» и «чужой» [3], «знакомое» и «незнакомое» [1], «понятное – свое» и «непонятное – чужое» [4]. В основе этого процесса лежит на осознанном уровне защитная реакция (сотрудник отделяет себя от тех аспектов, которые вызывают у него антипатию, и приближается к тем аспектам, которые не выходят

**Табл. 1: Подходы к источникам формирования стереотипов<sup>1</sup>**

Подходы	Суть подхода	Авторы
Когнитивный подход	Стереотипность - специфика сознания, характеризующая устойчивую форму организации знаний, образец чего-либо, стандартный образ, зафиксированное знание, шаблоны мыслей. Стереотип сознания является не только нашим в той или иной мере искаженным знанием об окружающем мире, но и является объектом манипуляций, обучения, приобретения знания и навыков. Стереотип – это кирпичик знания, это понятие, образ, шаблон, запечатленный в сознании человека. Часть прошлого опыта, закрепившегося в мышлении.	Л.Г. Гусякова, И.И. Дубинина, А.С. Бабенко, В.И. Арнольд, В.А. Цеховой, В.Л. Семиков
Коммуникативный подход	На образование стереотипа влияет процесс межличностного взаимодействия, идентификации с группой индивидуального «Я».	В. Виолетт, К. Силверт, А.А. Тимербулатова
Ценностный подход, базирующийся на когнитивном и коммуникативном подходе	Схематический, упрощенный, стандартизированный образ явления или объекта, обычно эмоционально окрашенный, обладающий большой устойчивостью, представляющий собой составную часть ценностной ориентации. Выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием определенных условий и предшествующего опыта, воспроизводясь в определенных общностях или социальных группах.	А.У. Арсельгов

за рамки его стереотипов, привычны и могут вызывать симпатию). Использование стереотипов удобно – не надо мыслить, знакомы действия – знакомый результат, гарантия самоуважения и положения в обществе [10]. Стереотипу характерны стабильность и консервативность [1].

Стереотипность мышления является индикатором социального и трудового поведения сотрудника, базирующегося в свою очередь на его устойчивых паттернах мышления. Благодаря стереотипному мышлению сотрудник воспроизводит его в своем поведении и формах мышления.

Ведущими стереотипами в профессиональной сфере являются:

- профессиональные – относительно того, как и что делать (меня так учили, я раньше так делал, я не буду делать по-другому, других вариантов решения этой задачи нет и пр.);
- мотивационные – относительно того что буду делать – что не буду делать (это не моя задача, я не знаю, как это делать, меня этому не учили, мы никогда это не делали, мне не надо искать новый способ решения задачи и пр.);
- социальные – относительно того, с кем буду делать (сами придумали – пусть сами и делают, вам надо – вы и делайте и пр.);

<sup>1</sup> Составлено автором по [5, 6, 7, 8, 9]

– ценностные – относительно того зачем делаю (я не вижу в этом смысла, не нужно больше искать никаких других решений – уже много лет все пользуются одним решением, всегда делали так, а не иначе и пр.).

В.В. Кузнецов отмечает, что в основе формирования стереотипов чаще всего расположены: полярное мышление; чрезмерное обобщение; избирательное восприятие; безосновательные выводы; категоризация; необоснованные ожидания [11].

Стереотипность мышления имеет положительные и отрицательные последствия, которые дают нам понимание необходимости работы с ними (табл.2).

**Табл. 2: Положительные и отрицательные последствия стереотипности мышления<sup>2</sup>**

Положительные последствия	Отрицательные последствия
<ul style="list-style-type: none"><li>- позволяют быстро решать типовые задачи, быстро адаптироваться в стандартных ситуациях;</li><li>- имеет сильный энергетический посыл – позволяет четко аргументировать свою точку зрения, объяснять ситуацию, основываясь на конкретных умозаключениях и утверждениях, используемых социальной группой;</li><li>- мыслительный процесс упрощается, не вызывая дополнительных затрат ресурсов сотрудника посредством использования умозаключения (минимальное напряжение и минимальное сопротивление);</li><li>- обеспечивают более легкое управление через четко прописанные процедуры, алгоритмы действий (эффективно при авторитарном стиле управления или при четко описанном бизнес-процессе, когда требуется четкое исполнение установленных процедур).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- вырабатывает шаблонное, рамочное, закрепленное мышление;</li><li>- в нестандартной ситуации вызывает стопор и может привести к непоправимым последствиям,</li><li>- ограничивает профессиональное развитие и профессиональный рост специалиста;</li><li>- высока степень риска принять неверное решение на основании стереотипных установок;</li><li>- эмоционально окрашен (соотносится с личностными ценностями или ценностями социальной группы) – отодвигает рациональные аспекты;</li><li>- неэффективно в бизнесе, где необходимо решать нестандартные задачи, в котором высокая конкуренция, необходима быстрота и гибкость, и где для решения задач требуется креативный подход.</li></ul>

Согласно некоторым классификациям выделяются стереотипы поведения и стереотипы-представления. Стереотипы поведения хранятся в сознании в виде штампов и выступают в роли канона, они диктуют или определяют поведение. Стереотипы-представления хранятся в сознании в виде клише и функционируют как эталоны [12, с. 169]

## **2. Стереотипное мышление в условиях высокотехнологичного производства: шаги к развитию**

Однозначным является необходимость изменения стереотипов, снижающих эффективность функционирования компании в условиях ее инновационного развития.

<sup>2</sup> Составлено автором

Исследователи часто употребляют слова «преодоление» [6], «разрушение», «ломка» стереотипов. По нашему мнению, «революционный» подход к данному вопросу в условиях инновирования и производства «высоких» технологий не приведет к достижению необходимого результата. Изменение стереотипного мышления рационально проводить двумя способами:

– путем «саморазвития», если сотрудник имеет внутренние мотивы, готов к работе над собой, к изменению собственного мышления, если он обладает мотивами для пересмотра и трансформации собственного мышления, если он анализирует действительность и может выстроить, и доказать гипотезу;

– «эволюционным» путем, при поддержке руководителей компании и специалистов по развитию персонала (сотрудников HR-подразделения). В данном случае необходимо выстроить работу по изменению стереотипов таким путем, чтобы не было назидания и принуждения, а через побуждение действовать определенным образом. Такими внешними факторами могут быть: наличие единой цели у коллектива, наличие команды, наличие развивающей среды, наличие явных преимуществ действия по-новому, полученные посредством опыта, развитие креативности (Д. Симпсон в 1922 г. обозначил креативность как способ отказываться от стереотипов [13]). В.В. Миронов отмечает, что необходим «диалог культур», позволяющий провести смысловую адаптацию их друг у друга, за счет этого будет происходить разрушение старых ценностей и адаптация новых символов и знаков к традиционной системе ценностей [14]. При этом в рамках компании должна проводиться работа по формированию определенных стереотипов, важных для функционирования высокотехнологичной компании, через малое и медленное изменение стереотипных суждений.

Основываясь на обозначенных ранее подходах, определим основные способы воздействия на стереотипы сотрудников (табл.3).

Значительную роль в этом процессе играют руководители на всех уровнях управления, поскольку ситуации становятся более непредсказуемыми, турбулентными в современный период и действовать приходится часто в состоянии неопределенности, что влечет за собой принятие сложных управленческих решений, изменения характеристик персонала, необходимость приобретения гибких, адаптивных управленческих компетенций. Дональд Сулл, преподаватель управленческой практики Лондонской школы бизнеса и международный эксперт по управлению на нестабильных рынках, пришел к очень важному заключению: стереотипы руководителя рано или поздно становятся стереотипами организации [15, 16].

**Табл. 3: Способы воздействия на стереотипы сотрудников<sup>3</sup>**

Подходы	Способы воздействия
Когнитивный	Изменение стереотипов через процесс обучения и развития персонала. Так, для изменения стереотипного мышления могут быть полезны: достижение консенсуса – выработка решения по острой проблеме; компиляция – трансформация формата информации, полученной из разных источников: создание книги современных технологий, виртуальной выставки, «капсулы времени», «капсулы культуры»; творческие задания – ролевые игры и др.; метод катастроф или аналитическая задача – выдвижение гипотез, поиск и систематизация информации; оценка – обоснование определенной точки зрения; убеждение – склонение на свою сторону оппонентов или нейтрально настроенных лиц; научные исследования – изучение различных явлений, открытий, фактов на основе уникальных источников [17], решение нетривиальных задач, требующих оригинального решения, изменения сложившихся взглядов на решение задачи [6].
Коммуникативный	Изменение стереотипов через вовлечение в динамичный процесс и через вовлечение в развивающую среду, стимулирующую к инновационной высокотехнологичной деятельности.
Ценностный	Изменение стереотипов через соединение личных ценностей и ценностей компании, через пробуждение внутренних мотивов.

## Заключение

Часто руководители компании пытаются провести изменения в компании, при этом внедряя изменения только в производственный цикл и забывая о том, что основным ресурсом, включенным в этот процесс, является персонал компании.

В высокотехнологичных компаниях важно, чтобы персонал обладал гибким, нестандартным мышлением, умел принимать решения в нетипичных ситуациях, умел видеть «дальше - глубже – шире», «по-иному», «с другой стороны», «из вне», мог генерировать большее число идей, усовершенствовать объект, решать нестандартные задачи. Вопрос «а как можно было сделать по-другому – эффективнее, с наименьшими затратами, оптимальнее, совершеннее» – ключевой вопрос в высокотехнологичной компании. Задача любой инновационно-ориентированной компании сделать так, чтобы процесс инновирования, отхода от стереотипных умозаключений, стал привычным процессом, при том, что первые шаги этого процесса крайне неудобны и дискомфортны, встречают сопротивление персонала.

В качестве обобщения можно привести слова Ф. Исмагиловой, что бизнес и общество расплачиваются за приверженность стереотипам большими потерями, и чем быстрее изменяется реальность, тем выше цена [15].

<sup>3</sup> Составлено автором

## Литература

1. Питерова А. Ю., Тетерина Е.А. Социальные стереотипы: особенности формирования и изучения // Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». - 2016. - Т. 4. - № 1 (13). Режим доступа: <http://esj.pnzgu.ru> Дата обращения: 13.12.2017
2. Липпман, У. Общественное мнение / Уолтер Липпман; пер. с англ. Т.В. Барчуновой, редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко; Институт Фонда «Общественное мнение». – М. : [б.и.], 2004. – 384 с.
3. Колодина Н.И. Стереотипизация мышления как формирование когнитивного механизма распознавания объекта «свой» и «чужой» (психолингвистический аспект) // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. – 2014. - № 5. – С. 245 – 254.
4. Серова И.Г. Стереотип как результат конфликта культур // Апробация. - 2016. - № 5 (44). - С. 103-104.
5. Арсельгов А. У. Структурно-функциональные особенности изучения понятий «стереотип» и «традиция» // Вестник Майкопского государственного технологического университета. - 2010. - № 2. - С. 78-82.
6. Бабенко А. С. Преодоление стереотипов мышления с помощью изучения непрерывных динамических систем // Вестник Костромского государственного университета. - 2011. - Т. 17. - № 2. - С. 238-240.
7. Цеховой В.А. Психология принятия решений в жизни, бизнесе и спорте // Научно-теоретический журнал «Ученые записки». – 2013. - № 12(106). – С.179.
8. Семиков В.Л. Стереотипное мышление руководителя // Технологии техносферной безопасности. – 2014. - № 5 (57). – С. 27.
9. Тимербулатова А. А. Философский взгляд на проблему стереотипного мышления // Теория и практика общественного развития. – 2015. - № 22. – С. 206-208.
10. Стереотипы. Часть 1. Режим доступа: <http://becmology.ru/blog/warrior/stereotype01.htm> (дата обращения: 14.12.2017).
11. Кузнецов В. В. Стереотипы мышления и методы избавления от них. Режим доступа: [http://www.elitarium.ru/stereotipy\\_myshlenija](http://www.elitarium.ru/stereotipy_myshlenija) (дата обращения: 13.12.2017)
12. Красных В.В. Этнопсихолингвистика и лингвокультурология – М. : ИТДГК «Гнозис», 2002. – 284 с.
13. Куриленко И. В. Диагностика креативности в современном образовании // Теория и практика общественного развития. - 2014. - № 15. - С. 67-69.
14. Миронов В.В, Информационное пространство: вызов культуре // Информационное общество. - 2005. - № 1. - С. 31-35.

15. Исмагилова Ф. Стереотипы мышления менеджера. Harvard Business Review Russia. Режим доступа: <http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=010072> (дата обращения: 13.12.2017).
16. Сулл Д., Эйзенхардт К. Простые правила сложного бизнеса. Harvard Business Review Russia. Режим доступа: <http://hbr-russia.ru/management/strategiya/a11372/> (дата обращения: 13.12.2017).
17. Ковалев В. Н. Веб-квест как инновационная информационно-коммуникационная технология высшей школы // В сб: Высшее образование для XXI века XII Международная научная конференция. «Современные тенденции медиаобразования». - 2015. - С. 63-67.

## STEREOTYPED STAFF THINKING IN HIGH-TECH COMPANIES

Svetlana Sokerina

Graduate student of Perm National Research Polytechnical University

Perm, Russia

**Abstract:** The article is devoted to the theoretical interpretation of the personnel's thinking stereotypes influence on the efficiency of the high-tech company functioning and the identification of methodological campaigns not to "break" stereotypes, but to their planned evolution. The importance is underlined of changing the employees' thinking in the changing economy as a whole. The first part of the article reveals the "stereotyping of thinking" definition, the author classifies the available definitions into three groups on the basis of cognitive, communicative and value approaches. Further, approaches to sources of stereotypes are defined, classification of thinking stereotypes in the professional sphere is presented, positive and negative consequences of personnel thinking stereotyping are revealed for the various companies' functioning. The ways of changing stereotyped thinking in the high-tech production are determined in the second part of the article: by self-development and evolutionary. The methods of influencing the employees' stereotypes are presented later, which are classified by the author into three groups: cognitive, communicative and value. It is concluded that changing stereotypes of employees' thinking is one of the factors in the development of high-tech, innovative-oriented companies. The issue of the need for systematic work with stereotypes of thinking in high-tech companies is disclosed.

**Keywords:** high-tech companies; stereotypical employees' thinking; increasing the company efficiency; personnel management; changes in companies; sources of stereotyping; influence on stereotypes.

**JEL Code:** M 11; M 12; O 15.

**References:**

1. Piterova, A.Yu.; Teterina, E.A. Social stereotypes: features of formation and study // Electronic scientific journal "Science. Society. State. " - 2016. - Т. 4. - No. 1 (13). URL: <http://esj.pnzgu.ru>
2. Lippman, W. Public opinion. - M.: [b.i.], 2004. - 384 p.
3. Kolodina, N.I. Stereotyping of thinking as the formation of a cognitive mechanism for recognizing the object "own" and "alien" (psycholinguistic aspect) // Bulletin of the Chelyabinsk State Pedagogical University. - 2014. - No. 5. - P. 245 - 254.
4. Serova, I.G. Stereotype as a result of the conflict of cultures // Approbation. - 2016. - No. 5 (44). - P. 103-104.
5. Arselgov, A.U. Structural and functional features of studying the concepts "stereo-type" and "tradition" // Bulletin of Maikop State Technological University. - 2010. - No. 2. - P. 78-82.
6. Babenko, A.S. Overcoming stereotypes of thinking with the help of studying continuous dynamic systems // Vestnik Kostroma State University. - 2011. - Т. 17. - No. 2. - P. 238-240.
7. Tsekhovoy, V.A. Psychology of decision-making in life, business and sports // Scientific-theoretical journal "Uchenye zapiski". - 2013. - No. 12 (106). - P.179.
8. Semikov, V.L. Stereotypical thinking of the head // Technologies of technospheric security. - 2014. - No. 5 (57). - P. 27.
9. Timerbulatova, A.A. Philosophical view on the problem of stereotypical thinking // Theory and practice of social development. - 2015. - No. 22. - P. 206-208.
10. Stereotypes. Part 1. URL: <http://becmology.ru/blog/warrior/stereotype01.htm>.
11. Kuznetsov, V.B. Stereotypes of thinking and methods of getting rid of them. Access mode: [http://www.elitarium.ru/stereotipy\\_myshlenija](http://www.elitarium.ru/stereotipy_myshlenija)
12. Krasnykh, V.V. Ethnopsycholinguistics and linguoculturology - M.: ITDGK "Gnosis", 2002. - 284 p.
13. Kurilenko, I.V. Diagnostics of Creativity in Modern Education // Theory and Practice of Social Development. - 2014. - No. 15. - P. 67-69.
14. Mironov, V.V. Information Space: A Challenge to Culture // Information Society. - 2005. - No. 1. - P. 31-35.
15. Ismagilova, F. Stereotypes of manager's thinking. Harvard Business Review Russia. URL: <http://www.ippnou.ru/article.php?idarticle=010072>.
16. Sull, D.; Eisenhardt, K. Simple rules of complex business. Harvard Business Review Russia URL: <http://hbr-russia.ru/management/strategiya/a11372/>

17. Kovalev, V.N. Web Quest as an Innovative Information and Communication Technology of Higher Education. In: Higher Education for the 21st Century. XII International Scientific Conference. "Modern trends in media education". - 2015. - P. 63-67.

### **Contact**

Svetlana Sokerina

Perm National Research Polytechnical University

29, Komsomolsky prosp., 614900, Perm, Russia

svsokerina@mail.ru