

СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**СВІТОГЛЯД –
ФІЛОСОФІЯ –
РЕЛІГІЯ**

Збірник наукових праць

Заснований у 2011 р.

Випуск 12

За заг. редакцією д-ра філос. наук, проф. І. П. Мозгового



СУМИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
2017

УДК [140.8:21/29](082)

ББК 87:86-4я43

С24

Засновник: Сумський державний університет.

Реєстраційне свідоцтво КВ № 22560–12460ПР від 01.03.2017 (код за ЄДРПОУ 05408289).

Затверджено наказом МОН України від 21.11.2013 № 1609 як фахове видання.

Рекомендовано до друку вченою радою Сумського державного університету, протокол № 4 від 14 грудня 2017.

Редакційна колегія:

- І. П. Мозговий** – д-р філос. наук, проф. (головний редактор) (Україна);
А. О. Васюріна – канд. філос. наук, доц. (відповідальний секретар) (Україна);
З. Н. Ісмагамбетова – д-р філос. наук, проф. (Казахстан);
Р. Колодзей – д-р мистецтвознавства, проф. (Польща);
С. Констанчак – д-р хабілітат, проф. (Польща);
Т. Г. Румянцева – д-р філос. наук, проф. (Білорусь);
О. П. Бойко – д-р філос. наук, проф. (Україна);
А. М. Колодний – д-р філос. наук, проф. (Україна);
Є. О. Лебідь – д-р філос. наук, доц. (Україна);
О. Н. Саган – д-р філос. наук, проф. (Україна);
Л. В. Теліженко – д-р філос. наук, доц. (Україна);
Л. О. Филипович – д-р філос. наук, проф. (Україна);
В. О. Цикін – д-р філос. наук, проф. (Україна);
О. Ю. Щербина-Яковлева – д-р філос. наук, проф. (Україна);
П. Л. Яроцький – д-р філос. наук, проф. (Україна);
С. І. Побожій – канд. мистецтвознавства, доц. (Україна).

До збірника увійшли праці науковців, присвячені актуальним проблемам у галузі філософії, релігієзнавства, культурології та питанням, пов'язаним із процесом формування цілісного світогляду сучасної людини.

Розрахований на науковців, викладачів філософських дисциплін, аспірантів, студентів, які цікавляться проблемами розвитку гуманітарного знання.

УДК [140.8:21/29](082)

ББК 87:86-4я43

Адреса редакції: Сумський державний університет, 40000, м. Суми, вул. Римського-Корсакова, 2, тел.: (0542) 33–00–24, e-mail: philosophy@ifsk.sumdu.edu.ua; mozg_akadem@ukr.net

Олександр КОРНІЄНКО
СОЦІАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ
ЯК ФЕНОМЕН СУЧАСНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті аналізуються сутнісні характеристики, особливості формування і функціонування соціальних стереотипів як спрощених, схематизованих алгоритмів людського мислення і поведінки. Представлені різні точки зору дослідників щодо природи та змісту стереотипів. Розглянуто структуру соціального стереотипу, що включає когнітивний і ціннісний рівні, а також проблему упередженості стереотипних суджень та оцінок. Автором проаналізовано основні властивості соціальних стереотипів, такі як неточність, узгодженість, емоційно-оцінювальний характер, стійкість. Виявлено місце та роль соціальних стереотипів у сучасному суспільстві, а також шляхи боротьби з негативними стереотипами.

***Ключевые слова:** соціальний стереотип, стереотипізація, ідентифікація, індивід, соціальна спільнота, спілкування, установка.*

Постановка проблеми. Протягом свого життя і діяльності люди досить часто приймають рішення, здійснюють вчинки і інші дії, спираючись на вже сформовані у суспільстві певні моделі мислення і поведінки. Такі спрощені, схематизовані алгоритми дій, які називаються соціальними стереотипами, допомагають їм орієнтуватися у виборі “правильних, схвалюваних рішень”, економлячи при цьому час і енергію. Переважна більшість досліджень присвячено етнічним стереотипам, тобто спрощеним образам етнічних спільнот (етносів). Але різноманітність і мобільність соціальних спільнот, до яких належить і з якими стикається сучасна людина, ставлять перед нею завдання пошуку меж між “своїми” і численними “чужими”. Тому термін “стереотип” був поширений на аналіз сприйняття людьми представників власної та іншої політичної, релігійної, культурної і т.п. орієнтації, своєї або іншої професії, свого або іншого віку, покоління, статі, економічного становища і т.д. Термін “стереотип” вперше започаткований в науці американським соціологом Уолтером Ліппманом у 1922 році у праці “Суспільна думка” при вивченні проблем расизму в Америці. За Ліппманом, стереотипи це впорядковані, детерміновані культурою “картинки світу” в голові людини, які, по-перше, економлять її зусилля при сприйнятті складних соціальних об’єктів і, по-друге, захищають її цінності, позиції і права.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стереотипізація як один із найважливіших механізмів соціалізації широко аналізувалася в дослідженнях О. Бодальова, Е. Еріксона, І.Кона, Дж. Міда, Г. Тарда, Г. Теджфела, А. Петровського, В. Петровського, Б. Паригіна. У контексті соціального сприйняття її розглядали Г. Андреева, Г. Келлі, М. Корнев, Г. Оллпорт, Г. Старовойтова, Д. Тібо, Г. Фоманс та ін.

Мета статті дослідити місце і роль соціальних стереотипів в житті окремої людини і суспільства в цілому.

Виклад основного матеріалу. Думки дослідників щодо природи і суті стереотипів не є однозначними. Одні вважають, що стереотипи суспільної сві-

домості створюються спеціально і діють на основі якогось певного соціального запиту, який повністю залежить від процесу соціалізації і не передбачає наявності чуттєвих аспектів сприйняття. Інші вчені, навпаки, відводять велику роль чуттєвому досвіду у формуванні стереотипу. Треті, погоджуючись із думкою про стихійність виникнення стереотипного мислення, акцентують увагу на свідомій підтримці і підживленні стереотипів за допомогою апріорних суджень, спеціально впроваджуваних у масову свідомість. Такі судження з часом проникають в усі сфери життя і в підсумку набувають чинності морального правила або навіть закону [8].

До подібного тлумачення стереотипу, зокрема, схилився російський соціолог І. С. Кон, на думку якого стереотип – це “упереджена, тобто не заснована на свіжій, безпосередній оцінці кожного явища, а виведена зі стандартизованих суджень і очікувань думка про властивості людей і явищ” [5, с. 189]. Дійсно, в ході взаємодії з іншими людьми людина використовує стереотипи як “уявлення і парадигми, які сформувалися як результат узагальнення раніше накопиченого досвіду” [3, с. 407]. У такому контексті стереотипи дозволяють людині у типових ситуаціях діяти “як прийнято”. Можна погодитися з тим, що у повсякденному житті будь-яка, навіть дуже творча і розсудлива людина, не в змозі повсякчас реагувати на всі виклики, які їй зустрічаються. Крім того, найчастіше люди схильні до стереотипного мислення і сприйняття при відсутності достатньої кількості часу, сильній зайнятості, емоційному збудженні, втомі, а також в юному віці, коли досвід оцінки своїх співрозмовників і оточуючих людей ще невеликий [7, с. 311]. Стереотипи, які накопичують колективний досвід і передаються людині в процесі життя, допомагають їй орієнтуватися і приймати рішення у різних, іноді досить складних, але типових ситуаціях. Вони виступають засобом організації людського досвіду і одночасно “кліткою”, що не випускає людей за рамки їх звичного способу життєдіяльності [9, с. 316]. А так як людина пізнає навколишню дійсність і нові сфери діяльності за допомогою наявного напрацьованого досвіду, то вирватися з цієї “клітки” вона не може або не хоче.

У процесі дослідження соціальних стереотипів доцільно враховувати як психологічну, так і соціальну сторони, причому ці аспекти дослідження повинні бути взаємодоповнюючими. Стереотип являє собою складний, комплексний психологічний і соціальний спосіб отримання і подальшої переробки інформації, який регулює багато процесів людської діяльності. Тому помилковим є твердження про те, що його виникнення має під собою тільки психологічну основу, де не завжди відображаються реалії суспільного життя.

Механізм стереотипізації (утворення стереотипу) не є вродженим і не буває результатом індивідуального досвіду. З того часу, як дитина починає усвідомлювати себе членом певної групи, вона у процесі соціалізації і інкультуризації приймає вже існуючі соціальні стереотипи мислення і поведінки даної групи. Тому можна з певною часткою впевненості говорити про те, що соціальні стереотипи, прищеплюються людині в процесі соціалізації, а потім стають особистісними. Отже, персональні стереотипи є “підвидом” соціальних, вони проявляються в самих різних ситуаціях, в яких індивід має свободу рі-

шення або дії по відношенню до того чи іншого явища. З іншого боку, це не означає, що людина не може мати своїх власних сформованих стереотипів. Але і тут є один момент: самостійно вироблені людиною стереотипи формуються в ході її спільної діяльності з іншими людьми, тому вони також носять суспільний характер.

Більш глибоке пізнання сутності соціального стереотипу викликає труднощі без з'ясування його ролі в суспільстві і способах “модельовання” (конструювання) реальності з його допомогою. Будь-який суб'єкт відчуває потребу в психологічній стійкості, яка забезпечується за рахунок самоідентифікації, тобто формування власного образу і самооцінки. Для цього індивіду необхідно визначити себе в термінах подібності та відмінності від іншої людини. Таким чином, суспільство, соціальна група або окремих індивід усвідомлюють свою тотожність тільки через виявлення своїх відмінностей і їх закріплення в зразках поведінки по відношенню до інших, чужих. Ці відмінності служать межею, де закінчуються “я” або “ми” і починається чужий зовнішній світ – “вони”.

Стереотипи – це характеристики, які описують членів соціальних груп, приписуються їм або асоціюються з ними. У повсякденній свідомості і в засобах масової інформації про етнічні стереотипи дуже поширена думка як про виключно негативний феномен. Багато в чому це пов'язано з тим, що у світовій науці найчастіше вивчалися негативні стереотипи пов'язані з етнічною, расовою дискримінацією, що сприяло ототожненню стереотипів з забобонами, а процесу стереотипізації – з “аморальною формою пізнання”.

Однак, на нашу думку, необхідно проводити чітке розрізнення між стереотипами як соціальним явищем і стереотипізацією як психологічним процесом. У соціальній психології останніх десятиліть стереотипізація розглядається як раціональна форма пізнання і окремих випадок більш універсального процесу категоризації, створюючи соціальні категорії, люди звертали увагу на характеристики, завдяки яким індивіди, які належать до тієї чи іншої групи, сприймалися схожими один на одного і відрізняються від інших людей. У повсякденному житті людина, як правило, не має змоги піддавати критичному аналізу традиції, норми, ціннісні орієнтації і правила суспільної поведінки. Вона не завжди має в своєму розпорядженні також достатньою інформації про події, стосовно яких їй доводиться висловлювати власну думку і оцінку. Тому в повсякденній дійсності люди часто діють шаблонно, у відповідності зі сформованим стереотипом. Явище стереотипізації – характерна особливість переробки особистістю зовнішнього впливу. Воно тісно пов'язане з прагненням людини розсортувати отриману нею інформацію у свідомості. Тому в повсякденному житті поняття стереотип часто вживається як синонім слів шаблон або стандарт. Стереотипи сприяють закріпленню традицій і звичок. У цьому плані вони виступають як засіб захисту психічного світу особистості і як засіб її самоствердження.

Об'єктивно необхідною і корисною психологічної функцією стереотипізації з часів Ліппмана вважалося спрощення і систематизація численної і складної інформації, яку одержує людина з навколишнього середовища. Так, прихильники теорії “заощадження ресурсів” головну функцію стереотипізації бачать у за-

безпеченні індивідів максимумом інформації при мінімальному інтелектуальному зусиллі. Іншими словами, стереотипи у процесі соціального сприйняття позбавляють індивідів від необхідності реагувати на складний соціальний світ, але є нижчою формою уявлень про соціальну реальність, які використовуються тільки тоді, коли недосяжні вищі, більш точні і індивідуалізовані уявлення.

Однак сприйняття людини як члена групи зовсім не означає спотворення її “справжньої” індивідуальності, а самі стереотипи являють собою більш корисні способи сприйняття, ніж думали раніше. Наш світ складний для сприйняття не тільки через кількісну перенасиченість інформацією, але і в результаті її якісної невизначеності. Стереотипізацію слід розглядати як засіб осягнення соціального значення інформації. Тобто стереотипізація існує головним чином не для того, щоб економити пізнавальні ресурси індивіда, а скоріше для того, щоб відобразити соціальну реальність.

Зміст стереотипів визначається чинниками соціального, а не психологічного порядку. І саме ворожі, повні забобонів стереотипи є явищем суто негативним, а не механізм стереотипізації сам по собі.

Видатний британський психолог Г. Теджфел особливо підкреслював, що стереотипи здатні захистити не тільки цінності індивіда, але і соціальну ідентичність. Виходячи з цього, в якості основних соціально-психологічних функцій стереотипізації слід розглядати міжгрупову диференціацію, або оцінювальне порівняння, найчастіше на користь своєї групи, і здійснюване з її допомогою підтримання позитивної соціальної ідентичності. Іншими словами, призначення стереотипів – налагодити відносини групи не з будь-ким, а з собою, створивши образ, що дозволяє їй ідентифікувати себе у вирі історії. З цієї точки зору, “над завдання” соціальних стереотипів – забезпечити нехай символічну, але цілісність соціальної спільноти.

Втім, зустрічаються і прояви переваги чужих груп. Низькостатусні групи, наприклад етнічні меншини, можуть погоджуватися з відносно нижчим їх становищем у суспільстві. У цих випадках вони схильні розвивати негативні авто-стереотипи (стереотипи своєї групи) і позитивні гетеростереотипи (стереотипи чужої групи).

Теджфел виділяє дві функції стереотипу на індивідуальному і дві – на груповому рівні. До індивідуального рівня відносяться: 1) когнітивна (схематизація, спрощення) і 2) ціннісно-захисна (створення і збереження позитивного “Я-образу”). До соціального – 3) ідеологізуюча (формування і збереження групової ідеології, яка пояснює і виправдовує поведінку групи) і 4) ідентифікуюча (створення і збереження позитивного групового “Ми-образу”) [14].

З іншого боку, стереотипи часто виконують негативну роль, коли використовуються індивідом в процесі міжособистісного сприйняття при недоліку інформації про конкретного партнера по спілкуванню. До складнощів при налагодженні взаєморозуміння між людьми можуть привести не тільки негативні, а й цілком позитивні стереотипи. Якщо американці чекатимуть, що українці дисципліновані і працелюбні, то українські партнери можуть не виправдати їхніх сподівань. А наші співвітчизники, які очікують від американців товарисько-

сті і сердечності, бувають розчаровані, усвідомлюючи, що спілкування в США часто визначається діловою цінністю людини.

Забобони можуть розглядатися як реалізовані в поведінці стереотипи. Підкреслимо, що зазвичай людина використовує стереотип як щось неподільне, отримане нею у готовому вигляді і застосовує його, не співвідносячи з особистим досвідом і сучасними об'єктивними даними. У цьому сенсі забобона – ап'оріорне судження, почуття або оцінка, що передує власному досвіду. Супроводжуючись негативними емоціями по відношенню до “чужого”, стереотипи часто стають перепонами в міжособистісному спілкуванні, порушуючи міжкультурну комунікацію. Тут грає роль і вибірковість сприйняття – людям властиво уникати відомостей, які вносять дисонанс в систему їх установок і стереотипів. У той же час вони активно шукають відомості, що підтримують їх позиції, і будь-яку неоднозначну інформацію тлумачать на користь своїх установлених, часом помилкових, поглядів.

Для сучасного наукового підходу до проблеми істинності стереотипу характерно зміщення акценту з його когнітивного змісту на афективний, у центр уваги ставиться питання про причини стійкості і поляризованості стереотипу. Згідно з концепцією У. Вайнекі, особливість стереотипу полягає в тому, що він співвідноситься головним чином не з відповідним об'єктом, а із знаннями інших людей про нього. При цьому неважливо, істинне дане знання або помилкове, оскільки головне в стереотипі – не сама істинність, а переконаність в ній, причому відмінною стороною такої переконаності є її стійкість і надійність. Дійсно, практика показує, що навіть в разі доведення невідповідності стереотипу дійсності, він часто продовжує функціонувати, причому з не меншою силою і виразністю. Існують різні спроби пояснити цю особливість стереотипів. З чисто психологічної точки зору можна вивести схильність до стереотипного мислення із когнітивного стилю індивіда. Але разом з тим очевидно, що одна і та ж людина може демонструвати по відношенню до різних об'єктів різний когнітивний стиль; навряд чи можна погодитися з тим, що людина, догматично міркуючи в одному випадку, у всіх інших також виявиться догматиком. У зв'язку з цим важливим є пояснення, запропоноване ще Ліппманом: “Системи стереотипів можуть бути ядром наших особистих традицій, захистом нашого становища у суспільстві... Це гарантія нашої самоповаги. Це проекція на світ нашого власного почуття, наших власних цінностей, нашої власної позиції і наших власних прав. Тому стереотипи надзвичайно заряджені тими почуттями, з якими вони пов'язані” [6, с. 117]. Сильною стороною міркування Ліппмана є пояснення специфіки дії стереотипу не вродженою властивостями психології мислення і сприйняття, а функцією захисту соціальних цінностей. Цією ж захисною функцією пояснюється і ще одна відмінна риса стереотипу – його емоційна насиченість. Чим твердіше оцінка, тим, як правило, більшу емоцію викликає будь-яка спроба піддати її сумніву, і, навпаки, чим інтенсивніше емоція, тим категоричніше думка, яка її виражає.

Серед найбільш істотних властивостей етнічних стереотипів виділяють їх емоційно-оцінювальний характер. Оціночна забарвленість, як одна із значущих властивостей соціальних стереотипів, проявляється головним чином в їх наоч-

ності, у реальних діях і вчинках людей. Наприклад, стереотип негативного ставлення до будь-яких індивідів або груп призводить до напруження між ними з усіма витікаючими наслідками – від образ до фізичного насильства. Таким чином, соціальні стереотипи не є нейтральними з точки зору аксіологічного підходу. Стереотипізація будь-якого явища завжди передбачає його оцінку, яка, в свою чергу, залежить від ряду факторів: особистості, яка оцінює і ракурсу оцінки, оскільки оцінка “призначена для того, щоб упорядкувати, полегшувати і регулювати людську діяльність” [1, с. 5]. Оцінка будь-якого соціального явища носить необ’єктивний характер, так як часто залежить від стереотипів тих, хто оцінює. При одиничній оцінці неминуче залишається поза увагою багато об’єктивних ознак оцінюваного суб’єкта, а отримане стереотипне судження наповнюється хибними уявленнями. Емоційні аспекти стереотипів розуміються як ряд переваг, оцінок і настроїв. Емоційно забарвленими є і самі характеристики, які сприймаються. Навіть опис рис вже несе в собі оцінку, явно чи приховано вона присутня в стереотипах, необхідно тільки враховувати систему цінностей групи, в якій вони поширені.

Іншою важливою властивістю етнічних стереотипів вважається їх стійкість, що не раз підтверджувалася в емпіричних дослідженнях. Але стійкість стереотипів все-таки відносна: при зміні відносин між групами або при надходженні нової інформації їх зміст і навіть спрямованість можуть змінюватися.

Ще одна властивість соціальних стереотипів – узгодженість, або консенсус. Саме узгодженість вважав найважливішою характеристикою стереотипів Г. Теджфел. На його думку, соціальними стереотипами можна вважати лише уявлення, які поділяються досить великою кількістю індивідів у межах соціальних спільнот.

В останні десятиліття ряд авторів, вважаючи узгодженість стереотипів химерою і грою уяви дослідників, відмовилися вважати консенсус обов’язковою і необхідною характеристикою стереотипів. Стверджується, що критерій консенсусу стереотипів є зайвим, так як стереотипи розміщені у голові індивідів, вони повинні вивчатися як індивідуальні переконання.

Втім, переважає протилежна точка зору, прихильники якої, визнаючи існування індивідуальних переконань про соціальні групи, підкреслюють, що стереотипи і особисті переконання, хоча і можуть частково збігатися, є різними структурами, кожна з яких представляє собою частину знань індивіда про свою або чужу групу. Більш того, якби стереотипи були б не узгодженими, було б дуже мало сенсу в їх дослідженні. Небезпека стереотипів, а значить, і основна причина їх дослідження, полягає в можливості подібних реакцій у відповідь на подібні стереотипи; якби кожен індивід реагував на членів чужої групи відповідно до своїх власних переконань, негативний ефект стереотипів був би значно ослаблений.

Існування соціальних стереотипів визначається не тільки і не стільки уявленнями окремого індивіда, скільки фактом “групової згоди” [11]. Австралійські вчені відзначають, що дослідники стереотипів зазвичай походять від розуміння стереотипу як індивідуального, “часткового” явища. Проте, сама можливість виникнення і впливу стереотипних уявлень на міжособистісне сприй-

няття, а також інтерес до них науки і необхідність їх вивчення визначається властивістю стереотипів виникати не просто в “головах” окремих людей, а в свідомості цілих груп: “Стереотипи можуть стати соціальними, тільки коли вони поділяються великою групою людей всередині соціальної спільноти – поділ означає процес ефективного проникнення даних стереотипів до свідомості людей” [14, с. 25]. Аслам, Тернер та ін. слідом за Теджфелом пропонують свій погляд на цю проблему, стверджуючи, що “узгодженість стереотипів є результатом особливого виокремлення ролі групової ідентичності, деіндивідуалізації “Я” (самостереотипізації) і відповідного з цим зміни сприйняття і поведінки”. Вони розглядають висунення на перший план факту приналежності до групи як наслідок так званої “категоризації в контексті”, що сприяє уніфікації поглядів членів групи шляхом підтримки їх уявлень про інгруппову згуртованість або надання прямого тиску з метою досягнення необхідного єдності. Автори підкреслюють, що визнання факту “групової згоди” є життєво важливим для справжнього розуміння стереотипу як явища соціального порядку [11].

Ще однією сутнісною властивістю стереотипу з часів Ліппмана вважається їх неточність. Надалі стереотипи отримували ще менш втішні характеристики і тлумачилися як “традиційна нісенітниця”, “пряма дезінформація”, “сукупність міфічних уявлень” і т.п. Хибність настільки міцно стала асоціюватися з поняттям “стереотип”, що був навіть запропонований новий термін “соціотип” для позначення стандартного, але істинного знання про соціальну групу.

Тільки починаючи з 50-х років ХХ ст. набула поширення гіпотеза американського психолога О. Клайнберга, згідно з якою обсяг істинних знань у стереотипах перевищує обсяг помилкових – так звана гіпотеза “зерна істини”. Тепер вже не викликає сумнівів, що соціальні стереотипи не зводяться до сукупності міфічних уявлень. Соціальний стереотип є образ соціального об’єкта, а не просто думка про нього. Він відображає, нехай і в спотвореному або трансформованому вигляді, об’єктивну реальність, властивості двох взаємодіючих груп і відносини між ними.

О. О. Бодальов, обговорюючи проблему стереотипізації, вважає, що “в стереотипах завжди знаходить вираз запас теоретичних і практичних знань, якими володіє людина про кожний народ, про кожного з суспільних класів, про стать, вік, професію”. Вчений в своєму дослідженні дотримується тієї точки зору, що досвід спілкування кожної людини детермінований її приналежністю до певного народу, суспільного класу, статі, вікової групи, професії. А оціночні стереотипи представників різних демографічних і соціальних груп поряд з рисами подібності можуть включати в себе дуже істотні і характерні відмінності. Явище стереотипізації, на думку О. О. Бодальова, “розгортається після того, як суб’єкт, пізнаючи іншу людину, встановить її приналежність до якоїсь соціальної спільноти, визначить її соціальну роль, статус. Виявлення приналежності такої людини до якогось “класу”, “типу”, “категорії” людей тягне за собою створення у суб’єкту пізнання установки на подальше фіксування в людині – об’єкту пізнання, певних якостей” [4, с. 223].

Основна небезпека стереотипів в тому, що вони сприяють появі забобонів – невинувато негативної думки і ставлення до чужого народу або окремих

його членів, схильність негативно діяти по відношенню до людей чужого народу. А забобони в свою чергу провокують дискримінацію, яка передбачає засудження і упередження проти людини виключно на основі її ідентифікації з певною групою. При упередженні враховуються перш за все зовнішні дані. Упередження – це негативна, несприятлива установка до групи або до її членів; вона характеризується стереотипними переконаннями; установка впливає більше з внутрішніх процесів свого носія, ніж з фактичної перевірки властивостей групи, про яку йде мова. Звідси впливає, що мова йде про узагальнену установку, яка орієнтує на вороже ставлення до всіх членів певної групи, незалежно від їх індивідуальності. Ірраціональність упередження полягає не тільки у тому, що воно може існувати незалежно від особистого досвіду, воно навіть суперечить йому. Коли люди пояснюють своє вороже ставлення до будь-якої групи, вони зазвичай називають якісь конкретні негативні риси, властиві, на їхню думку, цій групі. Однак ті ж самі риси, взяті безвідносно до цієї групи, зовсім не викликають негативної оцінки або оцінюються набагато м'якше. Тут позначається і історична традиція, втілена в історичних творах, літературі, звичаях, і консерватизм системи виховання. Особливо велике значення має виховання. Численні дослідження показують, що більшість людей засвоюють упередження в дитинстві, до того, як отримують можливість критично осмислити отриману інформацію. Упередження мають згубний вплив і на їх жертви, і на їх носіїв і обмежують сферу спілкування між представниками різних груп, викликають настороженість з обох боків, заважають встановленню ближчих, інтимних людських відносин. Відчуженість же в свою чергу ускладнює контакти і породжує нові непорозуміння.

Тут хотілося б звернути увагу на той факт, що більшість стереотипів передують індивідуальному досвіду людини, тому одним із шляхів боротьби з поганими стереотипами є розширення її особистого досвіду. І хоча загальноновизнаним є факт, що вчення про стереотипи бере свій початок від Ліппмана, проте, не можна не згадати вчення про “ідоли площі” Ф. Бекона: “Люди об'єднуються мовою. Слова ж встановлюються згідно розумінню натовпу. Тому погане і безглузде встановлення слів дивним чином тримає в облозі розум” [2, с. 19]. А, як відомо, за Беконом єдиним джерелом наших знань є чуттєвий досвід. За великим рахунком знання, викладені в стереотипі, підтверджені або спростовані досвідом втрачають негативні ознаки стереотипу.

Важливо зрозуміти, як змінюється стереотип при появі особистого досвіду, який явно йому суперечить. Коли в близькому оточенні людини з'являється хтось (або щось), хто не відповідає старому стереотипу, у неї поступово наростає напруга, яка з часом призводить до зміни категоріальної структури сприйняття. Спочатку ця зміна відображається тільки в оцінках і ставленні до одиничних об'єктів. Лише набагато пізніше ця зміна поширюється на більш широкий клас споріднених об'єктів, корегуючи загальну ієрархію особистих цінностей, яка, в свою чергу, підлаштовує системи сприйняття, орієнтовані на стереотипи.

У наміченому процесі важливо зрозуміти два моменти: по-перше, головне – підштовхнути корекцію систем цінностей, а по-друге, потрібно не випустити з

уваги, що навіть саме найсприятливіше враження про одного представника “чужої” групи не зачіпає ціннісних граней системи уявлень. Поступово відбувається лише незначне “відщеплення” ряду особистісних якостей від узагальненого портрету за принципом: “Взагалі то вони, такі”, але мій товариш зовсім інший!”.

При цій еволюції використовуваних критеріїв збільшується складність узагальненого стереотипного портрету, він поступово розшаровується і, нарешті, починає дуже повільно руйнуватися. Важливо враховувати величезну інерційність стереотипів, про що йшлося вище. Тому їх корекція вимагає найбільшої делікатності і невичерпної терпимості.

Одним із провідних напрямків досліджень проблеми боротьби з негативними стереотипами стала розробка т.зв. “гіпотези контакту”, основою якої служить припущення про те, що безпосереднє спілкування при певних умовах сприяє поліпшенню соціальних стереотипів і руйнує упередження. На думку британського соціального психолога М. Х’юстона, позитивному ефекту сприяють три аспекти контакту. По-перше, у ситуації спілкування суб’єкти сприйняття починають визнавати відмінності між членами чужої групи. По-друге, “поширенню” позитивних установок сприяє використання інформації, яка не підтверджує початковий стереотип. По-третє, збільшення міжособистісних контактів з усвідомленням того, що “свої” і “чужі” мають багато схожих властивостей і цінностей, призводить до змін у сприйнятті важливості соціальних категорій для класифікації індивідів. [13]. Але навіть при дотриманні більшості умов, які сприяють контактам (групи мають однаковий статус, мають спільні цілі, які вимагають співпраці, і підпорядковуються єдиним правилам), отримані результати дозволяють засумніватися в тому, що зустрічі та знайомства з представниками іншої великої групи неминуче ведуть до приписування їм більш позитивних якостей. Нездатність гіпотези контакту передбачити, чи поширяться позитивні установки, які виникають в ході міжособистісних відносин на всю групу в цілому, і чи приведуть вони до змін в стереотипах, є її головним недоліком.

У кінці ХХ ст. у соціальній психології отримали розвиток підходи, які націлені на цілеспрямоване викорення негативних стереотипів і на заміну поведінки, заснованої на узгоджених соціальних стереотипах, на дії, в основі яких лежать персональні переконання. Їх прихильники ґрунтуються на концепції дослідниці з США П. Дівайн, згідно з якою стереотипи неминуче активізуються в ситуації сприйняття представника іншої групи, незважаючи на будь-які спроби їх ігнорувати. Дослідження продемонстрували автоматизацію стереотипних рис, які відносяться до афроамериканців, азіатів, літніх людей, чоловіків і жінок [12].

У моделях зниження негативних стереотипів підкреслюється, що вільні від упереджень “відповіді” на стереотипи вимагають від людини, яка сприймає представників “чужих” груп, знань про свою упередженість і прагнення змінити свої переконання виходячи з цінностей рівності, і справедливості, почуття провини, докорів сумління і т.п.

Висновки. Люди з легкістю виявляють готовність характеризувати великі людські групи (або “соціальні категорії”) недиференційованими, грубими і упередженими ознаками. Відповідно до тенденції міркування в термінах стереотипів людина спочатку визначає, а потім бачить. Вона схильна сприймати і розуміти те, що вихопила, у нав’язаній звичній формі.

Така категоризація прагне залишатися абсолютно стабільною протягом тривалого періоду часу. Соціальні стереотипи певною мірою можуть змінюватися в залежності від соціальних, політичних або економічних змін, але цей процес відбувається вкрай повільно в силу їх стійкості. Соціальні стереотипи не представляють великої проблеми, коли не існує явної ворожості у відносинах груп, але їх надзвичайно важко модифікувати і управляти ними в умовах значної напруженості і конфлікту.

Стереотип несе в собі “зерно істини”, він не обов’язково повинен бути при цьому об’єктивно “гносеологічно” істинним або хибним, головне в стереотипі не істина змісту, а відношення (пережите як віра, переконаність) до цієї істинності.

Важливо відзначити, що стереотип – це не лише звичний спосіб дії, а й застигла форма бачення світу.

Стереотипізована манера розглядання людей і події має очевидні небезпеки: може привести до неправильної адаптації або до сильного культурного шоку при необхідності співставити стереотипізовану картину з реальністю.

З іншого боку, існування стереотипів має свої очевидні переваги, створюючи і підтримуючи впорядковану, “тверду” картину світу, до якої легко пристосовувати звички, смаки, здібності, прагнення і надії. Сукупність стереотипних уявлень може давати незакінчену, неточну, тенденційну картину світу, але вона відображає світ, до якого людина пристосувалася.

Одним із шляхів боротьби з негативними стереотипами є розширення зон і сфер формального і неформального спілкування між індивідами, і соціальними спільнотами.

Література

1. Арутюнова Н. Д. Проблемы структурной лингвистики / Н. Д. Арутюнова. – М. : Наука, 1984. – 247 с.
2. Бэкон Ф. Новый органон // Соч. : в 2 т. – М., 1978. – Т. 2 – М. : Мысль, 1978. – 575 с.
3. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество : опыт социального прогнозирования / Д. Белл. — М. : Академия, 1999. – 949 с.
4. Бодалев А. А. Личность и общение / А. А. Бодалев. – М. : Международная педагогическая академия, 1995. – 328 с.
5. Кон И. С. Психология предрассудка : о социально-психологических корнях этнических предрассудков / И. С. Кон // Новый мир. – 1966. – № 9. – С. 187–205.
6. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман. – М. : Институт Фонда “Общественное мнение”, 2004. – 384 с.
7. Майерс Д. Социальная психология. Интенсивный курс / Д. Майерс. – СПб. : Прайм-Еврознак, 2002. – 512 с.
8. Мельник Г.С. Mass Media : Психологические процессы и эффекты / Г. С. Мельник. – СПб. : СПбГУ, 1996. – 159 с.

9. Штомпка П. Социология : анализ современного общества / П. Штомпка. – М. : Логос, 2005. – 664 с.
 10. Allport G. W. The Nature of Prejudice. – New York, 1958. – 77 p.
 11. S. Alexander Haslam, John C. Turner, Penelope, J. Oakes, Craig McGarty & Katherine J. Reynolds. The group as a basis for emergent stereotype consensus [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.researchgate.net/publication/233107831_The_Group_as_a_Basis_for_Emergent_Stereotype_Consensus
 12. Devine P. G. Stereotypes and prejudice : their automatic and controlled components. – J. of Personality and Social Psychology. – 1989. – Vol. 56.
 13. Hewstone M. Contact and categorization : social psychological interventions to change intergroup relations. – Stereotypes and stereotyping / ed. by C.N. Macrae, C. Stantor, M. Hewstone. – New York, London : Guilford Press, 1996.
 14. Tajfel H. Social stereotypes and social groups. – Intergroup behavior / ed. by J. C. Turner, H. Giles. – Oxford : Basil Blackwell, 1981.
- Отримано 30.09.2017

Summary

Korniyenko Olexandr. Social stereotypes as a phenomenon of modern society.

People are readily characterized by the willingness to characterize large groups of people (or “social categories”) with undifferentiated, rude and biased features. In accordance with the tendency of reasoning in terms of stereotypes, the person first defines, and then sees. She tends to perceive and understand what was snatched in the imposed conventional way.

Such categorization tends to remain absolutely stable over a long period of time. Social stereotypes may vary to a certain extent, depending on social, political or economic changes, but this process is extremely slow because of their sustainability. Social stereotypes do not represent a big problem when there is no obvious hostility in group relationships, but it is extremely difficult to modify and manage them in conditions of significant tension and conflict.

The stereotype carries in itself a “grain of truth”, it does not necessarily have to be objectively “epistemologically” true or false, the main thing in the stereotype is not the truth of the content, but the relation (experiencing faith and belief) to this truth.

The stereotyped way of looking at people and events has obvious dangers: it can lead to improper adaptation or a strong cultural shock, if necessary, to reconcile a stereotyped picture with reality.

On the other hand, the existence of stereotypes has its obvious advantages by creating and maintaining an orderly, “firm” picture of the world, to which it is easy to adapt habits, tastes, abilities, aspirations and hopes. A set of stereotypical representations can give an unfinished, inaccurate, tendentious picture of the world, but it reflects the world to which people are adapted.

One of the ways of combating negative stereotypes is to expand the zones and areas of formal and informal communication between individuals and social communities

Keywords: *social stereotype, stereotyping, identity, individual, social community, communication, installation.*