

**СОЦІАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ (SOCIAL STEREOTYPES)** – звичні, шаблонні, схематизовані, стійкі зразки думок, сприйняття, поведінки; універсальні, емоційно забарвлені установки; внутрішня структура стереотипу складається із поєднання спрощених, стандартизованих знань, почуттів і відповідної поведінки; наслідувати стереотип означає узагальнювати соціальні стосунки; стереотипи важко піддаються зміні чи корекції, оскільки вони виникають та функціонують здебільшого у сфері масової свідомості та є складовою соціальної установки, відчуття соціальної солідарності.

Поняття стереотипу визначається як стандартизований, стійкий, емоційно насичений, ціннісно визначений образ, уявлення про соціальний об'єкт. У такому визначенні це поняття введено в науку У. Ліппманом, який досліджував стереотипізовані форми як узагальнені шаблони з моральних норм, соціальної філософії, політичної агітації.

У соціальній психології стереотип досліджувався переважно як стереотип представника певної соціальної групи, а також як етнічний стереотип. Між тим зміст і функції соціальних стереотипів є більш широкими. Будучи концентрованим втіленням соціальної установки, соціальний стереотип виконує *функції* регуляції, інтеграції в соціальних відносинах. Стереотип – це думка людей, їх сприйняття, оцінка тих чи тих соціальних об'єктів. Сутність механізму стереотипізації полягає у приписування різноманітних характеристик через віднесення об'єкта, що спостерігається, до відомої категорії на підставі протиставлення іншій. В основі стереотипу знаходиться психологічний феномен генералізації, схематизації власного та чужого досвіду. Механізм стереотипізації реалізується через протилежні образи, через антропоморфні зв'язки, через персоніфікацію. Цим пояснюється такий феномен стереотипів, як феномен поляризації, або «чорно-білого мислення». Така спрощеність мислення і сприйняття буденної свідомості допомагає людям орієнтуватися в тих обставинах, де не потрібні серйозні роздуми або індивідуальні рішення.

Стереотипізація є значним ефектом міжособистісного сприйняття – побудовою образу на основі вже існуючого, стійкого уявлення, наприклад, про членів певної соціальної групи (етнічної, гендерної, професійної, тощо). Стереотипізація у сприйнятті людини може мати два різних *наслідки*. З одного боку, вона спрощує процес побудови образу іншої людини, скорочує необхідний на це час; з іншого – при включенні цього

механізму може відбутися зрушення в бік якої-небудь оцінки, що може створити упередженість або, навпроти, переоцінку реальних властивостей об'єкта сприйняття. Когнітивною основою стереотипізації є селекція, обмеження, категоризація великої маси соціальної інформації, що сприймається людиною. Мотиваційною основою цього механізму є оціночна поляризація на користь своєї групи, яка дає людині почуття належності та захищеності. Г. Теджфел виділяє чотири *функції* стереотипів: селекція соціальної інформації; створення і підтримання позитивного «Я-образу»; формування і підтримка групової ідеології, яка виправдовує і пояснює поведінку групи; створення і підтримка позитивного «ми-образу».

Стереотип – це образ, полярний за знаком оцінки, жорстко фіксований, що не припускає сумніву в його істинності, спонукаючи до чіткої однозначної думки, дії. В суспільній свідомості стереотипи функціонують у вигляді стандартизованих уявлень про модель поведінки, риси характеру представників соціальних груп, націй, статей.

Стереотипи виникають як відповідь на реальні взаємовідносини груп, вони насичуються емоціями, які характерні для процесу соціальної взаємодії, при якій і виникають. Стереотипи можуть створювати власну реальність, вони спрямовують соціальну взаємодію в таке русло, що індивід, який сприймається стереотипно, починає своєю поведінкою підтверджувати стереотипні уявлення про себе іншої людини. Стереотип, що має здатність створювати нову реальність, отримав назву «стереотип очікування».

Соціальний стереотип є універсальним інструментом розпізнавання і передачі суспільно значущої інформації в процесах взаємодії людей з навколишнім світом і один з одним.

На сучасному етапі зустрічаються два *різновиди* визначення стереотипу: *динамічний* стереотип – відносно стійка система умовно-рефлекторних реакцій вищих тварин і людини на звичні подразники, і *соціальний* стереотип – схематичний, стандартизований загальнозначимий образ або емоційно забарвлене і стійке уявлення про певне явище або об'єкт, в якому висловлюється звичне ставлення, що склалося під впливом умов їхнього буття і попереднього досвіду.

Розрізняють наявність двох функціональних *рівнів* соціальних стереотипів – групового та індивідуального. Стереотипи *індивідуальні* – характеристика

схематизованих, шаблонних, емоційно-оцінних і стійких установок людини до будь-якого соціального об'єкта (людини, групи, явища), що склалися внаслідок соціальних умов і узагальнення попереднього особистого життєвого досвіду індивіда. Вони відіграють неоднозначну роль в житті людини – спрощують соціальне буття, скорочуючи витрати на пізнання нового, допомагають орієнтуватися в тих обставинах, які не потребують аналітичного, індивідуального відповідального рішення; проте відіграють негативну роль у ситуаціях, коли потрібна об'єктивна інформація, її аналітична оцінка в нових соціокультурних умовах, створюючи основу до неприязні нововведень, інновацій.

*Стереотипи позитивні* формують ставлення до соціальних об'єктів на підставі точного узагальнення, що є правдивим (люди похилого віку менш активні). Позитивні точні стереотипи є навіть бажаними у суспільстві, оскільки спрощують соціальну картину світу, процес соціалізації, вони є проявом «чутливості» до соціокультурних відмінностей. Проблема зі стереотипами виникає тоді, коли вони є занадто узагальненими (ставлення до людини виключно на основі її ідентифікації з певною соціальною групою) або явно неточними. *Неточні стереотипи* (наприклад, стереотип фізичної привабливості – фізично привабливі люди мають соціально бажані якості) стають основою формування негативних стереотипів. *Негативні стереотипи* транслиють однобічні, перекручені уявлення, негативні емоції, переконання і, як правило, дискримінаційну поведінку одних соціальних суб'єктів стосовно інших, що склалися в умовах дефіциту інформації і упереджень, характерних для даного суспільства. Основою негативних стереотипів можуть бути емоційні асоціації, потреба виправдати поведінку, негативні переконання. Саме на їх підставі виникають різноманітні міжособистісні та соціальні конфлікти.

Стереотипи як на індивідуальному, так і груповому рівнях виконують такі *завдання*: селекцію соціальної інформації, її схематизацію, генералізацію і спрощення (когнітивна функція), створення і підтримку образу «Я» особистості або образу «Ми» групи (ціннісна функція). У науковій літературі відзначається, що будь який стереотип виконує також завдання забезпечення певної поведінки (власне соціальна функція) залежно від традицій і етнічної своєрідності культури, в яку занурені конкретний індивід або соціальна група. Стереотипи регулюють процеси ідентифікації та формування соціальної ідентичності особистості. Соціальні стереотипи засвоюються людиною з того моменту, як

тільки вона починає ідентифікувати себе з конкретним суспільством, культурою, певної соціальною групою і усвідомлювати себе їх членом.

*Стереотипи негативного ставлення* або поведінки супроводжуються негативними емоціями (гнівом, відразою, презирством), трансформуються в загальну антипатію і нетерпимість по відношенню до того чи іншого об'єкту, що викликав негативні емоції. Їх сутність полягає у відкритому, явному, вербальному і поведінковому вираженні неприязні, відштовхування, ворожнечі. У стереотипах значною мірою акцентований ціннісний і антиціннісний компонент, і тому нетерпимість розглядається як наслідок і втілення соціального стереотипу в дії. Будучи причиною утворення соціальних стереотипів і результатом їх виникнення, сама нетерпимість згодом може зводитися в ранг стереотипу – відношення негативізму та нетерпимості до будь-кого або будь-чого закріплюється в суспільній свідомості як стереотип.

За змістом, тобто за спрямованістю на певний соціальний суб'єкт, стереотипи структурують на: етнічні, гендерні, расові. Наприклад, стереотипи етнічні – відносно стійкі уявлення про моральні, розумові, фізичні та соціальні якості, притаманні представникам різних етнічних спільнот.

Стереотипи є невід'ємною частиною соціальної культури суспільства від мікро- до макрорівня, функціонування стереотипів можна пояснити існуванням стійкого зв'язку між сприйняттям об'єктів під певним кутом зору і відповідною повторюваною поведінкою, омасовінням свідомості і поведінки людей, особливостями маніпулювання ними, витоки нетерпимості в міжособистісних і міжгрупових стосунках людей, взаємозв'язок процесів ідентифікації особистості зі станами її життєдіяльності та ін.

### ***Література***

1. Москаленко В.В. Психологія соціального впливу : [навч. посібник] / Валентина Москаленко. — К. : Центр учбової літератури, 2007. — 448 с.
2. Андреева Г.М. Социальная психология : [уч. пособие] / Галина Андреева. — М. : Наука, 1994. — 324 с.
3. Москаленко В.В. Соціальна психологія: [підручник] / Валентина Москаленко. — К. : Центр учбової літератури, 2008. — 688 с.
4. Рижанова А.О. Енциклопедія фахівців соціальної сфери / За заг. ред. І.Д. Звереві. — К. , Сімферополь: Універсум, 2012. — С. 398—401.
5. Майерс Д. Социальная психология / Девид Майерс ; перевод с англ. — СПб. : Питер, 1996. — С. 435—436, 680—681.