

Шмиглюк О.Г. Соціально-психологічні чинники формування етнічних стереотипів у юнацькому віці / О.Г. Шмиглюк // Сучасний вимір психології та педагогіки: Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 26-27 травня 2017 року). – Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», 2017. - С 78-82.

Оксана Геннадіївна Шмиглюк
асистент кафедри соціальної та практичної психології
ЖДУ імені Івана Франка

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЕТНІЧНИХ СТЕРІОТИПІВ У ЮНАЦЬКОМУ ВІЦІ

Особистість розвивається, формується в процесі соціалізації. Цінності, мова, культура, світогляд, які транслуються соціальними інститутами до яких належить людина, являються визначальними у становленні її як особистості, розвитку її свідомості та самосвідомості. Людина постійно включена у процеси взаємодії і як суб'єкт активності пізнає, розуміє, усвідомлює себе і як окрему особистість, і як частину соціуму (члена певної соціальної групи).

Усвідомлення особистістю чи народом своєї належності до певного етносу, що базується на спільності мови, культури, історичної долі й визнанні особливих специфічно-історичних рис свого народу, відносно стійка система усвідомлюваних уявлень і оцінок реально існуючих етнодиференціюючих та етноінтегруючих компонентів життєдіяльності етносу визначається як етнічна самосвідомість (В.Ю.Хотинець)[1]. В процесі соціального пізнання людей важливу роль відіграють соціальні стереотипи, а в процесі формування уявлень та ставлень до різних етнічних груп визначальним є етнічні стереотипи, які являються структурним компонентом етнічної самосвідомості.

Етнічний стереотип – продукований під впливом конкретної етнічної культури, актуальний для представників окремої етнічної спільності, стійкий, емоційно насичений, ціннісно визначений, стандартизований образ, уявлення про певний об'єкт [2]

Як вже зазначалося раніше, важливими чинниками розвитку особистості в цілому та в процесі формування її самосвідомості зокрема виступають соціальні інститути (сім'я, школа, вуз, робота...) та соціальні агенти (особи). Важливу роль відіграє й включеність даних чинників у суспільні процеси та рівень їх етнокультурної обізнаності.

Метою нашого дослідження було виявлення рівня значимості соціально-психологічних чинників у формуванні етнічної самосвідомості українців. Вибірку склали 203 досліджуваних (чоловіки та жінки віком від 14 до 25 років).

Кожен досліджуваний мав визначити наскільки їх батьки, друзі, вчителі/керівники та українські ЗМІ цікавляться питаннями культури, етнічними та расовими питаннями, а також наскільки думка перерахованих вище соціальних агентів/інститутів є значимою при прийнятті досліджуваними життєво-важливих рішень.

Таблиця 1

**Результати дослідження соціально-психологічних чинників
формування етнічної самосвідомості**

Соціальні агенти	Загальні показники по досліджуваним (%)	Показники в залежності від гендерної приналежності	
		жінки	чоловіки
Батьки	45,4%	43,4%	49%
Друзі	44,8%	40,1%	48,5%
Вчителі/керівники	39%	34,5%	41,7%
ЗМІ	39,3%	39%	39,3%
Рівень впливу думки оточуючих на досліджуваних			
Батьки	40%	40,1%	41,2%
Друзі	40%	39%	41,2%
Вчителі/керівники	42,3%	36,7%	46,7%
ЗМІ	44,5%	39%	49%

Аналізуючи отримані дані, можемо говорити про незначні відмінності у рівні зацікавленості батьків, вчителів, керівників та ЗМІ у питаннях культури,

етнічних та расових питаннях (Рис.1.). Найбільший інтерес до етнокультурних процесів, на думку досліджуваних, проявляють батьки (45,4%), потім – друзі(44,8%), ЗМІ (39,3%), вчителі/керівники (39%).

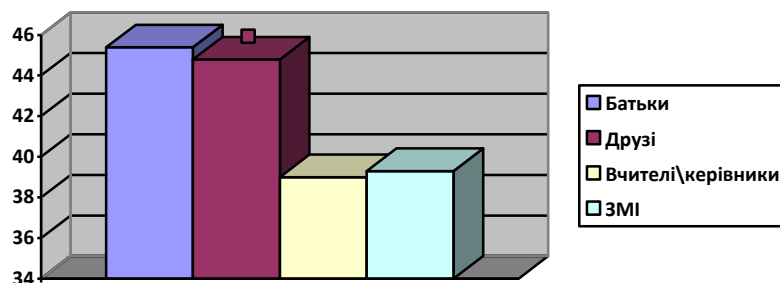


Рисунок 1. Зацікавленість соціальними агентами етнокультурними питаннями

Отримані показники знаходяться на середньому рівні (45% - 39% із 100% можливих). Ми можемо припустити, що це є свідчення низького рівня розвитку етнічної самосвідомості українського населення. Тобто більшість українців не цікавляться проблемами культури, нації, етносу, що і транслиують своїм дітям та найближчому соціальному оточенню.

Аналізуючи гендерні відмінності, можемо побачити, що суттєвої різниці немає: як жінки так і чоловіки вважають найбільш зацікавленими особами батьків (жін. - 43,4%; чол. - 49%), на другому місці знаходяться друзі (жін. - 40,1%; чол. – 48,5%), третє місце у дівчат займають ЗМІ (39%) у чоловіків – вчителі/керівники (41,7%), останнє місце в жінок посідають вчителі/керівники (34,5%), а у чоловіків - ЗМІ (39,3%).

Як бачимо, у чоловіків є дещо вищими показники зацікавленості оточуючих у етнічних питаннях. Можливо, це пов'язано з тим, що хлопці приділяють більше уваги проговоренню такого роду проблем або соціальне оточення їх більше залучає до дискусій по етно-культурній проблематиці. Дані міркування можуть бути свідченням «роботи» гендерних стереотипів.

Говорячи про вплив думки оточуючих на досліджуваних (Рис 2), бачимо, що найбільш значимий вплив мають ЗМІ (44,5%) та вчителі/керівники (42,3%), менш значимими є думка батьків та друзів (по 40 %).

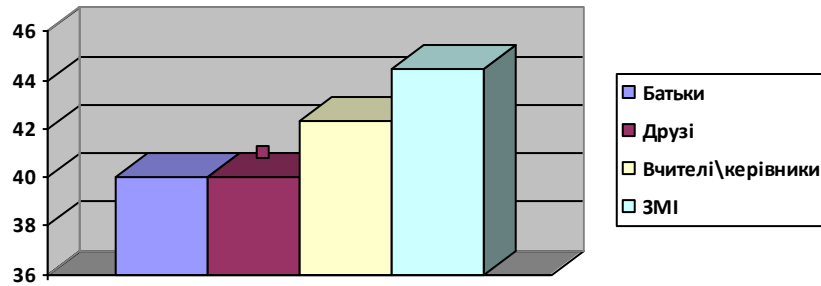


Рисунок 2. Рівень впливу думки оточуючих на досліджуваних (загальні показники)

Деяко відмінними є гендерні показники значимості думки оточуючих (Рис 3). На чоловіків найбільший вплив мають ЗМІ (49%) та вчителі/керівники (46,7%), на одному рівні по значимості знаходяться батьки та друзі (по 41,2%). Для жінок важливою є думка батьків (40,1%), друзів та ЗМІ (по 39%) та на останньому місці по рівню впливу знаходиться думка вчителів/керівників (36,7%).

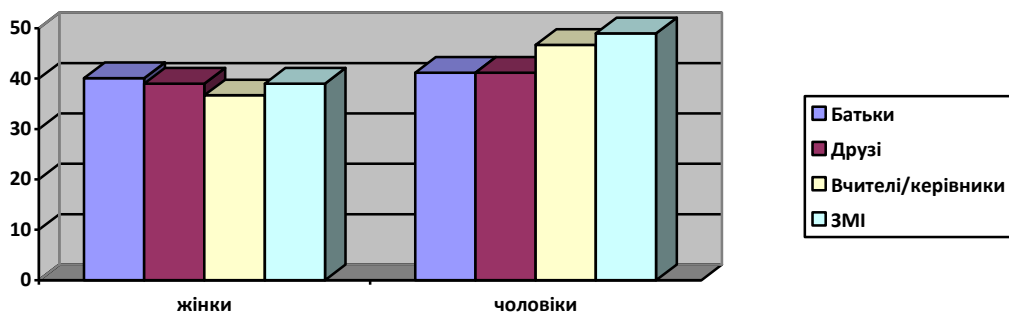


Рисунок 3. Гендерні особливості впливу думки оточуючих на досліджуваних

Як бачимо, для досліджуваних рівень впливу соціального оточення на процес прийняття рішення знаходиться на середньому рівні та коливається від 36,7% до 49% зі 100% можливих. Такі результати можуть бути показником особистісної відповідальності досліджуваних при прийнятті рішення.

Таким чином, на основі якісного та кількісного аналізу результатів проведеного дослідження, ми можемо зробити наступні висновки:

1. Зацікавленість українського населення проблемами культури, етнічними та расовими питаннями знаходяться на середньому рівні із тенденцією до низького.

2. Існують гендерні відмінності щодо значимості думки оточуючих на процес прийняття рішення: для чоловіків найважливішими є думки, що транслюються ЗМІ, а на жінок більший вплив мають батьки.

Доцільним вважаємо продовжувати наукову роботу в цьому напрямку. Перспективою є виявлення міжетнічних та вікових особливостей у процесі формування етнічних стереотипів

ЛІТЕРАТУРА

1. Хотинец В. Ю. Этническое самосознание / Вера Юрьевна Хотинец. – СПб: Алетейя, 2000. – 240 с.

2. Махній М. Етнoеволюція: Науково-пізнавальні нариси [Електронний ресурс] / Микола Махній // Київ. – 2009. – Режим доступу до ресурсу: makhniy.blox.ua/html/1310721,262146,21.html?.