

Блинова О. Є. Соціальні стереотипи як прояв соціального мислення / О. Є. Блинова // Актуальні проблеми психології : Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – К. : Фенікс, 2014. – Т.11. Вип.9. – С. 107–118.

УДК 159.922.27

О.Є. Блинова

СОЦІАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ ЯК ПРОЯВ СОЦІАЛЬНОГО МИСЛЕННЯ

Статтю присвячено історичному огляду розвитку наукових уявлень щодо феномену соціального стереотипу в контексті проблеми соціального мислення. Вказано, що на початковому періоді дослідження цей феномен розглядався як хибне, недосконале утворення або упереджена думка, як «фіксований образ». Пізніше стереотипізація стала визначатися як необхідний і важливий когнітивний процес, що опосередковує поведінку людини, допомагає орієнтуванню. Відзначено, що у сучасній психології процес стереотипізації і власне стереотипи розуміються більш широко, як механізм спрощення сприйняття суб'єктом не тільки окремих особистостей і груп, але й різних соціальних явищ і процесів взагалі.

Ключові слова: соціальне мислення, соціальне пізнання, соціальний стереотип, стереотипізація, категоризація.

Категорія соціального мислення містить у собі низку близьких за змістом понять, серед яких соціальні уявлення та переконання, установки, вірування, стереотипи. Термін «колективні уявлення» ввів Е. Дюркгейм, далі цей феномен був предметом дослідження у концепції соціальних уявлень С. Московічі. Дж. Келлі та інші автори довели, що конструкти, або категоріальні структури свідомості, що складаються із стійких переконань людини стосовно соціальної дійсності, інших людей та самої себе, значною мірою впливають на її поведінку. Прихильники теорії соціального конструктивізму вважають, що соціальна реальність конструюється людьми та їх уявленнями про неї, водночас підкреслюють, що ці уявлення не тільки

описують, але й породжують соціальну реальність. Саме це робить дуже важливими наукові та прикладні дослідження соціального стереотипу, оскільки особливості соціального мислення та соціальних стереотипів певної спільноти або окремої людини можуть впливати на загальний рівень благополуччя та задоволеності життям [5; 15].

Метою є аналіз розвитку наукових уявлень щодо феномену соціального стереотипу в контексті проблеми соціального мислення.

Поняття стереотипу досліджувалося у працях науковців різних галузей знань: соціологів, етнографів, психологів, лінгвістів. Фахівці кожної із дисциплін намагаються виокремити у стереотипі ті характеристики, які відображають його роль перш за все у галузі їх досліджень, саме тому мова йде про соціальні стереотипи, ментальні стереотипи, етнічні стереотипи, стереотипи спілкування, мовленнєві стереотипи тощо. Д. Мацумото пропонує найбільш загальне визначення стереотипу: «Стереотипи – це наші узагальнені уявлення про групи людей, зокрема, про їх головні психологічні характеристики або риси особистості» [13, с. 42].

З позиції філософського знання стереотип розуміють як стійку сукупність уявлень, що виникають у свідомості на основі особистого життєвого досвіду людини, а також за допомогою інших джерел інформації. Особливо підкреслюється тісний взаємозв'язок стереотипів з емоційною характеристикою сприйняття і з масовою свідомістю, з науковим світоглядом і життєвими упередженнями [18, с.459].

З погляду психології, в основі стереотипізації лежить процес приписування схожих характеристик групам людей без глибокого усвідомлення відмінностей між ними. Процес функціонування стереотипів як складного соціально-психологічного явища виконує функції підтримання ідентифікації особистості і групи, виправдання можливих негативних установок стосовно інших груп [19, с. 385].

Термін «стереотип» був введений у соціальні науки американським публіцистом і дослідником У. Ліппманом при розробці концепції суспільної

думки. В його метафоричному визначення стереотипи представлено як «картинки у голові людини», які економлять зусилля при сприйнятті складних соціальних об'єктів і захищають цінності особистості, соціальні позиції і права. На його думку, у повсякденному житті людина не завжди має всю необхідну інформацію для формування власної думки про події. Це змушує особистість застосовувати шаблонні інтелектуальні рішення (Lippmann). Стереотипізовані форми соціального сприйняття тлумачились як явища, що детерміновані моральними нормами та політичною пропагандою. Розглядаючи проблему істинності – хибності стереотипів, Ліппман трактував їх як вибірковий та неточний спосіб пізнання, що призводить до спрощення дійсності. Його теорію з інтересом вивчали не тільки у США, але й у Західній Європі. Вже у 70-ті роки минулого століття можна було говорити про декілька різних напрямків у дослідженні стереотипів.

Соціальний стереотип проявляється як у формі стереотипу мислення, так і у формі стереотипу поведінки особистості. Він виникає на основі спонтанних почуттів і емоцій, але визначається природними умовами розвитку людей, що закріплюються у колективній свідомості. Перші роботи, в яких автори робили спробу з'ясувати сутність феномену соціального стереотипу, майже однозначно трактували його як виключне хибне, перекручене знання про соціальні об'єкти.

В.О. Маслова розглядає стереотип як певний фрагмент концептуальної картини світу, стійке культурно-національне уявлення про предмет або ситуацію. На думку автора, він є певним культурно-детермінованим уявленням щодо предмету, явища, ситуації [12, с.57].

В якості однієї із головних характеристик стереотипу виділяють його спрощеність, емоційність та стійкість уявлень, крім того важливою характеристикою вважають хибність його змісту. Наприклад, С. Хаякава вважає, що стереотип – це «широко розповсюджена хибна інформація» [22, р. 208]. У. Кларк визначає стереотип як «сукупність міфічних уявлень, які приписуються групам» [21, р.547].

В працях В.С. Агеєва підкреслюється, що стереотипи викривлюють сприйняття дійсності: «Стереотипи не тільки впливають на сприймання, більш того, наше сприймання підпорядковується стереотипному уявленню» [1, с. 98]. В.О. Ядов під стереотипом розумів «чуттєво забарвлені соціальні образи». І.С. Кон пропонує таке визначення: стереотип – це «упереджена думка про властивості людей і явищ, що не ґрунтується на свіжій безпосередній оцінці кожного явища, а виводиться із стандартизованих суджень і очікувань» [8]. Сила стереотипів полягає у тому, що вони автоматизують наше мислення, допомагають без ускладнень надавати оцінки тим явищам, яких стосуються стереотипні судження.

Виходячи з наведених визначень стереотипу, можна дійти висновку про те, що на початковому періоді дослідження цей феномен розглядався як хибне, недосконале утворення або упереджена думка, як «фіксований образ». Пізніше стереотипізація стала розглядатися як необхідний і важливий когнітивний процес, що опосередковує поведінку людини, допомагає орієнтуванню. Стереотип вважається необхідним атрибутом реальної психіки людини, а «стереотипізовані» поняття, оцінки, категорії трактуються як закріплені у суспільній свідомості «згустки» суспільного досвіду, як повторювані властивості і явища [14].

У сучасній соціальній психології соціальні стереотипи визначаються як узагальнені, стійкі, шаблонні, емоційно насичені, пов'язані із соціальними цінностями уявлення про соціальні об'єкти, які засвоюються індивідом у процесі соціальних взаємодій, слабо рефлексуються і можуть автоматично відтворюватися іноді протягом усього життя. Стереотипи також вважаються поширеними уявленнями про атрибутивні особистісні характеристики [10, с.139]. Соціальний стереотип належить до буденних уявлень, і як правило, має неадекватну міру узагальненості ознак соціального об'єкту, їх неповний або надмірний набір. Тому поширеність стереотипного уявлення ще не дає можливості вважати його відображенням істинних властивостей об'єкту.

Г.М. Андрєєва, аналізуючи специфіку соціального сприйняття, що обумовлене категоризацією, підкреслює, що людина реконструює в своїх уявленнях реальність, створює і розвиває моделі: «Починаючи з робіт Дж. Брунера, соціальне сприйняття трактується саме як соціальне пізнання, оскільки акцент зроблений на особливостях процесу категоризації соціальних об'єктів, що є засобом не просто сприйняття, але й інтерпретації поведінки іншої людини. Сприймання стає не просто «репрезентацією», але побудовою «моделі світу», оскільки передбачає умовиводи, тобто деяку ментальну конструкцію» [2, с.16].

На думку Ж. Коллена, стереотип – це механізм взаємодії щонайменше двох свідомостей, найпростіша форма комунікації, результат взаємного тяжіння і культурного напруження, що водночас характеризує і ступінь соціалізації людей. Ж. Піррот вважає, що стереотип суспільної свідомості завжди є соціально організованим, функціонує на основі певного соціального запиту (цит. за [17, с. 73]).

В.С. Агєєв підкреслює, що необхідним є чітке розмежування між соціальними стереотипами як соціальним явищем і стереотипізацією як психологічним процесом [1]. Явище стереотипізації розгортається після того, як суб'єкт, який пізнає іншу людину, встановить її належність до певної соціальної спільності, визначить її соціальну роль, статус і т.ін. Стереотипізація – це психологічний механізм реалізації стереотипу, «приписування особистості, яку пізнаємо, цілих наборів певних якостей на основі віднесення її за окремими якостями до певної групи осіб» [6, с.129].

У сучасній психології процес стереотипізації і власне стереотипи розуміються більш широко, як механізм спрощення сприйняття суб'єктом не тільки окремих особистостей і груп, але й різних соціальних явищ і процесів взагалі. І.С. Кон вважає, що «стереотипізація полягає у тому, що складне індивідуальне явище механічно підводиться під просту загальну формулу або образ, що характеризують (вірно чи хибно) клас таких явищ». [8. с.272]

У центрі уваги дослідників стереотипу перебувають проблеми класифікації та категоризації людиною дійсності, стандартного пояснення нею складних явищ соціального життя. Якщо абстрагуватися від ціннісних та емоційних компонентів стереотипу, то можна вважати, що процес породження стереотипів є окремим випадком і наслідком більш універсального процесу соціальної категоризації. Створюючи соціальні категорії, особистість звертає увагу на характеристики, завдяки яким люди, що належать до певної категорії, схожі один з одним та мають відмінності від інших людей. Проте, на думку Г. Теджфела, слід врахувати, що стереотипізація, як наслідок категоризації соціальних об'єктів, відрізняється від категоризації об'єктів фізичного світу, впливом на неї відносин між групами (Tajfil).

Механізмом формування стереотипів є багато когнітивних процесів (сприймання, розуміння, мислення, прийняття рішень), оскільки стереотипи виконують низку когнітивних (раціонально-пізнавальних) функцій – функцію схематизації і спрощення, функцію формування і збереження групової ідеології тощо.

Для позначення поняттєвого контексту, в якому можуть розглядатися стереотипи, дослідники звертаються до поняття «схема» [9, с.150-154]. Схеми – це універсальний спосіб зберігання і структурування інформації. Схема є когнітивною структурою, яка являє собою організоване знання про те чи інше поняття, об'єкт, соціальну категорію і впливає на його сприйняття, розуміння та оцінку [10, с. 135-136]. Зміст поняття «соціальний стереотип» перехрещується з межами, що окреслюють поняття «схема», проте характерними для стереотипів ознаками є те, що вони поділяються більшістю членів групи, а також тісний зв'язок з емоціями і цінностями.

Стереотип є одночасно соціальним і психологічним явищем, тому певною мірою його можна розглядати як об'єктивне знання, оскільки формується у суспільній свідомості і закріплюється в ній. Водночас стереотипи можуть вносити викривлення у сприйняття реальності,

обумовлюючи іноді негативне ставлення до представників чужих груп (національних, професійних, гендерних і т.ін.). Психологічна складність та етнічна неоднозначність феномену соціального стереотипу визначають різноманітність опису його характеристик у науці.

Вже на перших етапах дослідження проблеми зарубіжні вчені намагалися виокремити характерні риси стереотипу. В своїй оглядовій статті П.І. Шихирєв узагальнив результати перших зарубіжних досліджень стереотипу та дійшов наступних висновків: «Коли про поняття говорять як про «стереотип», то розуміється, що воно: 1) скоріше просте, ніж складне та диференційоване; 2) скоріше помилкове, ніж точне; 3) скоріше засвоєно від інших людей, ніж отримано у власному досвіді; 4) воно є стійким до впливу нового досвіду» [20, с.169].

Наприкінці 60-х років у поясненні природи стереотипу найбільшу роль відіграє соціально-когнітивний підхід, який пояснював природу стереотипу і стереотипізації виходячи із закономірностей процесу пізнання, акцент був зроблений на процесах сприймання і категоризації соціальної дійсності. Категоризація, являючись засобом побудови образу зовнішнього світу, орієнтує особистість у власних якостях та дозволяє знайти місце у власній системі визначень цього світу. Соціальний стереотип є головним механізмом формування групових відмінностей і особистісної ідентифікації, а головною детермінантою стереотипізації є прагнення до позитивної соціальної ідентичності. Категоризація пов'язана із соціальним порівнянням – це емоційний і ціннісний процес співставлення значущих параметрів своєї групи з чужою. Соціальна категоризація і соціальне порівняння сприяють виявленню індивідом власної ідентичності.

Стереотип можна розглядати не тільки як зразок, з яким співвідноситься соціальний об'єкт (особистість або соціальна група). На думку Р.Ф. Баязітова, стереотип є моделлю соціального об'єкта, найбільш структурованим елементом, що пов'язаний з ціннісною ієрархією особистості, має властивості потенційної мети, тому, у проблемній ситуації,

змістом якої є переживання невизначеності досягнення мети, стереотип виявляє тенденцію до відтворення у відповідній якості. Враховуючи характер тієї чи іншої ситуації та характеристик суб'єкта пізнавальної діяльності (стійкість до невизначеності, творчих здібностей, напруженості творчої спрямованості, психофізичного стану і т.ін.), стереотип може виступити чинником, що структурує всю систему регуляції активності суб'єкта, що є релевантною контексту ситуації орієнтовки у властивостях об'єкта [4].

Р.Ф. Баязітов розглядає стереотипізацію як складену дію у межах латентної діяльності суб'єкту, метою якою є відтворення стереотипу як соціального уявлення суб'єкта і як прообразу бажаного майбутнього. Смысл латентної діяльності, яка актуалізується у проблемній ситуації, полягає, передовсім, в об'єктивній необхідності прояснити умови, в яких опинився суб'єкт, у подоланні невизначеності. Ця думка підкреслюється науковцями, що стереотипи здатні впливати на наші судження, коли відомості є досить невизначеними [11]. Установка на подолання невизначеності є фундаментальною латентною установкою, яка в процесі перемотивації і переорієнтації обумовлює відтворення стереотипу як гіпотетичної мети. Стереотип є стабілізатором активності людини, забезпечуючи наявність стійкої орієнтовної основи у складних життєвих обставинах.

Стереотип як системне утворення, що складається із образів власної групи та інших груп, для суб'єкта пізнавальної творчої активності є привабливим, крім когнітивної визначеності, своєю ціннісно-смысловною визначеністю. Мисленнєві стереотипи, які розуміються як стійкі схематизовані операційні правила перетворення інформації, в психологічній літературі інтерпретуються як шаблонне, стандартне, нетворче мислення [7], тобто стереотип структурує також і ситуацію сприйняття об'єкта.

Таким чином, одним із головних чинників стереотипізації є прагнення до усунення невизначеності в ситуації сприйняття об'єктів, мисленнєвої обробки інформації та у поведінці. Другим важливим чинником стереотипізації є тенденція до збереження актуальної якості або актуального

стану об'єкту, яка, на думку О.О. Понукаліна, є фундаментальною й іманентною для людини [16].

Багатьма вченими підкреслюється наявність у людини двох різноспрямованих тенденцій, яким відповідають, з одного боку, потреби збереження та самозбереження, які виявляються на рівні фізичного існування і соціальної взаємодії, з іншого боку, потреби розвитку. Ця група потреб є комплексною, оскільки її задоволення сприяє не тільки розвитку, але й підвищенню можливостей задоволення потреб інших рівнів [16].

Дуже цікавою є думка Р.Ф. Баязітова стосовно пояснення суперечності між двома тенденціями людського існування та ролі стереотипу у розв'язанні цієї суперечності: «З одного боку, суб'єкт (розвитку) є фіксованим на ідеалі – образі досконалого і привабливого бажаного майбутнього, з іншого боку, він прагне до стабільності, стану рівноваги. Стереотип як перетворена форма ідеалу і водночас образ реального існування суб'єкту, відповідає двом різноспрямованим тенденціям і це є головною причиною його парадоксальної стійкості і впливу на соціальне пізнання, світосприйняття в цілому» [3].

Висновки. Соціальне пізнання можна з впевненістю віднести до одного із найбільш складних видів людської діяльності. Це обумовлено, крім інших причин, надзвичайною значущістю для людини соціального порівняння, глибокою залученістю до цього процесу особистісного і суспільного несвідомого. Стереотип пізнання є феноменом, що відповідає двом фундаментальним протилежним тенденціям стабільності і розвитку, які, поєднуючись в процесі детермінації стереотипу, визначають його суттєвий внесок в регуляцію пізнавальної діяльності. Складна взаємодія зовнішніх чинників з культурними та психологічними процесами особистості є детермінантами виникнення, збереження та відтворення стереотипів.

Література

1. Агеев В. С. Психологическое исследование социальных стереотипов / В.С. Агеев // Вопросы психологии. – 1986. – № 1. – С. 95–101.

2. Андреева Г.М. К проблематике психологии социального познания / Г.М. Андреева // Мир психологии. – 1999. – №3. – С.15-23.

3. Баязитов Р.Ф. Авторитарный стереотип: сущность и проявления в социальных взаимодействиях [Монография] / Р.Ф. Баязитов. – Нижнекамск : Изд-во НМИ, 2006. – 175 с.

4. Баязитов Р.Ф. Функции стереотипа и установки в социальном познании / Р.Ф. Баязитов // Материалы Тринадцатых Страховских чтений: [Сб. науч. трудов / Под ред. проф. В.И. Страхова]. – Саратов, 2004. – С. 33-42.

5. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.

6. Бодалев А.А. Восприятие и понимание человека человеком / А.А. Бодалев. – М. : МГУ, 1982. – 199 с.

7. Горбачева Е.И. Предметная ориентация мышления и понимание / Е.И. Горбачева // Вопросы психологии. – 1994. – № 5. – С. 78-85.

8. Кон И.С. Социологическая психология / И.С. Кон. – М. : Московский психолого-социальный институт; Воронеж : МОДЭК, 1999. – 560 с.

9. Коул М. Культурно-историческая психология: наука будущего. Пер. с англ. – М. : Когито-Центр, ИП РАН, 1997. – 432 с.

10. Лейенс Ж.Ф., Дарден Б. Основные концепции и подходы в социальном познании / Ж.Ф. Лейенс, Б. Дарден // Перспективы социальной психологии. Пер. с англ. – М. : ЭКСМО-Пресс, 2001. – С. 128-156.

11. Майерс Д. Социальная психология / Дэвид Майерс // [Пер. с англ. В. Гаврилов, С. Шпак, С. Меленевская, Д. Викторова]. – Изд. 2-е, испр. – СПб. : Питер, 1999. – 688 с.

12. Маслова В.А. Введение в лингвокультурологию : учеб. пособие для студентов высших учебных заведений / В.А. Маслова. – М. : Академия, 2001. – 202 с.

13. Мацумото Д. Психология и культура / Дэвид Мацумото. – СПб. : Питер, 2003. – 603 с. (Серия «Мастера психологии»)
14. Мельник Г.С. Mass-Media: Психологические процессы и эффекты / Г.С. Мельник. – СПб., 1996. – 183 с.
15. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд / С. Московичи // Психологический журнал. – Том 16. – 1995. – №1. Режим доступа: <http://journal.spbu.ru/?p=6334>
16. Понукалин А.А. Факторы детерминации человеческой деятельности. Потребность, мотив, цель / А.А. Понукалин // Психические характеристики деятельности человека-оператора. – Саратов, 1985. – С. 28-44.
17. Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку иностранцев / Ю.Е. Прохоров. – М., 1996.
18. Стереотип социальный // Философский словарь / Под ред. И.Т. Фролова. – 5-е изд. – М.: Политиздат, 1986. – С. 459.
19. Стереотипизация // Психология. Словарь / Под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Политиздат, 1990. – С. 385.
20. Шихирев П.И. Исследование стереотипа в американской социальной науке / П.И. Шихирев // Вопросы философии. – 1971. – №5. – С.168-176.
21. Clark W. Portrait of the Mythical Gentile // Commentary. – 1949. – Vol. 7. – P. 546–549.
22. Hayakawa S. Recognizing Stereotypes as Substitutes for Thought // Review of General Semantics. – 1950. – Vol. 7. – P. 208.

Article is devoted to historical review of scientific ideas about the phenomenon of social stereotypes in the context of social thinking. Indicated that in the initial period of the study , this phenomenon was considered as false, imperfect education, as preconceived notions as " fixed image." Stereotyping later became defined as a necessary and important cognitive process that mediates

human behavior and helping orientation. Noted that in modern psychology and the actual process of stereotyping stereotypes are understood more broadly as a mechanism to simplify the perception of the subject not only of individuals and groups, but also various social phenomena and processes in general.

Keywords: social thinking, social cognition, social stereotypes, stereotyping, categorization.

Статья посвящена историческому обзору развития научных представлений о феномене социального стереотипа в контексте проблемы социального мышления. Указано, что в начальном периоде исследования этот феномен рассматривался как ложное, несовершенное образование, как предвзятое мнение, как «фиксированный образ». Позднее стереотипизация стала определяться как необходимый и важный когнитивный процесс, опосредующий поведение человека и помогающий ориентированию. Отмечено, что в современной психологии процесс стереотипизации и собственно стереотипы понимаются более широко, как механизм упрощения восприятия субъектом не только отдельных личностей и групп, но и различных социальных явлений и процессов в целом.

Ключевые слова: социальное мышление, социальное познание, социальный стереотип, стереотипизация, категоризация.