

ПРИЧОРНОМОРСЬКИЙ НАУКОВО-ДОСЛІДНИЙ ІНСТИТУТ
ЕКОНОМІКИ ТА ІННОВАЦІЙ

ГАБІТУС

Науковий журнал

Випуск 10



**Одеса
2019**

Редакційна колегія:

Шапошникова Ірина Василівна – доктор соціологічних наук, доцент

Алісаускієне Мілда – доктор соціальних наук, професор

Бендаравечіне Ріта – доктор соціальних наук та порівняльної політики, асоційований професор

Ендріулайтієне Ауксе – доктор психологічних наук, професор

Тавровецька Наталія Іванівна – кандидат психологічних наук, доцент

Терешкінас Артурас – доктор соціальних наук, професор

Хижняк Лариса Михайлівна – доктор соціологічних наук, професор

Шебанова Віталія Ігорівна – доктор психологічних наук, професор

Науковий журнал «Габітус» є фаховим виданням
на підставі Наказу МОН України від 10.05.2017 року № 693 (додаток 7)

*Журнал включено до міжнародної наукометричної бази
Index Copernicus International (Республіка Польща)*

Електронна сторінка видання – www.habitus.od.ua

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet
Вченою радою Причорноморського науково-дослідного інституту
економіки та інновацій (протокол № 9 від 30.09.2019 року)

Науковий журнал «Габітус» зареєстровано
Міністерством юстиції України
(Свідоцтво про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації
серія KB № 22415-12315P від 22.11.2016 року)

ISSN (Print): 2663-5208
ISSN (Online): 2663-5216

© ПУ «Причорноморський науково-дослідний інститут економіки та інновацій», 2019

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1**ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ СОЦІОЛОГІЇ**

Артеменко А.Б. ВІЙСЬКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ОПТИЦІ СОЦІОЛОГІЇ	7
--	---

СЕКЦІЯ 2**СОЦІАЛЬНА СТРУКТУРА ТА СОЦІАЛЬНІ ВІДНОСИНИ**

Бойко В.А., Гудзенко О.З. ВІД СПОЖИВАННЯ ПОСЛУГ ДО ІНДУСТРІЇ ВРАЖЕНЬ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗМІНИ ПОТРЕБ СУЧАСНОГО СПОЖИВАЧА	13
Зубарева О.І. СОЦІАЛЬНІ ЕФЕКТИ НОВОГО РОЗУМІННЯ ЗДОРОВ'Я У ВИМІРІ СОЦІОЛОГІЇ	19
Легеза С.В. ЗМІННОСТІ ІНШОГО: ПОСТЛЮДСТВО В ПОПУЛЯРНІЙ КУЛЬТУРІ	24
Мартиненко С.О. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ДЕФІНІЦІЇ «СОЦІАЛЬНА АДАПТАЦІЯ»	29
Тімашова О.С. СОЦІАЛЬНИЙ ПЕРФОРМАНС ЯК СПОСІБ КОМУНІКАЦІЇ НЕЗНАЙОМЦІВ У ПУБЛІЧНОМУ ПРОСТОРІ	34
Черкашина Т.О., Толопка Н.І. СТЕРЕОТИПИ ЗОВНІШНОСТІ ЯК ЧИННИК ПОШИРЕННЯ ЛУКІЗМУ В СУСПІЛЬСТВІ	38

СЕКЦІЯ 3**СПЕЦІАЛЬНА ТА ГАЛУЗЕВА СОЦІОЛОГІЯ**

Варга Н.І. ВПЛИВ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ ФАКТОРІВ НА РОЗВИТОК НЕФОРМАЛЬНОЇ ЗАЙНЯТОСТІ В УКРАЇНІ	44
Горпинич О.В., Дубовик Н.А. ІМІДЖ ДІЛОВОЇ ЖІНКИ У СУЧАСНОМУ КОМУНІКАЦІЙНОМУ СЕРЕДОВИЩІ	50
Ибрагимова С.Г. ОРГАНИЗАЦИЯ МУЗЫКАЛЬНЫХ ФЕСТИВАЛЕЙ КАК СОСТАВНОЙ ЧАСТИ СОВРЕМЕННОЙ МУЗЫКАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ	56
Іванова І.Ф., Бондарець Б.Б. РІВЕНЬ КОРИСТУВАННЯ ІНТЕРНЕТОМ НА ПІВДНІ УКРАЇНИ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ СОЦІОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	60

Калашнікова Л.В. ПРОБЛЕМИ ВИВЧЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ ОСОБИСТІСНИХ УЯВЛЕНЬ ПРО БЕЗПЕКУ ЖИТТЄДІЯЛЬНОСТІ	65
Максимович О.В. ЕПІСТЕМОЛОГІЧНІ КОНСТРУКТИ МІФУ В СТРУКТУРІ МІЖКУЛЬТУРНИХ КОМУНІКАЦІЙ ПРИКОРДОННЯ	71
Погуляйло Т.О. ПРОБЛЕМИ ВНУТРІШНЬО ПЕРЕМІЩЕНИХ ОСІБ: ТРАНСФОРМАЦІЙНІ ЗМІНИ	77
Попова О.О. СОЦІОКУЛЬТУРНІ РИЗИКИ ОСВІТНЬОЇ РЕІНТЕГРАЦІЇ МІГРАНТІВ В УКРАЇНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО	84
Радионова Л.А. ИНСТРУМЕНТАЛЬНАЯ ЛОГИКА СЕТИ КАК ДЕТЕРМИНАНТА ОСНОВНЫХ ОЧЕРТАНИЙ ГОРОДСКИХ СООБЩЕСТВ	89
Рожанська Н.В. РЕЛІГІЙНА ПРИНАЛЕЖНІСТЬ МІСЬКОГО НАСЕЛЕННЯ ПРИЧОРНОМОРСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ	95
Сусська О.О. ПЕРСОНІФІКАЦІЯ В ЗАСОБАХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ ТА ІНТЕРНЕТІ: СОЦІОЛОГІЧНІ ІНТЕРПРЕТАЦІЇ	100
Чаплик М.М. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РЕСОЦІАЛІЗАЦІЇ ЗАСУДЖЕНИХ (ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ СОЦІОЛОГІЧНИХ ЗАМІРІВ В УСТАНОВАХ ВИКОНАННЯ ПОКАРАНЬ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	105
Шевченко О.М. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МОЛОДІ ЖИТЛОМ В УКРАЇНІ	110

СТЕРЕОТИПИ ЗОВНІШНОСТІ ЯК ЧИННИК ПОШИРЕННЯ ЛУКІЗМУ В СУСПІЛЬСТВІ

EXTERNAL STEREOTYPES AS A FACTOR OF SPREADING LUKISM IN SOCIETY

На сучасному етапі розвитку України особливої актуальності набувають питання встановлення рівності в усіх сферах суспільного життя, подолання соціальних стереотипів, що століттями впливали на свідомість і поведінку людей.

Стереотипи є невід'ємними атрибутами повсякденного мислення, самоусвідомлення та взаємодії індивідуів у соціальному просторі. Для повноцінного розвитку й самореалізації людини необхідно позбутися обмежень, що накладаються традиційними стереотипами висленими на поведінку особистості. Установки, стереотипи, рівнованітні норми визначають значну частину поведінки, надають форму ставленню особистості до певного явища, події.

На думку сучасних дослідників, одними з найпоширеніших стереотипів у суспільстві є гендерні стереотипи, расові, а останнім часом – стереотипи зовнішності.

Нині оцінювані та увага до зовнішності людини є досить актуальною. Пропагуються образи сучасних дітей, підлітків, чоловіків/жінок, представників певних професій та видів діяльності; пропагуються стилі вбрання, зачіски, навіть будови тіла та інших фізіологічних параметрів тощо. Це впливає на поведінку установлених «зразків зовнішності», які є модними в певний проміжок часу і створюють у свідомості людей стереотипи.

Нині ми постійно стикаємося з дискримінацією за зовнішністю. Таке ставлення, на жаль, стало частиною нашого повсякдення і не звертає на себе уваги (фейс-контроль на вході у клуб або ресторан).

Однією з досить поширених соціальних проблем, пов'язаних із навантаженням у суспільстві стереотипів, нині є саме оцінювані людей за зовнішністю, а також пов'язана з цим поведінка. Ця проблема отримала специфічне найменування – «лукізм» (lookism).

Джерелом лукізму прийнято вважати різні стереотипи про зовнішність, що пов'язують риси зовнішнього вигляду і якість характеру або способу життя, який веде людина.

Лукізм має власні різновиди: фетішеїзм – цитування людей із зайвою увагою, ейбїзм – дискримінація людей з особливостями розвитку; інвалідність, психічними розладами і хронічними захворюваннями, ейджизм – дискримінація за віком.

Первинна оцінка за зовнішністю людини є типовою і для українського суспільства.

У своєму дослідженні ми намагалися вивчити значення та вплив соціальних стереотипів у суспільстві, виявляючи значення зовнішності в сучасному інформаційному суспільстві, проаналізувавши стереотипи зовнішності як різновид найпоширеніших стереотипів сучасності, розкрити та систематизувати поняття лукізму як різновиду дискри-

мінації, охарактеризувати різновиди лукізму та тенденції його поширення.

Також нами було окреслено подальші перспективні напрями вивчення проблеми лукізму.

Ключові слова: стереотип, стереотипи зовнішності, дискримінація, лукізм.

At the present stage of development of Ukraine, the issue of establishing equality in all spheres of public life, overcoming social stereotypes that have influenced the consciousness and behavior of people for centuries is of particular relevance. Stereotypes are indispensable attributes of everyday thinking, self-awareness and interaction of individuals in the social space. For the full development and self-realization, one must get rid of the restrictions imposed by traditional stereotypes of thinking on personality behavior.

Attitudes, stereotypes, various norms determine a significant part of behavior, give shape to the attitude of the individual to a certain phenomenon, event.

According to modern researchers, one of the most common stereotypes in society is gender stereotypes, racial and, more recently, stereotypes of appearance.

Today, evaluation and attention to human appearance is no exception. The images of modern children, teenagers, men / women, representatives of certain professions and activities are promoted; promotes dress styles, hairstyles, even body structure and other physiological parameters and more. This influences the appearance of established "appearance patterns", which are fashionable in a certain amount of time and create stereotypes in people's minds.

Today, we constantly face discrimination on the outside. Unfortunately, this attitude has become a part of our everyday life and does not pay attention (not long surprised by the face control at the entrance to a club or restaurant).

One of the common social problems related to the presence of stereotypes in society today is the assessment of people by their appearance and their behavior. This problem has a specific name – "Lukism".

The source of Lukism is considered to be different stereotypes about appearance, which link the features of appearance and quality of character or lifestyle that man leads.

Lukism has its own varieties: fetichism – hounding overweight people, ableism – discrimination against people with disabilities, ageism – age discrimination. Initial assessment of human appearance is also typical of Ukrainian society.

To open up and systematize the concepts of Lukism as a form of discrimination, to characterize the varieties of Lukism and its tendencies. We also outlined further perspective directions for studying the problem of Lukism.

Key words: stereotype, stereotypes of appearance, discrimination, Lukism.

УДК 3.316,7
DOI <https://doi.org/10.32843/2663-5208.2019.10.7>

Черкашина Т.О.
к.соціол.н.,
доцент кафедри соціальної роботи,
соціальної педагогіки та соціології
Херсонський державний університет
Толопка Н.І.
студентка III курсу спеціальності
«Соціологія»
Херсонський державний університет

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку України відбуваються процеси демократизації та гуманізації суспільства, які сприяють створенню різних можливостей для окремої людини, незалежно від її соціального статусу, національності, віку, статі. Особливої актуальності набувають питання встановлення рівності в усіх сферах суспільного життя, подолання соціальних стереотипів, що століттями впливали на свідомість і поведінку людей.

Стереотипи є невід'ємними атрибутами повсякденного мислення, самоусвідомлення та взаємодії індивідів у соціальному просторі. Вони також є важливою складовою частиною та базою соціалізації, адже за умов відсутності ustalених уявлень людині довелося б пізнавати всі речі заново, що, в принципі, неможливо в сучасному інформаційному суспільстві.

Для повноцінного розвитку й самореалізації людині необхідно позбутися обмежень, що накладаються традиційними стереотипами мислення на поведінку особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Широке та ефективне застосування поняття «стереотип» одночасно представниками різних наук дає підстави вказувати на його універсальність або міждисциплінарний характер.

Вивченням феномена стереотипу займалися такі українські і російські вчені: В. Агеев, М. Головатий, Р. Грановська, А. Деркач, В. Жуков, А. Козловська-Тельнова, Ю. Крижанська, Л. Лаптев, А. Лебедев-Любимов, Л. Леонтьєва, Т. Мадржицький, С. Матвеев, Д. Ольшанський, Е. Орлова, А. Певзнер, В. Ядов та інші.

Серед закордонних авторів цим питанням займалися загалом представники американської соціальної психології та соціології: У. Ліппман, Д. Катц, П. Брейлі, Р. Нісбет, М. Росс, Д. Гамільтон, Н. Кентор, К. Макколі та інші.

Соціальні стереотипи розглядаються у працях О. Бодальова, В. Куніциної, І. Кона, В. Панфьорова, В. Петренка.

Функціонування, стійкість та руйнування стереотипів досліджували А. Байбурін, Є. Бартмінський, К. Гудзик, А. Назаретян, Т. Рябова та інші.

Постановка завдання. У своєму дослідженні ми намагались вивчити значення та вплив соціальних стереотипів у суспільстві, виявивши значення зовнішності в сучасному інформаційному суспільстві, проаналізувавши стереотипи зовнішності як різновид найпоширеніших стереотипів сучасності, розкрити та систематизувати поняття лукізму як різновиду дискримінації, охарактеризувати різновиди лукізму та тенденції його поширення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Теорія стереотипізації з'явилася після виходу книги американця У. Ліппмана «Громадська думка» у 1922 р., яка і ввела в наукову термінологію поняття «стереотип».

«Стереотип, – писав У. Ліппман, – це упереджена думка, яка рішуче керує усім процесом виховання. Він маркує певні об'єкти як знайомі, так і не знайомі. Тому ледве знайомі здаються добре знайомими, а не знайомі – чужими. Він оперує знаками, які можуть варіюватись від істинного індексу до невизначеної аналогії» [15, с. 78].

Світ, який людям треба пізнати, й світ, який вони знають, – часто зовсім протилежні речі. На думку Ліппмана, суспільство знайшло вихід з цієї проблеми у використанні стереотипів – сталих та економних змістових форм існування масової свідомості, яка оперує світом та у світі. Коріняться вони дуже глибоко не тільки в масовій, а й в індивідуальній свідомості. Їх ніхто не вигидав і не запроваджував, вони виникли із суспільної потреби в них. Вони завжди однозначні, хоча реальна поведінка людини багатогранна.

З одного боку, стереотипи дають людині змогу без зайвих зусиль загалом, ніби єдиним комплексом, сприймати ситуації, що зустрічаються в житті, тому що стереотипи містять у собі стандартизований колективний досвід, який надає людині просту загальну формулу будь-якого явища. Стереотипи, створюючи атмосферу довіри, певним чином спрямовують поведінку людини на початковому етапі ідентифікації [16].

З іншого боку, стереотипи спотворюють сприйняття реальності, коли ситуація або об'єкт розглядаються з точки зору масових уявлень, без урахування фактів, сучасної оцінки та індивідуального підходу. За цих умов соціальні стереотипи перетворюються на «ярлики», за допомогою яких те, що є колективним переконанням (відоме і прийняте в суспільстві), оцінюється як «позитивне», а те, що не прийнято, сприймається як «негативне». Отже, проблема не в самих стереотипах, а в упередженості щодо інтерпретації їх змісту та функціонування.

Стереотипу притаманна специфічна якість: він водночас є і оцінкою, і психологічною установкою. Прийнято вважати, що оцінки й установки, як правило, аргументовані. Однак стереотипним оцінкам, що ґрунтуються на сильних емоціях, переживаннях, симпатіях або антипатіях, аргументація не притаманна. Їх суть можна виразити такою формулою: «Цього не може бути, оскільки цього не може бути ніколи». Це зумовлює не лише упередженість, але й високу регулюючу силу – стереотипи визначають поведінку та ставлення людини, групи осіб до певної організації, об'єкта, процесу, явища.

Психолог Т. Мадржицький подає ознаки стереотипу: стереотип – не завжди об'єктивне узагальнення; воно або надто спрощене, або надто широке, перебільшене; це – переко-

нання, спільне для певної суспільної групи; стереотип як стійка система установок не формується через соціальний досвід, а передається вербальною комунікацією; стереотип є досить стійким та не піддається змінам [8, с. 268].

Виходячи з вищезазначеного, ми розуміємо, що стереотип – це стійке психічне утворення у свідомості людини, що складається з: 1) спрощеного, узагальненого образу певних об'єктів, явищ, процесів; 2) оцінки цих об'єктів, явищ чи процесів; 3) установок щодо певного виду реагування на ці об'єкти, явища, процеси, яка ґрунтується на попередньому досвіді взаємодії з ними. Часто стереотипи відображають не власну позицію індивіда, а групове переконання.

Соціальні стереотипи чинять значний вплив, коли вони сильні, коли судять про невідомих індивідуумів і коли формують політику стосовно цілих груп. Установки, стереотипи, різноманітні норми визначають значну частину поведінки, надають форму ставленню особистості до певного явища, події.

Розподіл людей за категоріями збільшує одноманітність усередині групи і відмінності між групами [2, с. 13–15]. Поряд з іншими психологічними механізмами, стереотипізація дає змогу людині швидко і досить надійно класифікувати і спрощувати своє соціальне оточення. Грубість і схематизм спрощення – немінучі витрати необхідних процесів селекції величезної кількості інформації

На думку сучасних дослідників, одними з найпоширеніших стереотипів у суспільстві є гендерні стереотипи, расові, а останнім часом – стереотипи зовнішності [3; 4].

У певні історичні періоди в різних країнах існували певні усталені стандарти зовнішньої привабливості та потворності, що виявлялося не тільки в культурному та естетичному аспекті (вбрання, прикраси), але й у фізичному (будова тіла, фізичні вади).

Нині оцінювання та увага до зовнішності людини не є виключенням. Пропагуються образи сучасних дітей, підлітків, чоловіків/жінок, представників певних професій та видів діяльності; пропагуються стилі вбрання, зачісок, навіть будови тіла та інших фізіологічних параметрів тощо. Це впливає на появу усталених «зразків зовнішності», які є модними в певний проміжок часу і створюють у свідомості людей стереотипи.

Стереотипи зовнішності, зокрема чоловіків і жінок, стосуються нормативних приписів щодо зовнішнього вигляду за гендерною ознакою та критеріїв привабливості.

Зовнішність у житті сучасної людини є дуже важливим й обов'язковим компонентом її існування. Зовнішність є сукупністю анатомічних, функціональних та соціальних ознак

людини, доступних конкретно-чуттєвому відображенню.

До анатомічних ознак зараховують скелетно-м'язову структуру обличчя та тіла, до функціональних – різні виразні рухи обличчя та тіла людини (міміка, пантоміміка, голос, мова), до соціальних – елементи оформлення зовнішності у вигляді одягу, косметики, прикрас.

Важливу роль в оцінці зовнішньої привабливості відіграє ступінь відповідності зовнішності домінуючим стандартам краси. Власний тілесний образ, а саме такий важливий компонент, як зовнішність, може значно впливати на очікування людини щодо успішності або неуспішності майбутньої взаємодії та на її реальну поведінку стосовно інших людей [14].

Фізична привабливість входить до списку найбільш важливих критеріїв вибору статевого партнера і у чоловіків, і у жінок, хоча чоловіки ставлять її значно вище, ніж жінки.

Естетична оцінка зумовлена впливом культури та особистим смаком. На думку еволюційної психології, естетична оцінка лежить в основі рішення, яке безпосередньо пов'язане з виживанням та розмноженням.

Емпіричні дослідження виявили, що хоча індивідуальні та культурні відмінності в естетичній оцінці є, але її основа – естетичне почуття – є продуктом довготривалого природного добору. На основі досліджень було складено опис моделі ідеального чоловіка, який був би привабливим як партнер для середньостатистичної жінки. Було виявлено, що жінкам подобаються пов'язані з андрогенами характеристики зовнішності: велика нижня щелепа, широкі плечі, розвинута мускулатура верхньої частини тіла. Своєю чергою, ідеальна жінка повинна мати високий рівень симетрії тіла та обличчя, невеликі щелепи, плавні обриси тіла [11].

Варто зазначити компоненти, які властиві стереотипам зовнішності чоловіків: тіло – високий зріст, великий розмір частин тіла, розвинена мускулатура, широка грудна клітка й плечі, вузький таз (форма тіла – перевернутий трикутник), обличчя – масивна нижня щелепа, вольове підборіддя, густі брови, глибоко посажені очі.

Своєю чергою, виділяють компоненти, які властиві стереотипам зовнішності жінок. Привабливими вважаються струнке тіло з плавними обрисами та добре вираженою талією (форма тіла – пісочний годинник), невеликі щелепи, тонкі й делікатні риси, великі очі з довгими віями, повні губи [12]. Існуючі стереотипи зовнішності передають не тільки те, що є нормою для зовнішності людини, вони також показують, що є відхиленням від норми.

Формування стереотипів зовнішності зумовлене різноманітними факторами: етнічними та культурними («західні»

та «східні» стереотипи зовнішності чоловіків і жінок різняться); еталонними (диктуються модною індустрією та ЗМІ); особистісними уподобаннями.

Нині ми постійно стикаємося з дискримінацією за зовнішністю. Таке ставлення, на жаль, стало частиною нашого повсякдення і не звертає на себе уваги: наприклад, нас давно не здивувати фейс-контролем на вході у клуб або ресторан. Ми не замислюємося над тим, що в пасажирському транспорті відсутні відповідні за розміром сидіння місця для повних або високих людей. Вважається нормальним, що деякі компанії не просто підбирають працівників за зовнішніми даними, але й пишуться цим, виставляючи красу співробітників як своє досягнення.

Нині стереотипи зовнішності стали важливим соціально-психологічним фактором, що здатний провокувати депресивні стани, оскільки існує висока позитивна кореляція між задоволенням зовнішністю і задоволенням собою. Соціальна оцінка через фізичні критерії породжує низку психологічних проблем, бо «фізичне Я» є важливою складовою частиною «Я-концепції» та одним із критеріїв самооцінки.

Однією з досить поширених соціальних проблем, пов'язаних із наявністю у суспільстві стереотипів, нині є саме оцінювання людей за зовнішністю, а також пов'язана з цим поведінка. Ця проблема отримала специфічне найменування – «лукізм» (lookism).

Інформація, що поширюється в інтернеті, через ЗМІ, завдяки рекламі або простому спілкуванню, щодо зовнішності тих чи інших людей, героїв фільмів, публічних осіб і навіть мультимедійних героїв та їх поведінка розглядаються як джерело формування стереотипів зовнішності як у дорослих, так і дітей.

Уявлення, сформовані інформацією, слугують фоном знанням для диференціації людей на красивих і непривабливих, тих, що вселяють довіру, і відразливих. Сама по собі диференціація не є проблемою, проте часто на основі засвоєних уявлень і стереотипів відбувається вибір певної моделі поведінки щодо людини з тими чи іншими рисами зовнішності, оцінка людини за її зовнішнім виглядом. Це призводить до дискримінації людини за зовнішністю.

Однак у реальному житті, якщо одна особистість отримує переваги завдяки своїй зовнішності, інша виявляється несправедливо обмеженою. Тому проблемою сучасного суспільства є трансляція стереотипів про зовнішність як джерело гіпотетично можливої дискримінації, яку може спричинити їх застосування в реальному житті [5, с. 128–141].

Проблема лукізму раніше розглядалася тільки в контексті етнічної дискримінації.

Однак західна соціологія, знайома з цією проблематикою з 1960-х рр., наділяє поняття «дискримінація за зовнішністю» більш широким змістом, застосовуючи його не тільки до поведінки щодо людей іншої національності, а й щодо людей із певними рисами або особливостями зовнішності, такими як колір волосся, комплекція тіла, носіння окулярів або протезів тощо.

Лукізм став основою для пояснення ставлення до красивих і негарних людей. Джерелом лукізму прийнято вважати різні стереотипи про зовнішність, що пов'язують риси зовнішнього вигляду і якість характеру або спосіб життя, який веде людина [10, с. 67–81].

Лукізм (від англ. look – зовнішність) – дискримінація за зовнішністю, в основі якої лежить оцінювання зовнішності іншої людини. Критерії оцінювання мають соціальне походження. Важливо брати до уваги, що уявлення про якості, нібито властиві власникові тієї чи іншої зовнішності, множинні: одні й ті самі риси зовнішності, такі як наявність окулярів або вусів, елементів одягу та ін. викликають в оцінці людей різні асоціації та актуалізують різні стереотипи.

Лукізм має різновиди.

Одним із різновидів лукізму вважається фетшеймінг (від англ. fat – повний, shame – ганьба) – цькування людей із зайвою вагою. Повноту і зайву вагу більшість людей пов'язують із лінощами, а приниження і образи повних людей виправдовують турботою про чуже здоров'я. При цьому ніхто не замислюється про те, що зміни у вазі можуть бути пов'язані із захворюваннями, порушеннями метаболізму, прийомом препаратів. Також завжди є варіант – людині в її вазі може бути просто комфортно.

Нині образ ідеального тіла часто є недосяжним: 85% жінок через біологічні обмеження не можуть відповідати еталонам тілобудови, пропонованим ЗМІ (сучасна «модель» тендітніша від середньостатистичної жінки на 23%) [6, с. 74–83]. Тому нині зазначається постійне збільшення кількості проведення естетичних пластичних операцій. Стрімкий розвиток естетичної хірургії зумовлений зміною стандартів краси, а також великим значенням зовнішності в ієрархії цінностей жінок [13, с. 148–165].

Також люди часто пов'язують неповноцінність своїх міжособистих відносин із невідповідністю зовнішніх параметрів свого тіла вимогам, що висуваються соціумом. Тому часто вважають покращення зовнішності фактором, що сприяє гармонізації відносин.

Ще одним різновидом лукізму є ейблізм (англ. ableism) – дискримінація людей з особливостями розвитку, інвалідністю, психічними розладами і хронічними захворюваннями. Виявляється вона в страху або ігноруванні

таких людей та їх потреб. А це, своєю чергою, дуже ускладнює інтеграцію людей з обмеженими можливостями в суспільство.

Ейджизм (англ. ageism) – дискримінація за віком – також належить до лукізму. Найчастіше з цим видом дискримінації стикаються люди старшого віку. Наприклад, найпоширеніші установки в суспільстві щодо старості: люди старші 45 років не здібні до навчання, неефективні та швидко втомлюються. Негативне ставлення до старості – це зворотний бік культу молодості з її стандартами здоров'я та краси. Але є й інша сторона: вважається, що люди молодші 25 років недосвідчені, занадто волеюбні та інфантильні.

Первинна оцінка за зовнішністю людини є типовою і для українського суспільства. Як приклад можна привести те, що дедалі наполегливіше українські ЗМІ популяризують думку, що цінність жінки полягає в її красі, що красиве тіло забезпечує її привабливість [7, с. 14–19]. І що атрибутом такої краси є худорлявість. Отже, аби бути задоволеними своєю зовнішністю, три чверті жінок «сідають на дієту» (як правило, безрезультатно), а приблизно половина використовує сумнівні засоби для схуднення, підриваючи своє здоров'я, що провокує новий стрес. Жінки як соціальна група набагато частіше невдоволені власним тілом, і ця невдоволеність значно зросла за останні 25 років [17, с. 55–68].

Висновки з проведеного дослідження. Зовнішність людини завжди була чинником привертання уваги до особистості, її діяльності, соціального статусу. За зовнішністю людину не тільки оцінюють, але й дискримінують.

Стереотип водночас є і оцінкою, і психологічною установкою. Це зумовлює упередженість – стереотипи визначають поведінку та ставлення людини, групи осіб до певної організації, об'єкта, процесу, явища.

Лукізм став основою для пояснення ставлення до «красивих» і «негарних» людей.

Явище лукізму досить швидко поширюється, ґрунтуючись лише на зовнішніх даних, провокуючи робити вибір не на користь людини. Здається, що дискримінація на основі зовнішності може бути наслідком процесів конструювання соціальної ідентичності, що виявляється в бажанні вписатися в соціальне оточення, продемонструвати себе іншим людям у потрібному світлі, показати приналежність до групи.

Дуже жорстокі, часто більше ніж дорослі, сучасні діти, які упереджено ставляться до людей, зокрема до однолітків. На жаль, статистика говорить, що в 90% причиною булінгу в школі є якраз така зовнішність, із них тільки 3% належать до «привабливих» дітей. Крім того, невдоволення своєю зовнішністю під впливом суспільства є однією з найпопуляр-

ніших причин підліткової депресії. А остання в 50% випадків призводить до суїцидальної поведінки [2].

Оцінювання зовнішності суміжне з багатьма людськими установками: сумнівом, заздрістю, недовірою, ворожістю, агресією тощо. Нерідко воно стає пусковим механізмом подібних почуттів. Своєю чергою, за їх наявності можна побічно судити про те, чи схильна конкретна людина до лукізму.

За даними фізіологів, 80% інформації про навколишній світ людина отримує за допомогою зору [9, с. 71–77]. Тому нині у зв'язку зі збільшенням кількості інформації, адресованої для зорового сприйняття, поширенням різних візуальних репрезентацій, проблема дискримінації за зовнішнім виглядом стає більш актуальною і потребує вивчення.

З огляду на вищезазначене, нами було окреслено подальші перспективні напрями вивчення проблеми лукізму:

- виявлення основних причин та мотивів дискримінації за зовнішністю;
- вивчення основних елементів зовнішності, що найчастіше стають індикатором дискримінації;
- дослідження різновидів лукізму;
- вплив ЗМІ на формування стереотипів зовнішності у суспільстві;
- причинно-наслідкові зв'язки лукізму з булінгом у загальноосвітніх закладах України, закладах вищої освіти та дискримінацією в трудових колективах й організаціях;
- наслідки лукізму для розвитку особистості та функціонування суспільства тощо.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Балицкий А.Г. Социальные стереотипы и социальная самореализация / А.Г. Балицкий, Л.А. Сабурова. *Философия истории: диалог культур*. Москва, 1989. С. 13–15.
2. «Встречают по одежке...», лукизм или дискриминация, которую не воспринимают всерьез. URL: <https://setevoy.net/vstrechayut-po-odezhke-lukizm-ili-diskriminaciya-kotoruyu-ne-vosprinimayut-vserez>
3. Гендерные различия. *Гендерные отношения в современном обществе: глобальное и локальное* : Материалы IV межвузовской конференции молодых исследователей, 22–23 октября 2004 г. / Отв. ред. М.В. Рабжаева. Санкт-Петербург, 2005. 384 с.
4. Гендерні стереотипи та ставлення громадськості до гендерних проблем в українському суспільстві / За ред. Ю.І. Саєнка. Київ : ВАІТЕ, 2007. 143 с.
5. Глухова М.Е. Стереотипы внешности в современной детской российской анимации. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*. 2018. Т. 11. Вып. 1. С. 128–141. URL: <https://doi.org/10.21638/11701/spbu12.2018.111>
6. Данильченко Т. Стереотипи зовнішності: яким має бути людське тіло? *Соціальна психологія*. 2005. № 6 (14). С. 74–83.

7. Данильченко Т.В. Стереотипи мужності і жіночності в засобах масової комунікації. *Вісник Чернігівського державного педагогічного університету. Вип. 17. Психологічні науки*. Чернігів : ЧДПУ, 2002. С. 14–19.
8. Лебедев-Любимов А. Психология рекламы. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 368 с.
9. Орех Е.А. "ЛЮБИТЬ ИНЫХ – ТЯЖЕЛЫЙ КРЕСТ". О ФЕНОМЕНЕ ЛУКИЗМА. *ЧЕЛОВЕК*. 2017. № 2. С. 71–77.
10. Орех Е.А. Феномен лукизма и возможности его социологического анализа. *Социологический журнал*. 2016. № 3. С. 67–81. DOI: 10.19181/socjour.2016.22.3.4585.
11. Палмер Д. Эволюционная психология. Секреты поведения Homo sapiens / Д. Палмер, Л. Палмер. Санкт-Петербург : Нева, 2004. 207 с.
12. Рамси Н. Психология внешности / Н. Рамси, Д. Харкорт. Санкт-Петербург : Питер, 2009. 256 с.
13. Слостенина В.В. Культурно-исторический подход к внешности у женщин. Психологические проблемы выбора хирургического способа улучшения внешности. *Научный альманах «Телескоп»*. Вып. 18. Самара : «Научно-технический центр», 2007. С. 148–165.
14. Социальная психология: Хрестоматия : Учебное пособие для студентов вузов / Сост. Белинская Е.П., Тихомандрицкая О.А. Москва : Аспект Пресс, 2003. 471 с.
15. Шихирев П.Н. Исследование социального стереотипа в американской социологии. *Вопросы Философии*. 1971. № 5. С. 76–82.
16. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис: Пер. с англ. / Общ. ред. и предисл. А.А. Толстых. Москва : Издательская группа «Прогресс», 1996. 344 с.
17. Forbes G.B. Body Dissatisfaction in Women and Men: The Role of Gender-Typing and Self-Esteem. *Sex Roles*. 2001. V. 43. P. 55–68.