

УДК 32.019.51

## СТЕРЕОТИПИ ЯК СКЛАДОВА ПОЛІТИЧНОЇ СВІДОМОСТІ

**Оксана Шурко**

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
філософський факультет, кафедра політології,  
вул. Університетська 1, 79000, Львів, Україна  
e-mail: shurko\_0@ukr.net*

В статті розглядаються політична свідомість і стереотипи як один з її елементів, структура й основні механізми формування стереотипів, процес стереотипізації за Г. Тедшфелом, вияв політичних стереотипів у суспільно-політичній практиці.

*Ключові слова:* політична свідомість, політична культура, стереотип, політичний стереотип, стереотипізація, генералізація, пропаганда.

Аналізуючи політичні зміни у світі та Україні, доцільно вивчати не лише інституційну складову цих змін, а й неінституційну, яка включає політичну свідомість і політичну культуру. З рівнем розвитку останніх пов'язують стабільність і динамічність політичних систем, ступінь їх демократичності та здатності адаптації до внутрішньосистемних і міжсистемних впливів. Політична культура розглядається як цілісна система, елементами якої є і мотиваційні елементи, що формують певну систему політичних цінностей, інформаційний рівень, і способи політичної поведінки. Політична свідомість як елемент політичної культури складається з низки структурних компонентів, одним з яких є політичний стереотип. Стереотипи існують у будь-яких суспільствах тому, що спрощують людське існування у процесі сприйняття соціальних процесів і явищ усталеними образами, шаблонами, що сформувались у свідомості. У деяких режимах процес формування у населення стереотипів ставав цілеспрямованою політикою, скажімо, в нацистській Німеччині він перетворився на тотальний, різноманітний за своїми формами, проте єдиний за цілями. Пропаганда базувалася на знанні особливостей масової психології, була зорієнтована на почуття, інстинкти, упередження, та головне – некритичне сприйняття дійсності. У кризові періоди функціонування політичних систем критичність сприйняття та оцінки певних дій людей і носіїв влади знижується і переходить на психоемоційний рівень, який представлений настроями, установками, стереотипами, емоціями, чутками, афектами.

Вперше термін стереотип використав У. Ліппман, який аналізував вплив уже наявного знання про предмет на його сприйняття й оцінку при безпосередньому контакті, коли людина, не усвідомлюючи цього, накладає певне кліше щодо іншої людини, групи, на яке впливають певні переконуючі фактори [2, с. 23]. Найбільш поширеною ідеєю щодо визначення аспектів стереотипів є запропонована У. Ліппманом, а саме:

1. Доступність та простота (складне зводиться до простого і запам'ятовується).
2. Набуття зовні, а не самостійне формування (чинниками впливу є спілкування з іншими людьми, сприйняття інформації за посередництва ЗМІ тощо).
3. Переважна помилковість та неправдивість. Стереотип приписує людині якості, якими вона повинна володіти у зв'язку з приналежністю до певної групи таких

же носіїв; але часто люди з якихось причин не набувають цих якостей і стереотип лишається у вигляді «штампу», вжитого безпідставно, на основі домислів та чуток, без прямого контакту із носієм стереотипу.

4. Тривалий час існування (стереотипи практично неможливо викоринити).

Узагальнюючи дослідження стереотипу, британський психолог Г. Тедшфел підкреслює, що люди з легкістю виявляють готовність характеризувати інших людей недиференційованими, грубими, пристрасними; ознаками, які відрізняються стабільністю, хоча можуть змінюватися, але дуже повільно. Також він зазначає, що соціальні стереотипи стають більш виразними і ворожими у періоди соціальної напруги, в умовах конфлікту, і саме тоді ними стає важко управляти [див.: 1, с. 97].

Стереотипізація за Г. Тедшфелом виконує дві важливі соціальні функції: пояснює існуючі відносини між групами, здійснюючи при цьому пошук причин деяких соціальних конфліктів і зв'язків, та виправдовує існуючі міжгрупові відносини, дії, спрямовані на підтримку чи проти учасників групи, або такі, які планується здійснити на їх підтримку чи проти них [12, с. 68].

Політичний стереотип можна визначити як стандартизоване, спрощене уявлення стосовно політичного об'єкта, наслідком якого є визначена поведінкова реакція. Політичний стереотип – усталене і масове явище політичної свідомості та поведінки, яке формує політичний простір [4, с. 2].

Структура стереотипу складається з центру – «стрижня» і «периферії» [4, с. 3]. Осердя стереотипу складається зазвичай з однієї-двох найпомітніших, яскравих, емоційно забарвлених ознак, які безпосередньо пов'язуються з «периферією» – певними рисами характеру й поведінки, властивостями явищ, наслідками подій тощо. Д. Ольшанський, інтерпретуючи стереотип складним, інтегрованим утворенням, визначає два компоненти його внутрішньої структури: 1) знання – когнітивно-інформаційний компонент; 2) ставлення – емоційно-почуттєве і оцінне [7, с. 21]. В. Агеев вважає, що стереотип має трьохрівневу структуру: 1) афективний рівень – охоплює почуття симпатії або антипатії відповідно до реального або символічного об'єкта; 2) когнітивний рівень – виражений у думці щодо об'єкта або у судженні про нього; 3) поведінковий рівень – програма дій, що стосуються даного об'єкта [1, с. 98].

Неможливо ґрунтовно проаналізувати політичний стереотип без розгляду механізмів його формування. За Г. Оллпорт, у формуванні стереотипів, упереджень і настанов задіяні когнітивні процеси:

- 1) сприйняття об'єкта чи отримання інформації про нього у певний засіб;
- 2) формування образу предмета, тобто уявлення про нього, а також думок та оцінних суджень;
- 3) узагальнення окремих випадків та розповсюдження цих уявлень та оцінок на усю групу предметів;
- 4) закріплення цих результатів у пам'яті [5, с. 118].

Усі стереотипи, і політичні також, зароджуються у процесі сприйняття дійсності (перцепції) і є або неминучим наслідком перцептивної діяльності, або її «побічним продуктом».

Г. Тедшфел у своєму дослідженні розглядає проблему формування уявлень індивідів про світ і місце в цьому процесі різноманітних «ментальних утворень», серед яких вагомими є стереотипи. Категоризація, яка лежить в основі механізму утворення стереотипів, зазначає вчений, є фундаментальним «психічним процесом зарахування одиничного об'єкта, події, переживання до певного класу, у якості котрого можуть

виступати вербальні та невербальні значення, символи, сенсорні та перцептивні еталони, соціальні стереотипи, стереотипи поведінки тощо» [9, с. 298].

Люди співвідносять явища оточуючого середовища з категоріями своєї свідомості і роблять це, зазвичай, автоматично. Світ сприймається через категоріальну переробку, наслідком якої є пізнання явищ, подій, речей за найсуттєвішими їх ознаками, зв'язками і співвідношеннями з іншими явищами, подіями, речами, де підставою їх віднесення до понять є лише об'єктивні знання. Коли такі знання відсутні, категоризація носить випадковий, стихійний характер, а утворене «поняття» дає хибне, викривлене розуміння явища, події, речі. Особливості самих явищ, речей разом з індивідуальними властивостями суб'єкта сприйняття та соціальною складовою можуть визначати умови дефіциту об'єктивного знання, що відповідно впливає на процес випадкової категоризації у механізмі утворення стереотипів.

Когнітивний процес окрім категоризації включає і генералізацію, яку можна визначити узагальненням однорідних явищ на підставі редукування характеристик кожного з них. Г. Оллпорт зазначав, що «схильність людини до стереотипів полягає у її звичайній та природній тенденції будувати узагальнення..., змістом яких є надспрощення світу своїх вражень». Цю тенденцію пояснюють і пов'язують з процесом і результатом інформаційного перевантаження, в умовах якого свідоме спрощення трансльованої інформації полегшує категоризацію і створює передумови для формування стереотипу. Тому можемо виділити дві найтиповші ситуації виникнення стереотипу, пов'язані з діаметрально протилежними обсягами інформації: зумовлені її дефіцитом, що породжує хибну категоризацію, і породжені її надлишком, який стимулює поспішне і неправомірне узагальнення. Дослідження впливу когнітивної системи на соціальну перцепцію свідчать, що люди у своєму сприйнятті соціального світу набагато частіше надають перевагу ефективності своїх суджень порівняно з їх точністю. Серед причин такої переваги дослідники називають можливість швидко позбутися тривоги, пов'язаної з невизначеністю ситуації, а також мінімальну можливість негативних наслідків [6, с. 57].

Г.Тедшфел зазначав, що стереотипи, які є не тільки породженням індивідуальної свідомості, «не можуть аналізуватися лише у психологічних поняттях, оскільки детерміновані стосунками влади та конкуренції між групами» [10, с. 13]. Це означає, що окрім універсальних психологічних механізмів, обумовлених природою індивідуальної свідомості, у процесі формування стереотипу задіяні не менш універсальні механізми, обумовлені природою масової свідомості.

Розвиток свідомості невіддільний від становлення та руйнування стереотипів, що її конституують. Особливо це стосується рівня масової свідомості, який складається з надособистісних структур, що мають і діахронічний (архетипи, міфи), і синхронічний (стереотипи, еталони) вимір. Стереотипи з'являються внаслідок рефлексивного опрацювання міфологічного й архетипічного матеріалу. На думку авторів соціальних теорій стереотипу (З. Фрейд, С. Московичі, К.-Г. Юнг), стереотипи створюються колективним суб'єктом шляхом раціоналізації певних ірраціональних начал – феноменів колективного несвідомого (З. Фрейд) або архетипів (К.-Г. Юнг).

Сучасний індивід, сприймаючи дійсність і намагаючись зорієнтуватись у ній, звертається насамперед до логічного мислення, що прищеплене йому школою, розвиненого культурою та закріплене соціальним досвідом. В умовах дефіциту інформації про певний соціальний об'єкт або явище людина приписує фактам, які вона сприймає безпосередньо, причини, приховані від безпосереднього спостереження. Цей

психологічний феномен засновник концепції каузальної атрибуції Ф. Хайдер назвав «каузальною атрибуцією» [8, с. 160]. На його думку, каузальна атрибуція є особливістю буденної психології і виникає в умовах каузального дефіциту – браку інформації про причинно-наслідкові зв'язки явищ. Ще одним когнітивним механізмом формування стереотипів є труднощі зі встановлення причинно-наслідкового зв'язку між явищами. Коли людина володіє повною інформацією і має достатній інтелектуальний рівень – вона здатна правильно пояснити причини тих чи інших явищ. У протилежному випадку пояснення має випадковий характер і тяжіє до стереотипу.

Отже, когнітивні процеси, що сприяють формуванню стереотипів, можна поділити на дві групи: безпосереднє сприйняття явищ (категоризація й узагальнення) і пошук причинно-наслідкових зв'язків (конфігуративна атрибуція). На обох етапах механізми, що ведуть до утворення стереотипів, запускають дефіцит об'єктивної інформації або її надлишок, а пошук причинно-наслідкових зв'язків може відбуватися і на рівні логічного, і на рівні асоціативного мислення.

На думку С. Удовика, розвиток свідомості відбувається у двох полярних напрямках: 1) до архетипів, наслідком яких є виникнення у свідомості автентичних, культуротворчих елементів; 2) до інстинктів, що призводять до переобтяження свідомості нерелексивними й часто деструктивними елементами [3]. Стереотипи з'являються внаслідок рефлексивного опрацювання міфологічного й архетипічного матеріалу. Вони також утворюються та функціонують в емоційному полі діяльності засобів масової комунікації як символічні індекси інстинктів.

У сучасній Росії інститути влади через контрольовані державні засоби комунікації, попри наявність альтернативних джерел інформації, успішно формують у населення уявлення, ставлення і переконання, які можемо визначити як стереотипізоване контрастне мислення. П. Лазарсфельд і К. Ховланд зазначали, що пропаганда часто зводиться до риторичних стратегій «знай свого ворога» та «знай свого друга» [11, с. 162]. Передовсім насторожує факт, що у державі з низьким рівнем розвитку, де значна частина населення, а саме – 70% – знаходяться за межею бідності (за стандартами ЄС, такими вважаються громадяни дохід який становить менше ніж 60% від середнього показника в країні), існує високий рівень підтримки правлячого режиму. Таке схвалення дій влади неможливо досягнути за допомогою чесних інструментів, без маніпулювання масовою свідомістю і цілеспрямованого формування настроїв і переконань. Це основа, яка дозволяє формувати усі інші потрібні для режиму стереотипи. Головний стереотип, який міцно тримається у головах росіян, – не існує ні України як самостійної держави, ні української мови як окремої мови великої нації, а що системні процеси трансформації політичної системи України не можуть відбуватися без безпосереднього втручання і підтримки з боку США. Такі стереотипи є наслідком політики, яку провадила Росія провадила протягом століть і продовжує сьогодні: Україна це недодержава, яка не існує окремо від Росії, є її частиною, відтак, абсурдними виглядають прагнення українців щодо побудови самостійної, суверенної держави і самостійного вибору вектору суспільно-політичного розвитку. Аналогічна ситуація і з мовою – її трактують в кращому випадку лише як діалект російської, в гіршому – взагалі заперечують її існування. Проте, один із «найпопулярніших» і улюблених стереотипів, який пропагує російський режим – про жителів Західної України – про бандерівців. Цілком зрозуміло, що переважна кількість населення Росії поняття не мають хто такий С. Бандера, так само як більшість з них ніколи не мали нагоду відвідати те чи інше місто Західної України або й просто будь-яке українське місто. Тим не менше, вони переконані, що тут упереджено

ставляться до всіх росіян, а за російську мову можна і постраждати. Для того, аби режим міг підтримувати відповідний рівень популярності та відволікати увагу від власних помилок та узурпації влади в країні, в суспільстві активно пропагуються ідеї, які формують негативне ставлення до України та українців, США і американців, НАТО і військової загрози з її боку і т.п. Саме на прикладі Росії якнайкраще виявляє себе механізм формування стереотипів, упереджень і настанов, який запропонував Г. Оллпорт: об'єкт сприймається у своєрідний спосіб (наприклад пропаганди), що впливає на формування щодо нього уявлень, думок і оцінок, які, в свою чергу, опираються на узагальнення одиничних випадків і віднесення їх у ранг загального з подальшим закріпленням на рівні свідомості. Саме використання стереотипів спрощує реальність, не змушує людей думати та аналізувати. Інший чинник, який дозволяє успішно існувати стереотипам, що сформовані російською владою – низький матеріальний рівень життя населення, а відтак відсутність можливості подорожувати і бачити все на власні очі і робити на основі власного досвіду самостійні висновки. Прояви стереотипізованого контрастного мислення на рівні ідеології (релігії, політики або повсякденної свідомості) в сучасних умовах глобалізації, поглиблення інтеграційних процесів несе в собі реальну загрозу конфронтації на релігійному, етнічному, мовному ґрунті. Шлях до руйнування стереотипів довготривалий і складний, проте, та рано чи пізно вони або руйнуються, або заміщуються іншими.

#### Список використаної літератури

1. Агеев В. С. Психологическое исследование социальных стереотипов / В. С. Агеев // *Вопр. психологии.* – 1986. – № 1. – С. 95–101.
2. Липпман У. Общественное мнение / У. Липпман ; [пер. с англ. Т. В. Барчуновой]. – М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
3. Медведев А. Г. Механизмы взаимодействия адаптации личности с политической системой [Электронный ресурс] / А. Г. Медведев. – Режим доступа : [http://www.ipages.ru/index.php?ref\\_item\\_id=1844&ref\\_dl=1](http://www.ipages.ru/index.php?ref_item_id=1844&ref_dl=1)
4. Михальчук Н. В. Політичні стереотипи як об'єкт наукового аналізу [Електронний ресурс] / Н. В. Михальчук // Офіційний портал Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. – К., 2010. – Режим доступа : [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Vdakk/2010\\_2/41.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdakk/2010_2/41.pdf).
5. Налчаджян А. А. Этнопсихология / А. А. Налчаджян; 2-е изд. – СПб. : Питер, 2004. – 380 с.
6. Нельсон Т. Психология предубеждений. Секреты шаблонов мышления, восприятия и поведения / Т. Нельсон. — М. : Прайм-Еврознак, 2003. – 384 с.
7. Ольшанский Д. В. Психология масс / Д. В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2001. – 368 с.
8. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии [Электронный ресурс] / Д. В. Ольшанский. – Екатеринбург : Деловая книга, 2001. – 496 с. – Режим доступа : [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/Olsch/](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Olsch/).
9. Психология: словарь ; под общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского ; 2-е изд. – М. : Политиздат, 1990. – 494 с.
10. Шихирев П. Н. Современная социальная психология в Западной Европе: проблемы методологии и теории / П. Н. Шихирев. – М. : Наука, 1985. – 175 с.

- 
11. *Gastil R.* The Past, Present and Future of Democracy / R. Gastil // *Journal of International Affairs.* – 1985. – Vol. 38. – № 2. – P. 161–179.
  12. *Tajfel H.* Social Identity and Intergroup Relations / H. Tajfel. – Cambridge : Cambridge University Press, 2010. – 528 p.

*Стаття надійшла до редколегії 08.12.2015*

*Прийнята до друку 19.02.2016*

## **STEREOTYPES AS A COMPONENT OF POLITICAL CONSCIOUSNESS**

**Oksana Shurko**

*Ivan Franko National University of Lviv,  
Faculty of Philosophy, Department of Political Science,  
Universitetska str. 1, 79000, Lviv, Ukraine  
e-mail: shurko\_0@ukr.net*

The article is dedicated to consideration of stereotypes, their structure and basic mechanisms as a component of political consciousness, determination of the process of stereotyping by H. Tajfel and expression of political stereotypes in social and political practice.

*Key words:* political consciousness, political culture, stereotype, political stereotype, stereotyping, generalization, propaganda.