

УДК: 327.54 (73)

Хурдоль А. О.

## Механізми формування суспільно-політичних стереотипів та їхній вплив на свідомість громадян

Проналізовано особливості формування суспільно-політичних стереотипів. Висвітлено маніпулятивний характер їхнього використання політиками. Виявлено та описано стереотипні уявлення американського президента Дж. Буша, що вплинули на формування зовнішнього курсу США.

**Ключові слова:** стереотип, маніпуляція, політика, ідеологія, когнітивні особливості.

У умовах зростання ролі внутрішніх чинників на зовнішньополітичну діяльність державних діячів США набуває актуальності дослідження умов формування та стереотипів, що відіграють важливу роль у прийнятті політичних рішень.

Власне актуальним і раніше не досліджуваним виявляється аналіз уявлень суспільно-політичних стереотипів. У статті перераховуються такі завдання:

- Описати механізми формування стереотипів;
- Проналізувати особливості стереотипів;
- Виявити та описати стереотипні американського президента Дж. Буша, що вплинули на формування зовнішнього курсу країни за останні роки.

Людини притаманно створювати уявлення та образи того, чого вона бачить або чим вона захоплюється. Ці образи люди сприймають як живі об'єкти та привисувають їм певні характеристики. Таки чиним створюються стереотипи.

**Стереотипизація та соціальна категоризація.** Процес стереотипизації пов'язаний із категоризацією явищ світу. Ці категоризації розуміють процес, у ході якого об'єкти / суб'єкти, у даному випадку люди, відносять до певних категорій (сон, група, завдання на основі певної подібності або відмінності [11, 18]. З метою спростити сприйняття зовнішнього світу люди членують його на певні категорії, категоризують. Окрім категорій, люди мають і стереотипи, імовірно узагальнюючі репрезентації соціальних груп. Соціальні категорії та стереотипи активно використовують у пов'язаних спількуванні, як соці-

альною так і політичною. Категоризуючи людей, відносячи їх до певних соціальних груп, ми тим самим категоризуємо природний світ. Дослідженням є питання щодо того чи стереотипи є корисними, необхідними та фундаментальними для процесів мислення, проте не викликає сумнівів ідея того, що вони збагачують людей інформацією, яку вони небув. Процес стереотипизації є нормальним і типовим явищем, необхідним для мислення людини [11, 19].

Із процесом категоризації пов'язані упередження, що перебільшують подібності та відмінності між категоріями. Припускають, що наявність стереотипів може вплинути на процес обробки та збереження інформації. Дане з ключових упереджень, що асоціюється зі стереотипами є внутрішньо-групове упередження. На відміну від природних категорій, ми належимо до певної соціальної групи, і ця приналежність має прямий вплив на наше відчуття ідентичності. Теорія соціальної ідентичності стверджує, що групова приналежність впливає на формування упередження щодо інших груп [19, 26]. Ми вважаємо, що група до якої ми належимо є длішою ніж інші. Є внутрішня мотивація для позитивної самооцінки погубувати себе добре, комфортно. Зважаючи на те, що група є продовженням нас самих, то ідентифікуючи себе з групою, то ми маємо потребу погубувати себе комфортно і в групі, отже, сприймати групу позитивно для того, щоб мати позитивну соціальну ідентифікацію. Це досягається шляхом пошуку шляхів щоб сприймати і вважати власну групу країною у порівнянні з іншими групами. Людини притаманно перебільшувати подібності з певною категорією / групою та відмінності між категоріями та групами [14, 72]. Стереотипизація є формою виокремлення культурних відмінностей та показником рис групової диференціації. Стереотипи формують свій початок із родючості стоючих, коли допінчим наслідком племенної єдності була ворожість до інших племен. Племя з здобуваєтьшпову відмінність через протиставлення іншим групам, і ідея постійного ворогів/ворожою племені є найбільшим шляхом для того, щоб підкріпити суспільні зв'язки що об'єднують спільноту людей разом. Із розвитком суспільства, починаючи з племені мисливців-збирачів коренів, розвивається кооперація та агресія. Взаємокооперація та процес соціального зауртування, який супроводжує його з'явився з потреби подлати фективність. Нове відчуття солідарності та відданості сприяли появі напруження між двома суспільними групами на основі двох причин. По-перше, коли їм було обмаль, виникла потреба захистити угіддя для полювання від хижачької активності чужинців. Народилося територіальне відчуття власності. По-друге, для того, щоб утримувати змішані території солідарність, напруження та фрустрацію слід було спрямувати кезрвні групи, а отже на інші групи. Суперництво з іншими племенами, з селянських чи калударних притин, сприяло формуванню колективного відчуття національного духу [14, 73].

З іншого боку категоризація та стереотипизація є універсальними інструментами адаптації, що використовують для сприйняття суспільного середовища. Хоча з іншого боку стереотипи є глибоко упередженими уявленнями і досить часто призводять до ігнорування індивідуальних і особливостей та очорнення інших груп [11, 19]. Стереотипизація вважачь поведінкою норми для групи, що є відмінним від опису індивідуальної поведінки. Стереотипи є корисними тільки за певних умов: на них слідомо опиратися, вони принищують певні норми поведінки, вони є тільки



інтеґреції, що просякнута раціональним мисленням. Таке мислення відкладає у свідомості дуже невелику частину людського досвіду, і ця тенція типу «якщо А, то В» [6,195].

Уніфікація способів мислення, оцінок і реагувань великих мас населення призводять до де індивідуалізації, де персоналізації людей, вих почуттів характерні явища, яких немає в індивідуальній психіці – тановкою в маніпуляції масовою свідомістю. Тому загальною принциповою ус – «почуттів емоційної сфери. Головним засобом для цього слугує створення впливу на почуття. Це може бути великий політичний скандал, різке збіднення великих груп населення, релігійний конфлікт тощо. Як мішені маніпулятивного впливу часто використовуються низькі або агресивні людські потяги: вороже ставлення до несподіваних на нас, нетерпимість до як правило, маніпулятори експлуатують потреби, які повинні діяти безвідмовно: потреба в безпеці, в іжі, у соціальній ідентифікації.

Сьогодні ЗМІ виступають не просто передалвальною ланкою, вони визначають соціальний сенс подій, що відбуваються, програмуючи тим самим поведінку громадян. Мас-медіа, конструюючи реальність, передають цілісну реальність і оформляють її у певні поняття, символи, образи. Сучасний етап розвитку досліджень ролі ЗМІ у політиці, характеризується відсутністю єдиної моделі. У 1940–і роки багато американських і західноєвропейських аналітиків вважали, що преса і радіо контролюють думки людей у суспільній сфері. Ця модель дістала назву моделі максимального ефекту. Після Другої світової війни і до початку 1970–х років панівним був протилежний погляд – вплив ЗМІ на формування позицій, ставлення до суспільства дає мінімальний ефект. Дослідники стереотипів звернули увагу на феномен опору публіки. Висновок, який вони зробили, полягає в тому, що: неможливо змінити стереотип, боротьбу можна вести тільки за тих, хто ще не прийняв остаточного рішення [7,445].

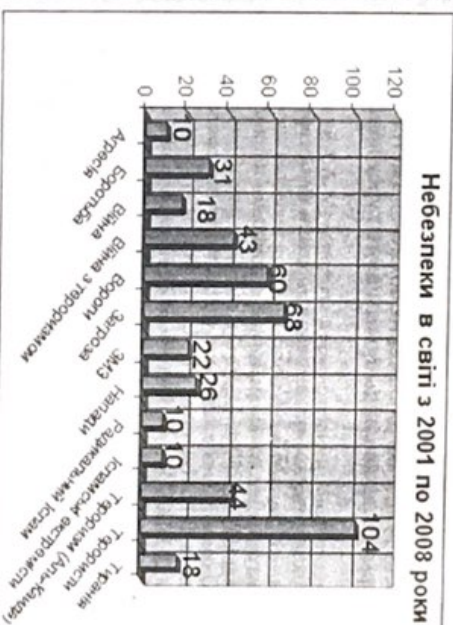
Завдяки телебаченню політики отримали надзвичайно ефективний інструмент впливу на суспільство, що відкриває небачені раніше можливості формування політичних орієнтацій, а також маніпулювання громадською думкою.

**Стан політичної свідомості.** Залежно від специфіки відображення політичних явищ у структурі суспільної свідомості виокремлюють політичну ідеологію. Ідеологія виступає як вищий науково-теоретичний рівень духовних цінностей. Вона формується насамперед шляхом політичної освіти, політичних наукових досліджень. Політична ідеологія є системою правових ідей, поглядів, ідеалів, принципів, понять. Підкреслюється позитивна і негативна роль різних стереотипів при ідеологічному впливі. Пропаганда можлива лише шляхом налагодження соціально-психологічних контактів, за допомогою механізмів, що златні подлатати бар'єри і викорінювати ідеологію у свідомість людей, перетворювати знання в переконання. Соціально-психологічні механізми впливу ідеології на особистість, на погляди людей здійснюється переважно за допомогою механізмів навіювання та переконання [8,174].

Стан політичної свідомості, як зазначає В. Петерсон, є з'єднане свідомість як процес відображення і усвідомлення практичну діяльність людей. Стан політичної свідомості ставлять вплив на поведінку людей, мотиви прийняття ними певного нового ставлення до сприйняття тієї чи іншої суспільної ітичної свідомості – це не просто сукупність тих чи інших ідей, уявлень і почуттів, а таке їх місце в цій сукупності, коли вони мають домінуюче становище і пронизують весь її зміст. Завдяки їм, почуття, уявлення, думки переважають в певний відрізок часу, можна робити висновок про спрямованість суспільної свідомості в даний момент [9, 25]. Все, що виражається так чи інакше торкається потреб, інтересів людей і викликає живання, певні емоційно-вольові ставлення до явищ і фактів.

Сучасний стан американської суспільної свідомості можна характеризувати як деформований та нестійкий. У ній багато відчувають, що багатьом громадянам США притаманне відчуття віри в те, що все можна змінити у власному житті й в країні в промовах президента США Дж. Буша (молодшого) за перші 2008 роки. Для аналізу було використано 10 ключових про

Таблиця 1.



До застарілих стереотипів ми віднесли агресію, боротьбу, напад на американців, тиранию, війни, ворогів, зброю масового знищення, оскільки подані поняття зазначають усі американські починаючи з Г.С. Рузвельта і закінчуючи Дж. Бушем. До нових типів відносяться наступні: війна з тероризмом, релігійна

ісламські терористи, тероризм в образі Аль Каседи і загально терористи. Найбільш небезпечку створюють ТЕРОРИСТИ, оскільки президент Дж. Буш згадав їх 104 рази у своїх основних промовях, виголоснених в Кон- ЗАГРОЗИ та ВОРОГІНІ поступово кльккісно, проте знаходяться на другому та третьому місцях. Значення вище небезпечку народу тощо стереотипи не зникають. Менш численними і тапер, що свідчать про те, що візна з тероризмом. Найменш численними є поняття АРБІЯ, РАДИ- КАЛЬНИЙ ІСЛАМ та ІСЛАМСЬКІ ЕКСТРЕМІСТИ. Порівнюючи що стереотипи, пов'язані з безпекою країни, виживання є домінуючими, політичному світосприйнятті американського президента Дж. Буша. На- пружена міжнародна ситуація, швидко зміни на політичній арені, формування нових стереотипів у свідомості американців, що знаходять, відбиток у політичній діяльності американських політиків, формуванні зовнішньополітичного курсу країни.

Отже, стереотипи є компонентом широких стосунків дихотомії *виз- нання*, які продовжують і організують правдиві знання про ІНШИХ. В цьому сенсі вони приносять користь групі, що їх формують, надаючи їм утворення. Проведений аналіз стереотипів дає змогу виявити ключові поняття, які проєктують політики, існуючі та сформовані уяв- лення та риси, що суспільна свідомість приносить ІНШИМ в інтересах формування само ідентичності.

Перспективну подальших досліджень вбачаємо в детальному аналізі стереотипних уявлень релігій американських політиків з метою виявлен- ня їхньої ролі у формуванні зовнішньополітичного курсу країни.

## Література

1. Азеев В.С. Психологическое исследование социальных стереотипов // Вопросы психологии. – 1986. – № 1. – С. 95 – 102.
2. Азеев В.С. Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. – М.: Наука, 1990. – 250 с.
3. Водянов А.А. О социальных эталонах и стереотипах и их роли в оценке личности / А.А. Водянов, В.И. Кунцаева, В.И. Панферова // Человек и общество: Ученые записки ИНИКСИ. – Л.: Изд-во ЛГУ. – Вып. 9. – 1971. – 148–162.
4. Довенко Е.Д. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита. – М.: ЧеРо, «Крайт», 2000. – 344 с.
5. Казамаж Р.В. Психологичні аспекти формування правової культури ви- борців. Дис. канд. психол. наук. 19.00.06. – К., 2004. – 203 с.
6. Карпс-Мурза С.Г. Власть манипуляций. – М.: Академический Проект, 2007. – 384 с.
7. Певцова Г.Г. Теория коммунизации. – М.: «Ред-бук», К.: «Вакс-пр», 2001. – 626 с.
8. Уайдов А.К. Общественная психология и идеология. – М.: Мысль, 1985. – 268 с.
9. Шенцова В.А. Социология правосознания. – М.: Мысль, 1981. – 174 с.
10. Sibman, I. *Sander Difference and Radiology: stereotypes of Sexuality*. Kase and Maddess. – Itaska, NY: Cornell University Press, 1985. – 185 p.

11. *Greenland Katy*. 'Can't live with them, can't live without them'. *Stereotypes in international relations // Stereotypes in contemporary Anglo-German relations* / ed. by Rainer Emig. – New York: St. Martin's Press, 2000. – P. 15–30.
12. *Grossman Alan*. *Stereotypes and projective mechanisms: forging links between psyche and culture // Stereotypes in contemporary Anglo-German Relations* by Rainer Emig. – New York: St. Martin's Press, 2000. – P. 31–46.
13. *Herbrycher Stefan*. *Cosmopolitanism and Europe*. translated by Stereotypes in contemporary Anglo-German Relations / Ed. by Rainer Emig. – New York: St. Martin's Press, 2000. – P. 187–201.
14. *Husmann Herald*. *We will fight them on the beaches* / Stereotypes in contemporary Anglo-German Relations / Ed. by Rainer Emig. – New York: St. Martin's Press, 2000. – P. 58–79.
15. *Luschmann Martin*. *With literary texts against stereotypes: stereotypes in language learning // Stereotypes in contemporary Anglo-German Relations* by Rainer Emig. – New York: St. Martin's Press, 2000. – P. 123–136.
16. *MacIntyre D.M.* *Social psychological foundations of stereotype formation*. In: *MacIntyre, Charles Stangor and Miles Hewstone (Eds.) Stereotypes and Stereotyping*. – London: Routledge, 1996. – P. 41–78.
17. *Morris A. John*. *Stereotypes, language and the media: *plu* in contemporary Anglo-German Relations* // Ed. by Rainer Emig. – New York: St. Martin's Press, 2000. – P. 47–57.
18. *Price Susan*. *A view from a bridge: stereotypes of the German in higher education* // Ed. by Rainer Emig. – New York: St. Martin's Press, 2000. – P. 155–162.
19. *Tajfel, H. and Turner, J.C.* *An integrative theory of intergroup conflict*. In: *W.G. Austin and S. Worschel and W.G. Austin (Eds.) Psychology of intergroup relations*. – Monterey, CA: Brooks/Cole, 1979. – P. 29–42.
20. *Tajfel H.* *Social stereotypes and social groups* / Turner J.C. *Group and intergroup behavior*. – Oxford: Basil Blackwell, 1981. – P. 144–167.

**Хулоний А.А. Механізми формування общественно-політичних стереотипів та їх вплив на свідомість громадян**

Прованализированы особенности формирования общественно-политических стереотипов. Описаны манипулятивный характер их использования политическими. Выявлены и описаны стереотипичные представления американского президента Дж. Буша, которые повлияли на формирование общественно-политических стереотипов.

**Ключевые слова:** стереотип, манипуляция, политика, идеология, свідомість громадян.

**Khudoliiy, A.A. Mechanisms of Formation of Social and Political Stereotypes and the Way They Affect Consciousness of Citizens**

Regularities of social and political stereotypes as well as their formation have been analyzed. Manipulative character of their application by politicians is highlighted. Stereotypes of American President G. Bush have been described and described.

**Key words:** stereotype, manipulation, politics, ideology, conscience of citizens.