

ՍՈՑԻԱԼԱԿԱՆ ԿԱՐԾՐԱՏԻՊԵՐԻ ԶԵՎԱՎՈՐՄԱՆ ՍՈՑԻԱԼ-ՀՈԳԵԲԱՆԱ- ԿԱՆ ՄԵԽԱՆԻԶՄՆԵՐՆ ՌԻ ԱՌԱՆՁՆԱՀԱՏԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Հետազոտությունն իրականացվել է ՀՀ ԿԳՆ գիտության պետական կոմիտեի ֆինանսավորվող 16A-5a08 ծածկագրով գիտական թեմայի շրջանակներում:

Հոդվածում ներկայացված են սոցիալական կարծրատիպերի ձևավորման հիմնական մեխանիզմները և գործընթացները: Կարծրատիպերը հիմնվում են այնպիսի հոգեբանական գործընթացների վրա, ինչպիսիք են՝ հասկացությունների և դասակարգումների ձևավորումը, ատրիբուցիան, հույզերը, գնահատականը և հիշողությունը: Կարծրատիպերը հանդիսանում են հոգեբանական գործընթացների պրոդուկտ: Սոցիալական կարծրատիպերի ձևավորման աղբյուր հանդիսանում է ինչպես մարդու անհատական փորձը, այնպես էլ՝ հասարակության կողմից մշակված նորմերը:

Հանգուցային բառեր և արտահայտություններ. սոցիալական կարծրատիպ, մեխանիզմներ, ատրիբուցիա, հույզեր, գնահատական, հիշողություն, դասակարգ:

Մենք ապրում ենք կարծրատիպերի աշխարհում, նույնիսկ կարելի է ասել, որ կարծրատիպերը որոշում են բարոյական նորմերը, ձևավորում կրոնական, քաղաքական և այլ կոնցեպցիաներ: Յուրաքանչյուրիս կյանքում կարևոր դեր են կատարում նաև վարքային կարծրատիպերը, որոնք շատ դեպքերում որոշում են մեր վարքը, և վերաբերմունքը շրջապատի նկատմամբ: Շնորհիվ այդ կարծրատիպերի՝ մենք հստակ գիտենք՝ ինչպես մեզ դրսևորենք այս կամ այլ

իրավիճակում, գիտենք՝ ինչն է լավ, իսկ ինչը վատ, ով է ճիշտ, իսկ ով սխալ, սակայն կարծրատիպերը, որոնց հիմնված են մեր պատկերացումները և որոշումները, կարող են ձևավորված լինել սխալ հաղորդագրությունների հիման վրա: Սոցիալական կարծրատիպերի հիմնախնդիրները առանձին-առանձին ուսումնասիրվել են փիլիսոփայության, սոցիոլոգիայի, տնտեսագիտության, հոգեբանության շրջանակներում:

Ընդհանուր գիտության մեջ առաջին անգամ «կարծրատիպ» հասկացությունը կիրառվել է 20-րդ դարի 20-ական թվականներին ԱՄՆ-ում, երբ առաջացավ մասսայական գիտակցության գործունեության օրենքների ուսումնասիրության և բացատրության անհրաժեշտությունը: Կարծրատիպային մտածելակերպի և վարքի կոնցեպցիայի հիմնադիրը դարձավ ամերիկացի գիտնական, սոցիոլոգ, լրագրող **Ուոլտեր Լիպմանը (Walter Lippman)**: Համաձայն Ու. Լիպմանի «Հասարակական կարծիք» (1922 թվ.) աշխատության՝ կարծրատիպերը՝ կարգավորված, սխեմատիկ, դետերմինացված «պատկերներ» են մարդու գիտակցության մեջ, որոնք բարդ սոցիալական օբյեկտների ընկալման հարցում խնայում են մարդկանց ջանքերը և պաշտպանում նրանց արժեքները, դիրքերը և իրավունքները [5, էջ 95-114]:

Ներկայիս աշխարհի գիտատեխնիկական առաջընթացի, տեղեկատվական գերբեռնվածության պայմաններում սոցիալական կարծրատիպերը մի կողմից՝

հեշտացնում, պարզեցնում են հասարակական բարդ երևույթների ընկալումը, մյուս կողմից՝ «կադապարում են» մարդկանց, խոչընդոտում անձի լիարժեք ինքնիրացմանը, սեփական ներուժի օգտագործմանը, ստեղծագործական ունակությունների արտահայտմանը:

Չնայած այս ամենին՝ կարծրատիպերը հանդիսանում են յուրաքանչյուրիս կյանքի անքակտելի մասը: Մարդիկ հաճախ մտածում են, որ երևույթների կամ առարկաների մասին իրենց պատկերացումները կամ ընկալումը համապատասխանում է, և եթե երկու մարդ միևնույն առարկան ընկալում են տարբեր կերպ, ապա նրանցից մեկը միանշանակ սխալ է: Մեփական պատկերացումները մարդուն միշտ ճիշտ են թվում և ենթակա չեն քննարկման: Արդեն ձևավորված կարծրատիպերը շատ կայուն են և հաճախ պահպանվում են ամբողջ կյանքի ընթացքում, իսկ դրանց քանդվելը շատ ցավալի գործընթաց, որը հանգեցնում է գրգռվածության, առաջացնում է անհանգստություն, հոգեկան հավասարակշռվածության խանգարումներ, սթրեսային վիճակներ, ինչն էլ կարող է հանգեցնել ինսուլտի և ինֆարկտի: Կարծրատիպերի ձևավորումը հանդիսանում է մեր մշակույթի պարտադիր տարր, բայց այս ամենով հանդերձ՝ կարծրատիպերի ձևավորումը առաջացնում է որոշակի պահպանողականություն ինչպես մեր գործունեությունում, այնպես էլ մտածելակերպում:

Կարծրատիպերը հանդիսանում են հոգեբանական գործընթացների պրոդուկտ: Սոցիալական կարծրատիպերի ձևավորման աղբյուր հանդիսանում է ինչպես մարդու անհատական փորձը, այնպես էլ՝ հասարակության կողմից մշակված նորմերը: Տարբեր սոցիալական խմբեր մշակում են կարծրատիպեր, կոնկրետ գործոնների կայուն բացատրություններ: Կարծրատիպերը հանդիսանում են անհրաժեշտ և օգտակար գործիքներ աշխարհի ճանաչման համար: [4] Կարծրատիպերի ձևա-

վորման մեխանիզմները հանդիսանում են մի շարք կոգնիտիվ գործընթացներ, քանի որ կարծրատիպերը կատարում են կոգնիտիվ ֆունկցիաներ: Հետևաբար, կարծրատիպերի ձևավորման մեխանիզմները կապված են մարդկային մտածողության և հոգեկանի առանձնահատկությունների հետ: Կարծրատիպերի ձևավորման գործում իր յուրահատուկ տեղն ունեն գանգվածային լրատվության միջոցները: ԶԼՄ-ների օգնությամբ կարծրատիպերի ձևավորման հավանականությունը սահմանափակ չէ ինչպես իր մասշտաբներով, այնպես էլ ազդեցության ուժով: Գոյություն ունեն մի շարք արդյունավետ հնարքներ, որի միջոցով կարելի է ազդել մարդկանց գիտակցության վրա, ինչն էլ օգնում է ձևավորել կարծրատիպերը: Այդ հնարքներն են՝ հետաքրքրությունների համընկման օգտագործումը, նոր կարծրատիպերի կապը հների հետ, կարծրատիպերի փոխարինման հնարքը և այլն: Զանգվածային լրատվության միջոցները հաճախ ներկայացում են բեմադրում, ինչը նրբորեն անհատին ուղղում է ինֆորմացիայի թաքնված իմաստի պսիվ ընկալմանը: Այս դեպքում խնդիրը դիտարկվում է ըստ սխեմաների. շեշտը դրվում է կարծրատիպերի վրա: Կարևոր է նշել նաև, որ շատ մարդկանց համար, ռադիոն, հեռուստատեսությունը, մամուլը հանդիսանում են հիմնական հեղինակություն: ԶԼՄ-ների կարծիքը դառնում է մարդկանց կարծիք: Մեծ նշանակություն ունի նաև ինֆորմացիայի աղբյուրի կարգավիճակը: Օրինակ՝ ինֆորմացիայի ազդեցությունը մարդկանց վրա ակնհայտ է այն դեպքում, երբ այն տրվում է որևէ հայտնի քաղաքական կամ հասարակական գործչի կողմից: Այստեղ կարևոր դեր է կատարում ինֆորմացիայի աղբյուրի հեղինակության գործոնը: Հետևաբար, որքան բարձր է ինֆորմացիայի աղբյուրի հեղինակությունը, այնքան ավելի բարձր է մարդկանց կողմից վստահությունը տվյալ ինֆորմացիայի նկատմամբ: Նույնիսկ եթե որոշ անհատներ քննադատո-

րեն են մոտենում տվյալ աղբյուրի ինֆորմացիային, մինչև նա է, այն դրոշմվում է նրանց գիտակցության մեջ: [5] Ըստ *Դ. Մացումուրոյի*՝ կարծրատիպերը հիմնվում են այնպիսի հոգեբանական գործընթացների վրա, ինչպիսիք են՝ *ընտրողական ուշադրությունը, հասկացությունների և դասակարգումների ձևավորումը, արտիքուցիան, հույզերը, գնահատականը, և հիշողությունը* [7]:

Կարծրատիպերի ձևավորման հարցում շատ կարևոր է կառուցված ատրիբուցիայի դերը: Կառուցված ատրիբուցիայի ուսումնասիրությունների հիմքը դրվել է *Ֆ. Հայդերի* կողմից, ով էլ ներկայացրել է հիմնական կատեգորիաները և սկզբունքները: Կառուցված ատրիբուցիան (լատ.՝ *cause-պատճառ, attribution-վերագրում բառերից*) միջանձնային ընկալման երևույթ է, որի ժամանակ տեղի է ունենում մեկ մարդու գործողությունների պատճառների վերագրումը մեկ այլ մարդու, ինչն էլ ինֆորմացիայի պակասի հետևանք է: Ըստ մի շարք հեղինակների՝ ատրիբուցիաները մեր կյանքում կարևոր դեր են խաղում, քանի որ թույլ են տալիս կազմակերպել ինֆորմացիան, քանի որ մեր շրջապատում մեծ քանակությամբ ինֆորմացիայի հոսք գոյություն ունի: Մի շարք հետազոտություններ ցույց են տվել, որ ատրիբուցիաները կապված են կարգավորման հետ, իսկ այն մարդիկ, ովքեր ձգտում են կարգավորման, կիրառում են ատրիբուցիաներ առավել հաճախ, քան ուրիշները [6, 7]:

Ատրիբուցիայի ժամանակ մարդիկ բացատրում են վարքը ներքին (անձնական, սուբյեկտիվ) և արտաքին (իրավիճակային, օբյեկտիվ, միջավայրային) գործոնների ազդեցությամբ: Կարծրատիպերը առաջանում են բավականին սահմանափակ նախկին փորձի հիման վրա, այսինքն՝ եզրակացությունները հիմնված են սահմանափակ ինֆորմացիայի վրա: Հենց այդպես էլ հաճախ առաջանում են մարդու խմբային պատկանելիության կարծրատիպերը, օրինակ՝ պատկանե-

լություն ինչ-որ մասնագիտության: Վատ արտահայտված մասնագիտական բնութագրերը, որոնց հանդիպել ենք նախկինում այն մարդկանց մոտ, ովքեր ունեին տվյալ մասնագիտությունը, դիտարկվում են որպես բնութագրեր, որոնք վերագրվում են բոլոր այն մարդկանց, ովքեր հանդիսանում են այդ նույն մասնագիտության ներկայացուցիչ (օրինակ՝ բոլոր հաշվապահները պետանտ են) [2]:

Կարծրատիպերի ձևավորման հարցում մեծ ազդեցություն ունի նաև անձի հուզական դաշտը: Մեր առօրյա կյանքում հույզերը շատ կարևոր բաղադրիչ են հանդիսանում. դրանք մեր վարքի կարևոր մոտիվացիաներն են, որոնց միջոցով մենք հասկանում ենք, որ պետք է փախչել, երբ մենք վախենում ենք, կամ հարձակվել, երբ մենք բարկացած ենք:

20-րդ դարի վերջում *Ջ.Ֆորդասը* և նրա գործընկերները հետաքրքիր հետազոտություն են կատարել, որտեղ ներկայացվել է հույզերի դերը այլ մարդկանց ընկալման ժամանակ, միջխմբային դիսկրիմինացիան և կարծրատիպային մտածելակերպը: Հետազոտություններից մեկի ժամանակ *Ջ.Ֆորդասը* և նրա գործընկերները հետազոտվողների մոտ առաջացրել են ուրախ, տխուր և չեզոք հույզեր, ովքեր հետո կարծիք են կազմել ասիացիների և եվրոպացիների մասին, ովքեր փոխհարաբերություններ ունեին իրենց կամ այլ ռասային պատկանող մարդու հետ: Այն մասնակիցները, ովքեր ուրախ հույզեր ունեին, առավել դրական արձագանք են տվել այդ մարդկանց մասին, իսկ այն մասնակիցները, ովքեր տխուր էին, առավել բացասական արձագանք են տվել: *Ջ.Ֆորդասը* ենթադրում էր, որ այլ մարդկանց մասին կարծրատիպային մտածելակերպի վրա մարդու հույզերը կամ տրամադրությունը ամենաքիչ դերն են խաղում [9]:

Ըստ *Դ. Մացումուրոյի*, այս հետազոտությունում հույզերի հետ կապված երկու շատ կարևոր իրադարձություն չի ստուգվել, ինչը անհրաժեշտ է կարծ-

րատիպային մտածելակերպի գործընթացի համար: Առաջինը վերաբերում է բացասական հույզերի դուրսբերմանը, որը կապված է սպասումների անհամապատասխանության հետ, ինչպես նաև սեփական մշակութային առանձնահատկությունների: Երկրորդը վերաբերում է կարծրատիպայնացման գործընթացի դրական հույզերին, ինչը ամրապնդում է այդ գործընթացը: Ըստ Դ. Մացումոտոյի՝ կարծրատիպերի ձևավորման գործընթացում հույզերը շատ կարևոր դեր են կատարում, քան դա ներկայացված է Ֆորգասի և նրա գործընկերների հետազոտություններում [7. 84]:

Կարծրատիպերի ձևավորման հաջորդ կարևոր գործընթացները հանդիսանում են գնահատականը և հիշողությունը:

Գնահատական: Երբ մենք դիտարկում ենք որոշակի իրադարձություններ կամ շփվում ենք մարդկանց հետ, ապա անընդհատ գնահատում ենք այդ դրդիչները: Գնահատական անվանում են գործընթացը, ինչի արդյունքում մենք որոշում ենք դրդիչի համապատասխանությունը՝ ըստ մեր կյանքում դրա նշանակության: Գնահատման գործընթացի հետևանքով մեզ մոտ առաջանում է հուզական ռեակցիա, այնուհետև մենք որոշում ենք կայացնում, որը վերաբերում է աղեկվատ վարքային արձագանքներին: Գնահատման գործընթացը համապատասխան է կարծրատիպերին, քանի որ այն ապահովում է այնպիսի հոգեբանական մեխանիզմ, ինչի հետևանքով մենք ակտիվ ազդում ենք արտաքին դրդիչների վրա և մշակում ենք դրանք՝ ըստ մեզ համար նշանակության: [7]

Հիշողություն: Հիշողություն անվանում են մեր կարողությունը վերհիշելու անցյալի իրադարձությունները, մարդկանց, օբյեկտները, իրավիճակները, ձեռք բերված հմտությունները և այլն: Ըստ Ռ. Այրկինսոնի և Ռ. Շիֆրինի դասակարգման՝ առանձնացնում են հիշողության և դրա հետ կապված գործընթացների 3 ենթատիպ՝

1. սենսորային հիշողություն. հիշողության հետ կապված դրդիչների առաջնային կարգավորում.

2. կարճատև հիշողություն («աշխատանքային հիշողություն»), որը հանդիսանում է միջնորդ սենսորային և երկարատև հիշողության միջև («կարճատև պահուստ»).

3. երկարատև հիշողություն. երկարատև ժամանակահատվածի համար ինֆորմացիայի պահուստ («երկարատև պահուստ»):

Ըստ Ե. Տուլվինգի դասակարգման՝ սեմանտիկ (իմաստաբանական) հիշողությունը հանդիսանում է երկարատև հիշողության յուրահատուկ տիպ, որը հիմնված է բառերի և հասկացությունների վրա. այնտեղ պահվում են օրենքներ, աբստրակտ հասկացություններ և ընդհանուր պատկերացումներ աշխարհի մասին, ներառյալ այլ մարդկանց: Սեմանտիկ հիշողությունը սովորաբար հիմնվում է պատկերների վրա՝ կապված իրադարձությունների, փորձի և ձեռք բերված գիտելիքների հետ: Այն կարող է նաև հիմնված լինել վերբալ գիտելիքների վրա, որը փոխանցվում է մեկ անձից մյուսին, և հիմնված չէ փորձի վրա, այլ վերաբերում է գիտելիքներին, որը կուտակվել է երկարատև ժամանակահատվածում: Այն անընդհատ փոփոխվում է կամ ամրապնդվում, երբ անհատը գործ է ունենում հարազատ գործոնի, իրադարձությունների կամ փորձի հետ: Սեմանտիկ հիշողության այդ հատկությունները դարձնում են նրան կարծրատիպերին համապատասխան:

Սեմանտիկ հիշողության մեջ պահպանվող գիտելիքները հանդիսանում են հիմք դատողությունների ձևավորման և մտածողության համար: Դրանց ամրապնդման բարձր մակարդակի դեպքում այդպիսի գիտելիքները կարող են կարծրատիպային դատողությունների տեսք ընդունել:

Կարծրատիպերը առաջանում են մարդկանց տարբեր կատեգորիաներին

դասակարգելու հետևանքով, օրինակ՝ ազգություն, ռասա, էթնիկ խմբեր, սեռ և այլն: Հ. Թեֆելը տարբերակում էր սոցիալական կարծրատիպերը այլ կարծրատիպերից, և կարծում էր, որ կարծրատիպերը կարող են դառնալ սոցիալական այն դեպքում, երբ դրանք վերաբերում են մարդկանց մեծ խմբերին, այսինքն՝ վերաբերել ասելով՝ այստեղ հասկանում ենք կարծրատիպերի ձևավորման արդյունավետ գործընթացը մարդկանց գիտակցության մեջ: Մարդիկ ընկալում են աշխարհը տվյալ մշակույթում ձևավորված պատկերացումներով, հարաբերություններով, արժեքներով և դրսևորում են իրենց տվյալ մշակույթի նորմերին համապատասխան [10, 11]:

Մեզ համար շատ ավելի հեշտ և արդյունավետ է ստեղծել ինֆորմացիայի դասակարգումներ, ինչպես նաև գնահատել դրանք, և գործել ըստ այդ դասակարգումների, քան թե վերլուծել յուրաքանչյուր անհատական էլեմենտ: Կարծրատիպերը հանդիսանում են դասակարգումների պարունակություններ: Այդ պատճառով կարծրատիպերը կարող են դիտարկվել որպես «դերային սխեմաների յուրահատուկ տիպեր, որոնք կազմակերպում են նախորդող

գիտելիքները և անձի սպասումները այլ մարդկանցից, որոնք համապատասխանում են դասակարգումներին»:

Հոգվածը ամփոփելով՝ կարելի է ասել, որ կարծրատիպերը հանդիսանում են անձի գիտակցության անքակտելի մաս: Սոցիալական կարծրատիպերը ձևավորվում են ավելի հեշտ, քանի որ մեր սեփական դաստիարակությունը և մշակույթը մեզ մոտ առաջացնում են որոշակի սպասումներ կապված այլ մարդկանց վարքի և առանձնահատկությունների հետ: Սոցիալական կարծրատիպերի ձևավորման աղբյուրը հանդիսանում է ինչպես մարդու անհատական փորձը, այնպես էլ՝ հասարակության կողմից մշակված նորմերը, որը մարդը ստանում է ուսուցման ընթացքում, զանգվածային լրատվության միջոցների ազդեցության հետևանքով և այլն:

Սոցիալական կարծրատիպերի ձևավորումը մի շարք մեխանիզմների գործունեության հետևանք է, որը վերաբերում է ինչպես անհատի գիտակցության ոլորտին, այնպես էլ սոցիալական գործընթացների և փոխհարաբերությունների ոլորտին: Այդ մեխանիզմները կարող են գործել ինչպես միմյանցից անկախ, այնպես էլ միասին:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Անի Նազարյան, Սոցիալական կարծրատիպերի և իրենց իմաստով դրանց նման սոցիալ-հոգեբանական այլ երևույթների համահարաբերակցության վերլուծություն, հանրային կառավարում գիտական հանդես, Երևան, 2016, համար 2, էջ 244-250:
2. Андреева Г.М. Социальная психология, М., 2007.
3. Белинская Е.П., Тихомадрицкая О.А., Социальная психология: Хрестоматия, 2003 г.- 471 с.
4. Бодалев А.А. О социальных эталонах и стереотипах и их роли в оценке личности / А.А. Бодалев, В.Н. Куницына, В.Н. Панферова // Человек и общество: (ученые записки НИИКСИ). – Л.: изд-во Л. ун-т. – вып. 9. –1971.
5. Липпман У. Общественное мнение /пер. с англ. Т.В. Барчунова, под ред. К.А. Левинсон, К.В. Петренко. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 68 с.
6. Краткий психологический словарь / Сост. Л.А.Карпенко; под общ. Ред. А.В.Петровского, М.Г.Ярошевского. – М.: Политиздат, 1985.
7. Мацумото Д. Психология и культура / Д.Мацумото. – СПб.: ПРАЙМ- ЕВРОЗНАК, 2002.
8. Шибутани Т. Социальная психология. М., 1999. — 544 с.
9. Forgas, J.P. & Moylan, S.J. (2002). Affective influences on self-perception and self-disclosure. In: J.P. Forgas & K. D. Williams, (Eds.) The social self: Individual, interpersonal and intergroup perspectives. (pp. 73–96). New York: Psychology Press.
10. Tajfel H. Intergroup behavior // Tajfel H., Fraser C. (eds.) Introducing social psychology. N. Y.: Penguin Books, 1978. P. 401—466.

11. Tajfel H. Social stereotypes and social groups. – Intergroup behaviour / Ed. by J.C. Turner, H. Giles. Oxford, «Basil Blackwell», 1981

СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ И ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПОВ

НАИРА АКОПЯН

*Национальная Академия наук РА, Международный научно-образовательный центр, декан,
доктор психологических наук, профессор*

ЖОЗЕФИНА ЕСАЯН

*Национальная Академия наук РА, Международный научно-образовательный центр,
аспирант кафедры психологии*

Исследование выполнено при финансовой поддержке Государственного комитета по науке МОН РА в рамках научного проекта № «16А-5а08»

В статье представлены основные механизмы и процессы формирования социальных стереотипов. Стереотипы основаны на психологических процессах, таких как формирование понятий и классификаций, атрибуций, эмоций, оценки и памяти. Стереотипы являются продуктом психологических процессов. Источником формирования социальных стереотипов является личный опыт и правила, разработанные обществом.

SOCIO-PSYCHOLOGICAL MECHANISMS AND CHARACTERISTICS OF FORMATION OF SOCIAL STEREOTYPES

NAIRA HAKOBYAN

The National Academy of Sciences of the Republic of Armenia, International Scientific-Educational Center, Dean, Doctor of Psychological Sciences, Professor

JOZEFINA YESAYAN

The National Academy of Sciences of the Republic of Armenia, International Scientific-Educational Center, PhD student, Department of Psychology

This work was supported by the RA MES State Committee of Science in the framework of project № ‘16A-5a08’.

The article presents the main mechanisms and processes for the formation of social stereotypes. Stereotypes are based on such psychological processes as the formation of concepts and classifications, attribution, emotions, evaluation and memory. Stereotypes are the product of psychological processes. Both personal experience and rules developed by society are the sources of the formation of social stereotypes.