

УДК 316.3

СОЦІАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ СТОСОВНО ЛЮДЕЙ СТАРШОГО ВІКУ: ДОСВІД ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЇ EUROPEAN SOCIAL SURVEY В УКРАЇНІ

Гришина Тетяна Володимирівна – аспірантка факультету соціології, КНУ імені Тараса Шевченка

В статті аналізуються соціальні стереотипи щодо людей старшого віку, що використовують для виправдання існуючої соціальної нерівності. Розкриваються особливості побудови моделі змісту стереотипу (MSC), розробленої Е. Кадді і С. Фіске. Ця модель враховує різноманіття соціальних стереотипів, що можуть бути як одновимірними, так і багатовимірними, оскільки містять негативні і позитивні переконання; допускає існування потенційно універсальних принципів соціальних стереотипів та їх зв'язок з соціальною структурою. Для вимірювання стереотипів використовуються два показники: привітність та компетентність. Ці показники пов'язані з соціальним статусом та конкурентністю. У статті представлені результати побудови моделі змісту стереотипу для України.

Ключові слова: соціальні стереотипи, люди старшого віку, модель змісту стереотипу

В статье анализируются социальные стереотипы в отношении пожилых людей, которые используются для оправдания существующего социального неравенства. Раскрываются особенности построения модели содержания стереотипа (MSC), разработанной Э. Кадди и С. Фиске. Она учитывает разнообразие социальных стереотипов, которые могут быть как одномерными, так и многомерными, поскольку они содержат отрицательные и положительные убеждения. Эта модель допускает существование потенциально универсальных принципов социальных стереотипов и их связь с социальной структурой. Для измерения стереотипов используются два показателя: приветливость и компетентность. Эти показатели связаны с социальным статусом и конкурентностью. В статье представлены результаты построения модели содержания стереотипа для Украины.

Ключевые слова: социальные стереотипы, пожилые люди, модель содержания стереотипа

Social stereotypes toward elderly are analyzed in this paper. They are using for justification of existing social inequality. Author examined peculiarities of Model of Stereotype Content (MSC) developed by A. Cuddy and S. Fiske. It takes into account the diversity of social stereotypes that may be both one-dimensional and multi-dimensional, because they contain negative and positive beliefs. This model proposes potentially universal principles of societal stereotypes and their relation to social structure. For stereotype's measuring are used two indicators: warmth and competence. These indicators relate to the social status and competitiveness. In this paper are presented the results of construction of a Model of Stereotype Content for Ukraine.

Key word: social stereotypes, elderly, stereotype content model.

Сьогодні в розвинених країнах світу відбувається процес демографічного старіння. За даними ООН, за останні півстоліття середня тривалість життя збільшилася на 20 років, що разом із падінням народжуваності, а відтак і обсягу молодіжної групи, веде до постійного зростання чисельності населення старшого віку. Ця тенденція повною мірою властива й Україні. При цьому, незважаючи на зростання демографічного навантаження на працездатне населення, питання про використання ресурсного потенціалу людей похилого віку залишається відкритим. Що багато в чому обумовлено соціо-рольовими очікуваннями стосовно цих вікових груп. Тому метою даної статті є показати можливості аналізу вікових соціальних стереотипів в Україні, за допомогою методології European Social Survey.

Існування вікових стереотипів щодо людей старшого віку пов'язане із захистом свого статусу, з конкуренцією за ресурси в суспільстві. Так, Уолтер Ліппман визначав соціальні стереотипи як способи захисту наших положення і прав у суспільстві, що виступає гарантом самоповаги. Тому вікові групи, за відсутності близьких контактів, заповнюють відсутню інформацію за допомогою стереотипів, яким властивий абсолютизм: вони маркують об'єкти або як знайомі, або як незвичайні. Посилення відмінностей відбувається за певним параметром (наприклад, віком) [1, с. 93-114]. Як зазначає І. Кон, стереотипи стосовно

літніх в суспільній свідомості тісно пов'язані з реальною віковою стратифікацією, з положенням літніх у суспільстві. Так, «мудра старість» є таким самим стереотипом як і «романтична юність». Стереотипи змінюються разом з суспільством. Наразі людина старшого віку, що не може ні захопити молодих мудрістю (давні часи), ні змусити коритися силою (середні віки), стає втіленням слабкості. А тому старість асоціюється вже не стільки з фізичною неміччю, скільки з почуттям соціальної непотрібності [2, с. 41-45]. Таким чином постає проблема негативних стереотипів стосовно людей старшого віку, що стримує їх соціальну активність, посилює вікові нерівності та провокує соціальне виключення цієї вікової групи.

Проблемі стереотипного сприйняття людей старшого віку присвячено низку досліджень [3, 4, 5]. Вони презентують різноманітні підходи до диференціації вікових стереотипів, а також показують їх співвідношення з такими показниками, як вік, освіта, професія, дохід. Дана ж робота має на меті представити результати виміру стереотипів на основі моделі змісту стереотипу за результатами четвертої хвилі Європейського соціального дослідження (ESS), де була представлена й Україна. Ця хвиля включала в себе змінний модуль Упередження на основі віку (розділ E), в який було закладено показники для побудови даної моделі [6].

Модель змісту стереотипу чи Model of Stereotype Content (MSC) була запропонована Сюзанною Фіске і Емі Кадді (Університет Принстона) і розроблена Петером Гліко і Юнь Ху. Головне положення цієї моделі полягає в наступному твердженні: не всі стереотипи однакові. Так, наприклад, люди старшого віку часто сприймаються як некомпетентні та безпорадні, в той час як домогосподарки – милі і добрі [7, 8]. Ще Ліппман писав, що система стереотипів не є нейтральною. Вона наповнена почуттями, які асоціюються з певними стереотипами, а саме страх, бажання, гордість, надія тощо. Тому об'єкт, який активізує стереотип, оцінюється в зв'язку з відповідними емоціями. Таким чином, отримана інформація контролюється стереотипами. Факти фільтруються ілюзіями самозахисту, престижу, моральності, простору і способами вибіркового дослідження. Тому факти об'єднуються на основі почуттів, внаслідок чого утворюючи дві системи сприйняття: одна втілює в собі все добро, інша – все зло [1, с. 115-138]. Тобто стереотипи можна загалом розділити на недоброзичливі (засновані на антипатії) і доброзичливі.

Виходячи з цієї позиції, автори MSC вважають, що будь-який стереотип можна виміряти за допомогою двох показників: привітність і компетентність. Ці показники пов'язані зі статусом і конкурентністю. Так, наприклад, літні люди, які сприймаються як неконкурентна група, стереотипізуються одночасно позитивним (добрі, ласкаві) і негативним (некомпетентні, баласт суспільства) чином. Для високостатусних груп таке співвідношення прямо пропорційно – злі, непривітні, проте компетентні, розумні [7, с. 878-882]. Таким чином, суть MSC полягає в тому, що зміст стереотипів не полягає лише в антипатії, він складається з окремих вимірювань. Одні групи характеризуються як некомпетентні, до інших відчувають неприязнь, проте, є й такі, до яких можна застосувати й ті й інші стереотипи.

Різнманітні комбінації стереотипних привітності та компетентності дають у результаті унікальні міжгрупові емоції – упередження по відношенню до різних груп в суспільстві. Таким чином, можна виділити «чисті» стереотипи і «змішані». До останніх відносяться стереотипи патерналізму і заздрості. Патерналістські стереотипи пов'язані переважно з расовими, віковими (літні немічні, але добрі), мовними та гендерними упередженнями. Стереотипи заздрості засновані на тезі, що інші групи відчувають загрозу компетентності з боку економічно успішних груп, а тому ставляться до них неприязно. Їх функція полягає в забезпеченні існування системи привілеїв. Обидва різновиди стереотипів визначають статус і позицію групи. Що стосується «чистих» стереотипів, то вони поділяються на діаметрально негативні і позитивні. Перші стосуються груп із низьким статусом: вони сприймаються як паразитичні, некомпетентні і неприємні. Позитивні стереотипи стосуються насамперед власної групи, яку її члени часто ідеалізують. Отже, тут ми маємо справу зі стереотипами захоплення і зневаги, презирства [7, с. 878-880]. Виходячи з вищесказаного, Е. Кадді і С. Фіске пропонують дану модель у вигляді таблиці (див. Таб. 1).

Дана модель також виходить з положення про зв'язок стереотипів і соціальної структури. Річ у тім, що суспільство організовано ієрархічно і пов'язано з конкуренцією за ресурси. Такі структурні відносини прогнозують місце знаходження групи в чарунках MSC, оскільки стереотипи формуються внаслідок сприйняття економічних, географічних, нормативних і власницьких відносин. Соціальна структура визначає компетентність і приязнь міжособистісних і міжгрупових відносин [7, с. 881-882]. Так, високостатусні групи виправдовують свою перевагу, доводячи справедливість свого статус-кво, з яким можуть погоджуватися більш «низькі» групи. Таким чином, стереотипи залежать не тільки від групи, стосовно якої вони існують, а й від статусу тих, хто їх провокує [8, с. 5-6].

Модель змісту стереотипу [7, с. 881]
КОМПЕТЕНТНІСТЬ

		висока	низька
ПРИЯЗНЬ	ВИСОКА	Патерналістські стереотипи	Стереотипи захоплення
		Низькостатусні групи, які вважаються некомпетентними, однак викликають жаль і симпатію.	Високостатусні групи, компетентні і приємні.
	НИЗЬКА	Стереотипи зневаги	Стереотипи заздрості
		Низькостатусні групи, вважаються компетентно неспроможними і викликають почуття огиди, незадоволеності, презирства.	Високостатусні групи, компетентні, однак неприємні. Вони викликають заздрість і ревності.

На емпіричному рівні дана модель досліджується через вимір компетентності, незалежності, почуття толерантності та дружності досліджуваної групи. У ESS закладені показники для побудови спрощеної моделі, що пов'язано з обмеженнями порівняльного аналізу [9]. Ми використовували показники «дружелюбність» і «компетентність». Для оцінки пропонувалася група людей старше 70 років. На основі цих показників було побудовано модель змісту стереотипу, яка має чотири виміри:

- патерналістські стереотипи (низька компетентність – закована 0-1, і висока дружелюбність – закована 3-4),
- стереотипи заздрості (висока компетентність – закована 3-4, і низька дружелюбність – закована 0-1),
- стереотипи захоплення (висока компетентність і дружелюбність),
- стереотипи зневаги (низька компетентність і дружелюбність).

В результаті ми отримали наступну структуру стереотипів стосовно людей старшого віку для України [див. Мал. 1]. Варто зазначити, що при побудові моделі випала частина респондентів. У підсумку, MSC-України включила 1109 опитаних.

Як видно, у структурі стереотипів стосовно людей старшого віку для України превалюють стереотипи «захоплення». Тобто ця група оцінюється в цілому як доброзичлива і компетентна. Стереотипи патерналізму, які, на думку творців цієї методології, мали би бути більш істотними по відношенню до літніх, проявилися меншою мірою, тим не менш, вони другі за величиною.

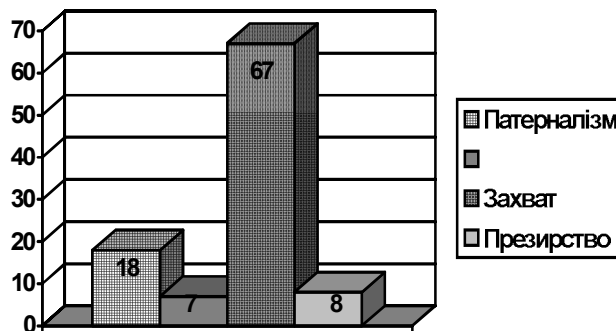


Рисунок 1. Модель змісту стереотипу

Цікавим є розгляд диференціації стереотипів в залежності від віку. Для аналізу було виділено три вікові групи: молоді (18-30 років), середнього віку (31-54) і старшого віку (55-75). Такий вибір вікових меж обумовлений тим, що, згідно даної методології, стереотипи пов'язані із соціальною структурою. А тому слід сфокусуватися на молоді як групі, що активно набуває свого статусу. Верхня межа обумовлена віком, заданим інструментарієм ESS як вік молодого керівника. Старша вікова група трактується в діапазоні від 55 до 70 років. Нижня межа обумовлена пенсійним віком для жінок в Україні (на момент проведення дослідження), тоді як верхня, за аналогією з молодіжною групою, становить вік літнього управління.

Незважаючи на те, що в цілому для всіх вікових груп структура стереотипів типова, можна виділити деякі відмінності. Отже, група середнього віку хоча і не суттєво, але все ж помітно виділяється. Вона найменшою мірою виявляє стереотипи захоплення – 64%, в той час як серед молоді ця частка

складає 66%, а серед групи середнього віку – 69%). При цьому їм найбільшою мірою властиве презирство – 10%, тоді як у інших груп 7% та 5% відповідно.

Таким чином, найбільш позитивні стереотипи стосовно літніх виявляють представники старшого віку, тому що в цілому вони оцінюють або власну вікову групу, або групу, представниками якої вони незабаром стануть. Як відомо, чим ближчою є група, тим більшою мірою її представники позитивно стереотипізуються.

Слід зазначити, що дана модель в основному представляє чисті стереотипи (захоплення і презирство). Це певною мірою суперечить теоретичним положенням MSC, яка доводить, що більш поширеними є змішані стереотипи. Можливо це пояснюється побудовою питань, оскільки, як уже згадувалося, ESS використовує дуже спрощену модель.

Тим не менше, використання моделі змісту стереотипу може стати у нагоді при вивченні сприйняття людей старшого віку у суспільстві. Її перевагами є чіткість побудови, можливість співвідношення з іншими аспектами аналізу в межах даного модуля ESS (наприклад, вікова самоідентифікація, сприйняття статусу різних вікових груп тощо) і міжнародного порівняння. Недоліками є те, що, зосереджуючись на загальному змісті, дана модель не бере до уваги більш конкретні прояви тих чи інших стереотипів, що було б можливо при використанні якісної методології.

Література:

1. Липпман У., Общественное мнение [Текст] / У. Липпман; перевод с англ. Т. В. Барчуновой. Редакторы перевода К.А. Левинсон, К.В. Петренко. – М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. – 384 с.
2. Кон И.С. В поисках себя личность и ее самосознание [Текст] / И.С. Кон – М.: «Политиздат», 1984. – 335 с.
3. Ковалева Н.Г. Пожилые люди: социальное самочувствие [Текст] / Н. Г. Ковалева // Социологические исследования. – 2001. – №7. – С. 73-79.
4. Писарев А.В. Образ пожилых в современной России [Текст] / А.В. Писарев // Социологические исследования. – 2004. – № 4. – С. 51-57.
5. Смирнова Т.В. Пожилые люди: стереотипный образ и социальная дистанция [Текст] / Т.В. Смирнова // Социологические исследования. – 2008. – №8. – С. 49-55.
6. Experiences and Expressions of Ageism: Module template with background information, survey questions. – Режим доступу: <http://www.europeansocialsurvey.org>.
7. Fiske Susan T., Cuddy Amy J.C., Glick Peter, Xu Jun. A Model of (Often Mixed) Stereotype Content: Competence and Warmth Respectively Follow From Perceived Status and Competition // Journal of Personality and Social Psychology. – 2002. – Vol. 82. – №6. – P. 878-902.
8. Cuddy Amy J. C. et al. Stereotype content model across cultures: towards universal similarities and some differences // British Journal of Social Psychology. – 2009. – №48. – P. 1-33.
9. The European Social Survey [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.europeansocialsurvey.org>.