

СТЕРЕОТИПИ ЗА СОЦИАЛНИТЕ И ЕТНИЧЕСКИТЕ ГРУПИ В РАННА ЗРЯЛА ВЪЗРАСТ

Андреева Людмила*, Соня Карабельова**

*Доц. д-р – катедра „Обща, експериментална и генетична психология“, Софийски университет „Св. Климент Охридски“

**Гл. ас. д-р – катедра „Обща, експериментална и генетична психология“, Софийски университет „Св. Климент Охридски“

Проблемът за стереотипите се интензифицира преди около 30 години. Изследователите се обединяват около твърдението, че стереотипите са широко приемани социокултурни явления, които – в различна степен – са доказателство за отрицателни и предубедени становища за целевата група. В края на 70-те и през 80-те години на ХХ век обаче изследванията са повлияни от теорията за социалното учене и социалното познание. Въз основа на това се предефинира природата на стереотипите. Те вече не се свързват единствено и предимно с авторитарното съзнание, а заемат мястото си сред другите рутинни процеси на категоризацията и социалните схеми. В доклада се представят резултати от емпирично изследване на стереотипите на младите хора за различни социални и етнически групи в България. Изследването е реализирано в края на 2004 г. сред около 400 студенти от различни специалности.

The issue of stereotypes intensified thirty years ago. Researchers are unanimous that stereotypes are widely accepted socio-cultural phenomena which – to a different degree – are a proof for negative and biased opinions for the target group. However, in the end of the 1970s and during the 1980s, research studies were influenced by the theory of social learning and social cognition. The nature of stereotypes was redefined on this basis. Stereotypes are not associated anymore only and primarily with the authoritarian consciousness but take their place among the other routine processes of categorization and social schemata. The paper presents the results of an empirical research study of young people's stereotypes about various social and ethnic groups in Bulgaria. The study was done in the end of 2004 with about 400 students with different majors.

От позициите на социалното познание проблемът за стереотипите са разглежда и като преувеличена форма на типизиране [14]. Обектите и събитията често се преценяват и интерпретират въз основа на ограничена информация, тъй като много рядко човек знае абсолютно всичко за онова, което преживява. В този смисъл това представлява един изключително важен страничен продукт на склонността на хората да класифицират преживяванията си, като ги интегрират в организирани концептуални системи. Новите преживявания се класифицират в концептуални категории въз основа на сходството им с предишните преживявания заради човешката склонност да се смята, че новите преживявания ще продължават да демонстрират свойства, подобни на познатия минал опит [13].

Склонността да се действа на базата на частична, непълна или двусмислена информация е интегрална част от базисните процеси на формиране на понятия. В такъв аспект, когато става дума за социални групи, тя е в основата на формирането на *предразсъдъци* на едно по-комплексно равнище. Терминът *стереотип* е популяризиран през 1922 г. от Уолтър Липмън в книгата му *Public Opinion* („Общественото мнение“) и оттогава досега същността на понятието се запазва една и съща: реалната среда е прекалено сложна, за да я разберем напълно и директно. Поради това човек възприема света доста по-опростено чрез схемите и стереотипите като елемент от тях. Стереотипизирането преминава през три етапа: (1) идентифициране на множество от хора като определена категория; (2) приписване на обхват от характеристики на тази категория от хора; (3) атрибутиране на характеристиките на всеки член на категорията.

Още от 20-те години на ХХ век е известно, че хората често са склонни да си формират предразсъдъци и стереотипи и да действат въз основа на тях при възприемането на индивиди и групи. Ранните изследователи установяват, че учители, бизнесмени и студенти в САЩ са много последователни в изразяването на степента на социална интимност, която са готови да допуснат по отношение на определени етнически, национални, расови или религиозни групи [4; 15; 10, цит. по 13]. В началото на ХХ век „канадците“ и „англичаните“ се разглеждат от американците като приемливи за близки взаимоотношения – брак или

близко приятелство, докато класификацията като „индуси“ или „турци“ предизвиква неизменно отхвърляне и допускане единствено на далечни взаимоотношения, например приемане в страната като посетители.

Изследването на стереотипите се интензифицира преди около 30 години. Общият подход към изучаването им е зададен от Д. Кац и К. Брейли [12, цит. по 13]. В изследването респондентите отговарят дали различни черти и прилагателни са характерни за определена етническа група. Въз основа на резултатите се установява, че мнозинството от студентите в Принстън смятат турците за жестоки, коварни и неверни, италианците – за артистични, страстни и импулсивни, чернокожите – за суеверни, мързеливи и безгрижни, японците – за интелигентни, трудолюбиви и прогресивни, а евреите – за хитри и користолюбиви [8]. Според повечето изследователи [2] стереотипите представляват широко приемани социокултурни явления, които – в различна степен – са доказателство за отрицателни и предубедени становища за целевата група.

Стереотипът е верен/точен, ако хората в категорията наистина са такива, каквито се твърди, но ако не са, значи и той е такъв. Една от основните критики към стереотипите е, че в повечето случаи те са фундаментално погрешни, защото подценяват вътрегруповата и надценяват междугруповата вариация. Д.Т. Кембъл [7] очертава четири области, в които стереотипите не отразяват точно характеристиките на групата:

- придържащите се към стереотипа приемат, че той възниква вследствие на истински характеристики на групата и не осъзнават, че самите те могат да му влияят;
- не се оценява и не се осъзнава припокриването между групите;
- прави се допускането, че различията между групите възникват от характеристиките на групата, а не от ситуационните условия или факторите на средата (това е особено вярно за стереотипите, основани на цвета на кожата – те са бедни, защото са мързеливи);
- придържащият се към стереотипа обяснява враждебността, която изпитва към групата, с характеристиките J, но и обратното също може да бъде вярно – враждебността към групата да води до възприемането J в пейоративни термини.

Според Пол Секърд и Карл Бакмън [14] произходът на основаните на стереотипите предразсъдъци и дискриминация се крие най-вече във взаимоотношение, в което две групи са с неравен статус. В подобен случай членовете на по-властната група вероятно установяват по-благоприятни резултати от гледна точка на наградите и загубите, отколкото тези на по-малко властната. Дотолкова, доколкото равнището на сравнение на двете групи се определя при едни и същи условия, групата с по-ниския статус вероятно ще се чувства дискриминирана и ще изпитва враждебност и нехаресване към мнозинството [5; 11].

Р. Браун смята, че едва ли има смисъл като психолози да се възмущаваме или да протестираме, ако формирането на стереотипи по същество се определя като процес на естествено формиране на категории [6]. На човек няма да му стигне животът, за да опознае дори колегите си, ако трябва всеки път да обръща цялото си внимание и щателно да изследва всеки човек, с когото влиза в контакт. Освен това, ако мислим за всяко събитие като уникално, няма да е възможно да се формират никакви очаквания за бъдещето, а формирането на точни предвиждания е очевидна необходимост за оцеляването. Следователно не всички обобщения за категориите са вредни: въпросът е кога генерализациите съответстват на фактите.

Стереотипизирането ще продължи да се осъществява, независимо дали това е политически коректен или идеологически осъдителен процес, а и ще е също толкова рационален, колкото формирането на понятия по принцип. Това, срещу което може и трябва да се възразява, е преувеличаването на стереотипите, особено неблагоприятните, в медийното съдържание. Наистина ирационалното е не толкова формирането на стереотипи, колкото предприемането на сериозни действия, например наемането или уволняването на някого, въз основа единствено на познанията за груповото членство на човека. В този смисъл е

важно да се знае съдържанието на стереотипите, които младите хора в България имат за различните социални и етнически групи в страната.

МЕТОД

Цел на изследването

Представеното изследване има за цел да установи съдържанието на стереотипите на младите хора в България за различни социални и етнически групи и освен това да провери модела, предложен от Сюзън Т. Фиск и сътрудници [9], които твърдят, че стереотипите се идентифицират по две дименсии (топлота и компетентност) и че субективно положителните стереотипи по едното измерение не противоречат на предразсъдъците, но често са функционално консистентни с неласкателни стереотипи по другото измерение. Въз основа на проведени изследвания С. Фиск и колегите J твърдят, че статусът предвижда компетентност, а конкуренцията прогнозира слаба топлина.

Респонденти и процедури

Респондентите са 412 души (144 мъже и 261 жени и 7 непосочили) в две възрастови групи: до 20 години – 227 души, а над 20 години – 179 души и 6 непосочили. От тях от малък град и село – 99 души, от голям град – 143 и от София – 159 души (11 души не са посочили). По образование изследваните лица се делят по следния начин: със средно 355 човека, с висше 42 и 15 души не са посочили. С трудов опит са 215 души, 177 човека нямат трудов опит, а 22 души не са посочили. Всички респонденти получаваха инструкцията, че участват на доброволни начала в анонимно изследване на нагласите.

Инструмент

Използваният въпросник за стереотипите е специално съставен за изследването на базата на използвания инструмент от Сюзън Т. Фиск и сътрудници [9] (вж.табл. 1).

Таблица 1. Скали в инструмента за изследване на стереотипите

Конструкт	Айтеми
Компетентност	Както са разглеждани от другите, колко ... са тези хора? [компетентни, уверени, независими, конкуриращи се, интелигентни]
Топлота	Както са разглеждани от другите, колко ... са тези хора? [толерантни, топли, добродушни, искрени]
Статус	Колко престижни са работните места, които обикновено се заемат от членовете на тази група? Колко икономически успели са членовете на тази група? Колко добре образовани са членовете на тази група?
Конкурентност	Ако членовете на тази група получават специални възможности (например предпочитание при наемане на работа), това вероятно ще направи нещата по-трудни за хората като мен. Колкото повече власт имат членовете на тази група, толкова по-малко власт ще имат хората като мен. Ресурсите, които получават членовете на тази група, ще отнемат ресурси от хората като мен.

За скалите „Компетентност“ и „Топлота“ многоточието се замества с думите в скобите за всеки въпрос.

Изследваните лица бяха помолени да прочетат петнадесетте въпроса и да отговорят за всяка една от посочените във въпросника четиринадесет социални и етнически групи, използвайки петстепенна скала (1 = изобщо не съм съгласен/не е вярно; 5 = напълно съм съгласен/напълно вярно е). Беше спазена процедурата на С. Фиск и сътрудници инструкцията да се формулира по следния начин: „Не се интересуваме от личните Ви убеждения, а от това, как според вас тези групи са разглеждани от другите“, тъй като според авторите тя би трябвало да редуцира съображенията за социална (не)желателност и да способства за идентифициране на културните стереотипи. Етническите и социалните групи, за които се изследват нагласите на младите хора, са следните: българи, български турци, евреи, роми, арменци и араби, живеещи в България, богати, бедни, хората „средна ръка“, възрастни, инвалиди, физически работници, интелектуалци и феминисти.

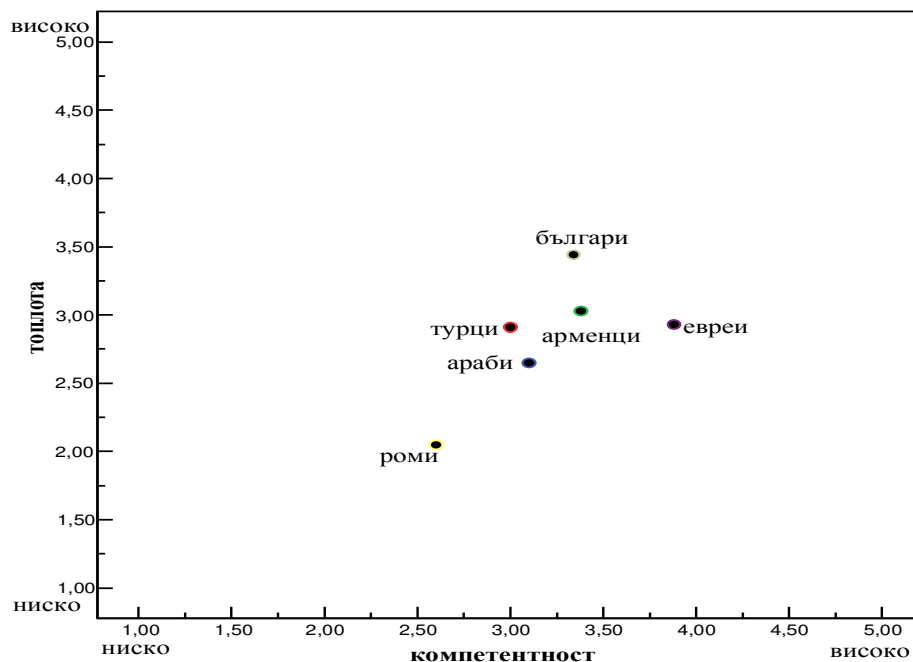
Резултати и дискусия

За да се установи съдържанието на стереотипите на младите хора в България за етническите и социалните групи, бе проведен класически факторен анализ по метода на главните компоненти и Варимакс-ротация (за всяка от групите) по всички 15 качества. За отделните групи са изведени консистентни фактори, които формират скалите: „компетентност“, „топлота“, „статус“ и „конкурентоспособност“. За проверка на получената факторна структура и детерминиране на най-доброто извеждане на броя от клъстери бе проведен и йерархичен клъстерен анализ по метода на Уърд, който минимизира вариациите в клъстера. За да вземем решение за броя на клъстерите, които най-добре отразяват данните, бяха използвани агломерационни статистики от йерархичния анализ. При интерпретацията на резултатите от йерархичния анализ бе използван двоен метод. Първо, идентифицирахме приемлив брой клъстери, използвайки типичните правила за вземане на решение. Второ, валидизирахме решението по няколко начина. Факторният анализ валидизира полезността на предложеното решение чрез изследване на връзките на изведените фактори или клъстери. От друга страна, клъстерното решение се валидизира чрез изследване на взаимовръзките с други фактори. Получените резултати от факторния и йерархичния клъстерен анализ показват подобни резултати, въз основа на които се оформя модел на стереотипите на младите хора у нас за етническите и социалните групи.

В първата скала се включват качества като уверен, независим и конкуриращ се. В тази скала, за разлика от американските изследвания, не влизат качества като компетентност и интелигентност. Вероятно младите хора в България възприемат компетентността по-скоро като самоуверено и себеутвърждаващо се, пробивно поведение, което води до успех в начинанията. Във втората скала се включват качествата: искреност, толерантност, добронамереност и топъл, както и интелигентност и компетентност. Вероятно интелигентността и компетентността се възприемат от изследваните лица като качества, които се свързват с емоционалната интелигентност и емпатията. Третата скала се отнася до статуса и включва качества като престиж, икономически успех и образованост, т. е. притежаването на тези качества е фактор, който може да допринесе за получаване на по-висок статус в организацията или обществото и признание от страна на другите. Четвъртата скала обединява качества, които се отнасят до конкурентоспособността – власт, ресурси и възможности, т. е. качества, които допринасят за постигането на успех в начинанията. Получените резултати показват, че третата и четвърта скали са най-смислово определени и с най-голяма съгласуваност. Освен това те изцяло съвпадат с резултатите, получени в американските изследвания. Поради ограничения обем на разработката резултатите за скалите „статус“ и „конкурентоспособност“ ще бъдат представени в следваща публикация.

Различната работа върху междугруповите и междуличностните възприятия на някои изследователи предполага значимостта на тези две скали („топлота“ и „компетентност“) в социалната перцепция. Според Олпорт (1, цит. по 9) Бетълхайм и Яновиц [3, цит. по 9] евреите се възприемат по-скоро като компетентни, но не и като топли, а негрите – като топли, но не и компетентни. Като цяло расовите предразсъдъци, половите групи, националните стереотипи и личностното възприятие се обобщават в две дименсии – функционалната идея, че хората искат да знаят намеренията на другите (топлота) и потенциалните възможности за тяхното постигане (компетентност). Стереотипите обаче често включват повече или по-малко желани черти, не просто неизменната антипатия, така често приемана за стереотип. В този смисъл С. Фиск и колегите J [9] предполагат, че съществуват смесени стереотипи за някои групи, включвайки слаби възприятия за компетентност и интензивни възприятия за топлота. Моделът на С. Фиск и сътрудниците J предлага матрица, която комбинира скалите „компетентност“ и „топлота“. Тъй като смесените стереотипи включват две отделни дименсии, те са психологически консистентни – човек може да възприема дадена група като топла, но не компетентна или като компетентна, но не като топла.

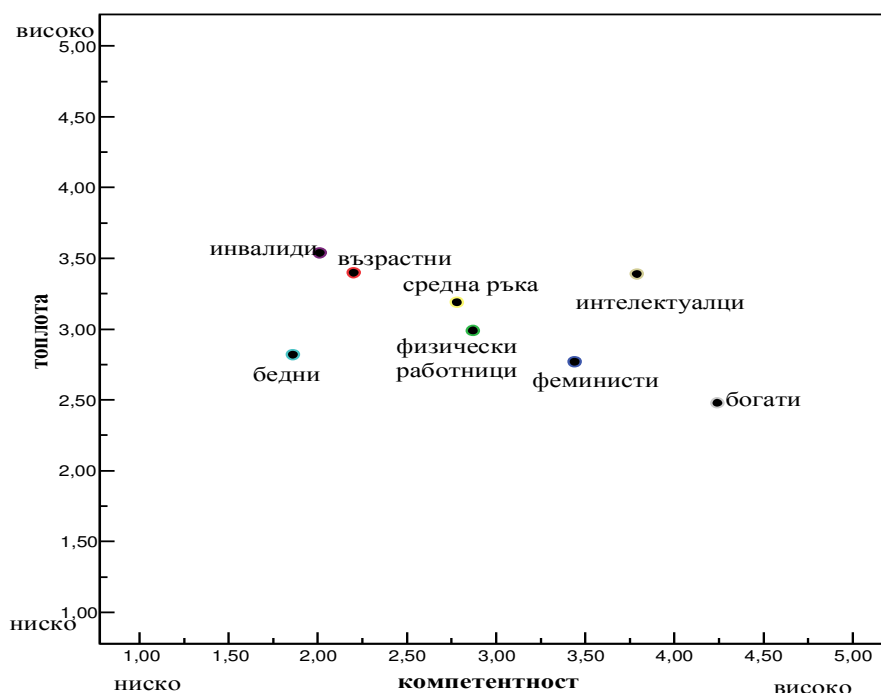
Получените резултати от изследването сред млади хора в България показват следното разпределение по двете дименсии (виж. фиг.1).



Фигура 1. Четири-кълстерно решение относно изследваните етнически групи

Както се вижда от фигура 1, българите се възприемат в еднаква степен като компетентни и топли, българските турци и арабите, живеещи в България, получават средни стойности по компетентност, но по отношение на топлотата стойностите на турците са по-високи от тези на арабите. Арменците се възприемат като компетентни, но не толкова топли, колкото са българите. Евреите се възприемат за най-компетентни от изследваните етнически групи, но в същото време с не толкова високи стойности по топлота. Най-ниски стойности и по двете дименсии получават ромите. Тези резултати потвърждават стереотипите за евреите – компетентни, но не топли. Интересен е резултатът за българите – те са определени като най-топли. Логичен е полученият резултат за ромите – с ниски стойности и по двете дименсии

На фигура 2 са представени резултатите относно кълстерното решение за изследваните социални групи.



Фигура 2. Клъстерно решение за изследваните социални групи

Потвърждават се очакванията за висока компетентност на богатите, интелектуалците и феминистите, а също така и за високите стойности по топлота на инвалидите и възрастните хора. Бедните, инвалидите и възрастните хора получават ниски стойности по компетентност, а богатите – ниски стойности по топлота. Физическите работници и хората „средна ръка” получават средни стойности и по двете дименсии.

От така получените резултати може да се направи заключението, че бедните, възрастните хора и инвалидите се възприемат като некомпетентни, но топли - социално компетентни, интелигентни и добронамерени. Това контрастира със стереотипите за богатите и интелектуалците, които се възприемат като високо компетентни, но със сравнително ниски стойности по топлота.

Заклучение

От функционална, прагматична перспектива дименсиите на стереотипите са резултат от междуличностни и междугрупови взаимодействия. Когато се срещат, хората искат да знаят какви са целите на другите и как те ги преследват. Хората искат да знаят намеренията на другите (позитивни или негативни) и потенциалните възможности за тяхното постигане. Тези характеристики кореспондират с възприемането съответно на топлотата и компетентността [9].

Получените резултати от изследването в българската социокултурна среда подкрепят смесения модел за стереотипите, в който някои групи се възприемат като компетентни, но не топли или като некомпетентни, но топли. Те също така откриват социално структурираните корелати на възприемането на компетентността и топлотата. Групите, които са твърдо в средата на двете дименсии: компетентност/топлота (турци, араби, арменци, хората „средна ръка” и физическите работници) могат наистина да разкрият трудно определими предположения. Данните от изследването за групите в средата на двете дименсии не разграничават неясните стереотипи и средните на противоположните групи. От друга страна, те показват възможността монолитните и противоречащи си индивидуални различия могат да са резултат от липсата на консенсус. В този смисъл отговорът не е съвсем ясен.

Като цяло може да се направи заключението, че дименсията „компетентност“ последователно диференцира социалните групи, докато „топлота“ – етническите групи. Вероятно това не е изненадващо, тъй като отчетливо се проявява в публичното пространство.

Съдържателният модел на стереотипите постулира качествени различия в стереотипите и предразсъдъците към различните групи и едновременно с това създава концептуална рамка, която обяснява защо и кога тези различия се появяват. Например моделът приема, че антисемитизмът и расизмът [1, цит. по 9] следват различна психологическа динамика, обясняваща различията в отношението към тези групи в исторически план. Ромите се възприемат като група с ниска компетентност и това е областта, която те трябва да култивират и да развиват. Евреите обаче се възприемат като високо компетентни. В други случаи моделът подчертава психологическите подобия в предразсъдъците – турците и арабите се възприемат в средна степен компетентни и топли, както и физическите работници и хората „средна ръка“.

Описаният модел на смесените стереотипи е продукт от исторически и социални обстоятелства, но на равнището на двете критични дименсии („компетентност“ и „топлота“) те се основават на променливите, които отдавна интересуват изследователите на предразсъдъците. Познаването на съдържанието на стереотипите може да подпомогне успешното взаимодействие между различните етнически и социални групи.

Литература:

1. Allport, G. W. (1954). *The Nature of Prejudice*. Reading, MA: Addison-Wesley.
2. Ashmore, R. D., & Del Boca, F. K. (1981). Conceptual Approaches to Stereotypes and Stereotyping. In D. L. Hamilton (Ed.). *Cognitive Processes in Stereotyping and Intergroup Behavior*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, pp. 1–35.
3. Bettelheim, B., & Janowitz, M. (1950). *Dynamics of Prejudice*. New York: Harper.
4. Bogardus, E. S. (1925). Measuring social distance. *Journal of Applied Sociology*, 9, 299–308.
5. Boski, P. (1988). Effects of ingroup/outgroup membership and ethnic schemata. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 19, pp. 287–328.
6. Brown, R. (1986). *Social Psychology* (2nd ed.). New York: The Free Press.
7. Campbell, D. T. (1967). Stereotypes and the perception of group differences. *American Psychologist*, 22, pp. 817–829.
8. Deaux, K. (1995). How Basic Can You Be? The Evolution of Research on Gender Stereotypes. *Journal of Social Issues*, 51(1), 11–21.
9. Fiske, S. T., Cuddy, A. J. C., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902.
10. Guilford, J. P. (1931). Racial preferences of a thousand American university students. *Journal of Social Psychology*, 2, 179–204.
11. Hogg, M.A. & Turner, J.C. (1987). Intergroup behavior, self-stereotyping and the salience of social categories. *British Journal of Social Psychology*, 26, pp. 325–340.
12. Katz, D., & Braly, K. (1933). Racial Prejudice and Racial Stereotypes. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 28, 280–290.
13. McDavid, J. W., & Harari, H. (1974). *Psychology and Social Behavior*. New York: Harper & Row, Publishers.
14. Secord, P.F. & Backman, C.W. (1974). *Social Psychology* (2nd ed.). Tokyo: McGraw-Hill.
15. Thurstone, L. L. (1928). Attitudes can be measured. *American Journal of Sociology*, 33, 529–554.