

Ірина ОРЕЛ,
orcid.org/0000-0002-7258-1444
кандидат філологічних наук, доцент,
докторант кафедри германської і фіно-угорської філології
імені професора Г. Г. Почепцова
Київського національного лінгвістичного університету
(Київ, Україна) *Orel_i72@ukr.net*

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИЧИНИ СТЕРЕОТИПІЗАЦІЇ (НА МАТЕРІАЛІ НІМЕЦЬКИХ МОВНИХ СТЕРЕОТИПІВ)

Розвідку присвячено виявленню та аналізу психологічних і соціальних причин процесу стереотипізації. Матеріалом дослідження є німецькі мовні стереотипи, вербалізовані засобами фразеологічних одиниць. Мета розвідки – виявити й проаналізувати причини формування стереотипів з позиції психології та соціології для розуміння дії механізмів категоризації у процесі стереотипізації.

Основною передумовою стереотипізації визначено етноцентризм, який встановлює специфічну національно-культурну шкалу для оцінювання об'єктів реального світу. Причинами стереотипізації на психологічному рівні визначено економію зусиль у процесі пізнання; необхідність ідентифікації Свій / Чужий для захисту та збереження групи; захист національної ідентичності й культури через передачу національно-культурної інформації засобами стереотипних схем поведінки, образів.

Ідентифікація відбувається за допомогою стереотипних образів та оцінок, які уможливають виявлення спільних чи відмінних ознак. Встановлено, що у результаті категоризації об'єктів позамовної дійсності в межах етноцентризму як автостереотипи, так і гетеростереотипи можуть передавати і позитивну, й негативну оцінку, а також мати нейтральне значення.

У розрізі соціології встановлені біологічні, психічні та соціальні причини стереотипізації. Біологічні причини активуються на підсвідомому рівні. Вони пов'язані з умовною схемою реального світу, що пропонує параметри існування людей і визначену програму життєдіяльності, елементом якої вважається стереотип, що сприяє притосуванню індивідів до зовнішнього середовища, а також пошуку шляхів вирішення певних життєвих завдань з метою виживання. Психічні причини сприяють формуванню певних реакцій, шаблонів поведінки, на які не поширюється раціональний контроль. Психічні реакції – це вияв емоцій, які виражаються у стереотипній поведінці. Соціальні причини пов'язані з колективною діяльністю, спрямованою на освоєння реального світу. Соціальні чинники виявляються у свідомому їх використанні з чітким розумінням їх значення, функцій, сфер застосування.

Ключові слова: *стереотип, стереотипізація, причини стереотипізації, стереотипний образ, когнітивна інформація, фразеологічна одиниця.*

Iryna OREL,
orcid.org/0000-0002-7258-1444
Candidate of Philological Science, Associate Professor,
Doctorate Student at the Department of German and Finno-Ugric Philology
named after Professor G. G. Pochepstov
Kyiv National Linguistic University
(Kyiv, Ukraine) *Orel_i72@ukr.net*

SOCIO-PSYCHOLOGICAL CAUSES OF STEREOTYPISATION (ON THE MATERIAL OF GERMAN LANGUAGE STEREOTYPES)

The investigation is devoted to the identification and analysis of psychological and social causes of the process of stereotyping. The material of the research is German language stereotypes, verbalized by means of phraseological units. The purpose of search is to identify and analyze the reasons for the formation of stereotypes from the standpoint of psychology and sociology to understand the mechanisms of categorization in the process of stereotyping.

The main prerequisite for stereotyping is ethnocentrism, which established provides a specific national and cultural scale for assessing real-world objects. The causes of stereotyping at the psychological level are savings in the course of cognition; the need to identify one's Own / Another's in order to protect and preserve the group; protection of national identity and culture through the transfer of national and cultural information by means of stereotypical patterns of behavior, images.

Identification takes place with the help of stereotypical images and assessments that make it possible to identify common or different features. It is established that as a result of categorization of objects of extra-linguistic reality within

ethnocentrism both auto-stereotypes and hetero-stereotypes can transfer both positive and negative evaluations and have a neutral value. In the context of sociology, the biological, mental and social causes of stereotyping are established.

Biological reasons activated subconsciously associated with the conventional scheme of the real world that offers options exist people and defined a program of life, part of which is a stereotype that contributes to adaptation of individuals to the environment and finding ways to decide certain life tasks in order to survive. Mental causes cause the formation of certain reactions, patterns of behavior, which are not subject to rational control. Mental reactions are manifestations of emotions that are expressed in stereotypical behavior. Social causes are related to collective activities aimed at mastering the real world. Social factors are manifested in their conscious use with a clear understanding of their meaning, functions and areas of application.

Key words: *stereotype, stereotyping, causes of stereotyping, stereotypical image, cognitive information, phraseological unit.*

Постановка проблеми. Проблеми функціонування стереотипів, механізми їх формування, причини стереотипізації привертають увагу низки дослідників у різних галузях знань. Психологи (А. Байбурін, І. С. Кон, В. Г. Крисько, С. Світич, І. П. Шевелева, П. Н. Шихирев, С. Bergonzi, Н. Tajfel) вивчають природу, сутність, причини виникнення стереотипів з метою виявлення особливостей та закономірностей звичної у межах групи поведінки людей. Дослідження стереотипів дає розуміння дій / вчинків індивідів у певних ситуаціях, оцінок об'єктів зовнішнього світу, ставлення один до одного в межах групи чи поза нею, прогнозування реакцій на зовнішні подразники.

У соціології стереотип розглядається як елемент суспільної свідомості, який виник у результаті колективного пізнання; схематичний, але впорядкований і культурно детермінований образ об'єктів позамовної дійсності у свідомості мовців, що допомагає у подальшому освоєнні світу, хоча й є не верифікованим емпірично чи раціонально (Г. Л. Бардієр, У. Липпман, А. В. Меренков, Л. Пипло, В. Р. Руджеро, Д. Сирс, Ш. Тейлор, L. Blum, K. Jonas, M. Schmid-Mast).

Для розуміння стереотипів з погляду лінгвістики виявлення соціальних і психологічних причин процесів стереотипізації є надзвичайно важливими, оскільки вони розкривають сутність принципів і механізмів виокремлення ознак образів об'єктів, на основі яких відбувається категоризація; виявляють особливості національно-специфічного мислення (менталітету) мовців; висвітлюють засади формування оцінного компонента значення одиниці мови, що вербалізує стереотип; пояснюють ономаціологічну природу образів, покладену в основу фразеологічного семіозису.

Аналіз досліджень. З погляду соціально-психологічних студій стереотипів виокремлюється чотири основні підходи до їх вивчення, які ґрунтуються на відмінностях процесів стереотипізації. *Соціокультурний підхід* уможливує вивчення причин, механізмів виникнення і функціонування

стереотипів у розрізі соціальних відносин, міжгрупових конфліктів в аспекті процесів соціалізації або під впливом ЗМІ. *Інтраіндивідуальний підхід* дослідження стереотипів, який зумовлено особливостями перебігу й вияву психічних пізнавальних процесів (відчуття, сприйняття, пам'яті, мислення), а також емоцій, почуттів, базується на вивченні певних характеристик особистості, які слугують основою стереотипізації. У межах *когнітивної теорії* причини виникнення стереотипів розглядаються як здатність людини до сприйняття й опрацювання отриманої інформації. Дослідження стереотипів з погляду *теорії соціальної ідентичності* дозволяє аналізувати формування студійованого феномену як соціальну основу категоризації в межах / поза межами групи.

У результаті сучасних досліджень описано передумови, причини та механізми гендерної стереотипізації, вплив гендерних стереотипів у різних сферах діяльності людини (Л. Магдюк, А. Сизоненко, Sophia Wisniewskie), встановлені механізми культурної групової та самоідентифікації (М. Гребенюк, А. Scheitza, R. Leenen), проаналізовано причини виникнення міжгрупових конфліктів на основі стереотипів та упереджень (Л. Пелепейченко, М. Саган, К. Jonas, M. Schmid-Mast); з'ясована роль стереотипів у виявах дискримінації та толерантності (Ю. Бак, А. Veelmann, Jonas Kai J.); встановлено значення і функції соціальних стереотипів у процесі міжкультурної перцепції і комунікації (Н. О. Гулівець, О. В. Холоденко, Rösch Olga); розглянуто причини впливу стереотипів, поширюваних ЗМІ (М. В. Бутиріна), причини та механізми формування стереотипів засобами мас-медіа (Р. Лавлінський).

З огляду на результати проведених розвідок зазначимо, що низка дискусійних питань лишилася поза увагою дослідників. Не визначено остаточно, чи є стереотипи успадкованими генетично, чи результатом соціальної активності; не досить вивчені механізми процесів стереотипізації; немає однастайності щодо причин утворення / зміни стереотипів за різних соціальних умов; не завершені дослідження причин форму-

вання оцінки (зокрема, амбівалентної) авто- та гетеростереотипів тощо.

Мета статті полягає у виявленні й аналізі причин утворення стереотипів з позиції психології та соціології для розуміння причин і механізмів категоризації, які є основою **стереотипізації**.

Виклад основного матеріалу. Поняття «стереотипу» визначають як результат помилкового мисленнєвого процесу (Katz, Braly, 1933), що характеризується ригідністю (Adorno, Frenkel-Brunswik, Levinson, Sanford, 1950), на яку не впливає практичний досвід. Емпіричні факти не змінюють стереотипне уявлення. Проте дефініція стереотипу як негативного явища нині вважається спірним питанням, оскільки шкали для вимірювання у змісті стереотипу «Правильно / Неправильно» просто не існує (Brigham, 1971).

Однією з базових причин стереотипізації психологи називають етноцентризм, який полягає у максимально високій оцінці своєї групи порівняно з іншими групами (Руджєро, 1975: 39). Ми вважаємо етноцентризм передумовою, своєрідним фоном стереотипізації, оскільки будь-який індивід є членом певної етнотипу, яка, нав'язуючи своє світобачення, пропонує освоєння світу з можливістю вимірювати його за допомогою власної шкали оцінок. Причому оцінка себе / своєї групи завжди гіперболізована через те, що інформація про зовнішній світ сприймається й оцінюється індивідами крізь призму власної апріорно «кращої культури» (Крисько, 2002).

У щоденному житті людина отримує великі обсяги інформації, які складно освоїти не лише через великий обсяг, але й через «її якісну невизначеність» (Світич, 2018: 321), зумовлену новизною. Стереотипи конденсують і акумулюють результати опрацьованих даних, виявляють шляхом категоризації соціальне й якісне значення нової інформації та вміщують нові знання у форми відомих образів, які фіксують і схематично відображають у свідомості впорядковану НКІ, уможливають швидку реакцію на зовнішні подразники й оптимізують поведінку індивідів у певних ситуаціях. Такий процес значно економить зусилля і не вимагає щоразу багато часу для сприйняття, розуміння, аналізу інформації, вироблення відповідної реакції на неї. Тому принцип «економії зусиль» (А. Байбурич, Ю. Бромлей, І. Кон, У. Липпман, С. Світич, В. Трусов, А. Филиппов) вважаємо не просто однією з причин стереотипізації, а саме тією, яка забезпечує життєдіяльність і функціонування групи та сприяє подальшому успішному освоєнню реальності.

Принцип економії зусиль помітив ще В. Липпман (Липпман, 2004: 97), який припускав, що людина намагається аналізувати, класифікувати і систематизувати нові об'єкти за вже відомими категоріями. Тобто, процес стереотипізації відбувається на основі відомих стереотипних образів, сценаріїв поведінки. Під час категоризації виокремлюються виразні для мовця ознаки нового об'єкта й співвідносяться з відомими ознаками засвоєних образів, які вже володіють певною оцінкою / оцінками. Співвіднесення нових ознак із вже відомими сприяє формуванню оцінки нових властивостей, а через них відбувається оцінка нового об'єкта пізнання, який займає певне місце в інформаційній та оцінній системі групи. Так відбувається систематизація / категоризація знань про світ.

На думку американських дослідників, здатність індивідів відрізнити «нас» від «них» є фундаментальною властивістю мозку, спрямованою на захист себе / своєї групи. Дослідження доводять, що люди від народження сприймають будь-кого, хто відрізняється від них, як загрозу, оскільки мозок має еволюційні вимоги до цього (Bergonzi Chris). З метою самозбереження та самозахисту представники групи змушені ідентифікувати Свого і Чужого. Цей процес відбувається за допомогою стереотипів, оцінки образів яких містять усі необхідні дані для виявлення спільних або відмінних рис / ознак між об'єктами.

У результаті проведеної ідентифікації задіюється відповідний сценарій поведінки, активується стереотипна оцінка об'єкта, яка ґрунтується на оцінці категоризованої ознаки. Наприклад, гетеростереотип «неввічливість» представлено ФО (зафіксованою у XVIII ст.) *sich französisch verabschieden* – (розм.) піти, не попрощавшись, що вербалізує нечемну поведінку французів, яка вважалася неприйнятною у німецькомовному середовищі. Виникнення ФО на позначення стереотипу пов'язують зі звичкою французів іти з прийому, не прощаючись із господарями (WRRiASU). ФО *mit jemandem Deutsch reden* – (розм.) говорити чітко, виразно, зрозуміло (WRRiASU) репрезентує авто-стереотипне позитивне сприйняття Свого (через імпліцитну оцінку образу).

На думку Г. Теджфел (Tajfel, 1982), етноцентризм не може викликати нейтральну категоризацію. Часто це пояснює гіперболізовану оцінку стереотипів: Свій – Добре або Чужий – Погано. Чітко виражена оцінка сприяє полегшенню категоризації і спрямована на виявлення максимальних міжгрупових відмінностей і внутрішньогрупових подібних ознак. Таке прагнення

є специфічним атрибутом стереотипізації (там само). Наприклад, *Deutsch und gut* – чітко і зрозуміло (Wander); *Der deutsche Kaiser ist Herr über Könige, der Spanier über Pferde, der Franzose über Esel und der Engländer über Teufel* (SLD) – Німецький Кайзер – Король Королів, іспанський – Король коней, французький – Король віслуків, англійський – Король чортів.

Яскраво негативно оцінюються представники чужих груп, наприклад: *Politisch ist englisch reden und teuflisch meinen* (SWN) – у політиці розмовляють англійською і думають як чорт (підступно); *ein Itaker sein* – (розм., зневажл.) бути італійцем; *ein Russki / der Iwan sein* (WRRiASU) – (розм., зневажл.) бути росіянином; *Glaube keinem Ungarn, er habe denn drei Augen in der Stirn* (там само). – (розм.) не довіряй угорцю, він має три ока у лобі.

Проте у результаті проведеного нами аналізу фактів мови маємо підстави стверджувати, що попри етноцентризм, нейтральна категоризація можлива, наприклад: *Der Italiener ist in der Religion ceremoniell, der Deutsche ernst, der Engländer andächtig, der Franzose eifrig, der Spanier abergläubisch* (Wander). – у релігії італієць дотримується церемоній, німець – серйозний, англієць – набожний, француз – старанний, іспанець – забобонний; *Spanisch mit Gott, italisch mit den Frauen, französisch mit den Freunden, englisch mit den Vögeln und deutsch – mit den Pferden* (SLD). – іспанці з Богом, італійці з жінками, французи з друзями, англійці з пташками, а німці з кіньми.

Під час розгляду семантики ФО на позначення стереотипів встановлено, що не всі автостереотипи транслують позитивну оцінку, а гетеростереотипи – негативну. Фактичний матеріал розвідки встановив протилежні факти. Наприклад, ФО *der Hampelmann sein* (WRRiASU) – (розм., фам.) бути безхарактерним представляє автостереотип «бути слабким» на основі образу національної іграшки, транслює негативну оцінку; *dummer Peter* – (розм., зневажл.) дурень (автостереотип «бути дурним»); *Er sieht aus wie Peter von Hameln* (SLD) – (розм.) виглядати дикуном, грубіяном. Незначна кількість гетеростереотипів передає позитивну оцінку, наприклад: *Italien ist das Land, wo Milch und Honig fließt* (Wander) – Італія – це країна з молочними ріками і кисільними берегами (біблійний образ Раю – позитивна оцінка).

Стереотип як елемент суспільної свідомості та самосвідомості забезпечує захист своєрідності духовної культури етносу (Байбурин, 1985: 36–46). Це відбувається через здатність стереотипного образу фіксувати і передавати когнітивну інформацію. Завдяки такій можливості стереотипні

образи забезпечують «психічний світ» людини (Крысько, 2002); захищають цінності групи (Липман, 2004: 107). Це визначено ще однією причиною стереотипізації – захист власної національної ідентичності та культури через накопичення, збереження й передачу НКІ засобами стереотипних схем поведінки, образів об'єктів (також виробленням оцінок ознак образів, що є суто національно-специфічним процесом).

Наприклад, стереотипні правила поведінки репрезентують ФО: *Bis Pfingsten lass den Pelz nicht fahren, nach Pfingsten ist's gut, ihn bewahren* (SLD) – до Трійці теплий одяг потрібен, а після Трійці можна його заховати; *Weihnachtskälber und Osterferkel machen die Bauern reich und weise* (SLD) – різдвяні телята й великодні поросята роблять селянина багатим і мудрим (йдеться про час народження молодняка у господарстві).

Національно-культурні образи в основі внутрішньої форми ФО транслують автостереотип «бути розумним»: *etwas in der Birne haben* (WRRiASU) – (розм., жарт.) мати щось у голові (досл.: у груші – міфологічне уявлення про голову як вмістилище чогось доброго / поганого); *die Weisheit mit Löffeln gegessen haben* (там само) – хтось дуже розумний / мудрий (досл.: хтось їв мудрість ложками); *ins Schwabenalter kommen* (WRRiASU) – порозумнішати (досл.: дожити до віку шваба – уявлення про те, що шваби розумнішають тільки у 40 років (там само)).

Стереотип формується за певною схемою, яка сприяє відтворенню вже відомих форм свідомості людини та її поведінки. Зовнішній світ визначає умови існування індивідів у вигляді програми взаємодії людини з об'єктивною реальністю. Елементи програми відображають потреби суб'єктів у процесі адаптації у світі. Необхідність адаптації визначає пошук необхідних для життя людини умов або їх створення (Меренков, 2001: 9–14).

Потрібна для успішної життєдіяльності програма існування індивідів розглядається як впорядкована система реакцій на подразники і на зміну схеми еволюції індивіда (через зміни зовнішніх умов існування). Саме стереотип є тим елементом програми життєзабезпечення, який уможливає виживання у світі на біологічному рівні. Тому програма життєдіяльності визначає існування індивіда / групи, активуючи свої елементи та реалізуючи зв'язки між своїми ж елементами. Людина розглядається не лише як жива система, здатна пристосовуватися, але й як така, що діє з метою розв'язання життєво необхідних завдань (Когутяк, 2016: 183), тобто є активною через необхідність виживання і самозбереження. Саме тому

стереотип плумачать як схему активної взаємодії людини з позамовними об'єктами, у результаті чого забезпечується її життєдіяльність; як активні схеми у вигляді програми з певним набором елементів і чітко фіксованими зв'язками й відношеннями між ними (Меренков, 2001: 14–15). Тобто, підхід до визначення стереотипу змінюється від незмінної до динамічної структури.

Існує думка, що безумовні рефлекси підтверджують здатність живих організмів зберігати і передавати стереотипну інформацію генетичним шляхом. Стереотипна життєво необхідна інформація зберігається у клітинах живих організмів, що й уможливує її передачу із покоління у покоління. Це може бути поясненням багатівікового існування певних стереотипів у практично незмінному вигляді. Така тривала усталеність обґрунтовується необхідністю їхнього функціонування для забезпечення адекватного реагування на виклики зовнішнього світу (Меренков, 2001: 16).

Генетичні стереотипи можуть занотовуватися тими програмами, які формують безумовний рефлекс. У такий спосіб через фіксацію інформації відбувається накопичення позитивних ознак і характеристик представників групи, оскільки саме позитивна інформація є необхідною для забезпечення існування (Меренков, 2001: 16–17). Наприклад, стереотип любові, кохання (*jemandem sein Herz zu Füßen legen* (WRRiASU) – покласти к.-н. серце до ніг; *die Sonne in sein Herz lassen* (там само) – закохатися), краси (*wie ein Veilchen im Verborgenen blühen* (там само) – рідкісна краса; *wie gemalt* (там само) – як намальований); справедливості (*recht und billig* (там само) – правильно і справедливо; *nach bestem Wissen und Gewissen* (там само) – вчинити по справедливості (вираз із юриспруденції XVII ст.).

Психічний чинник формує програми функціонування підсвідомості і свідомості, поєднує вироблені схеми, шаблони, стереотипи реагування на зовнішні впливи. Психіка генерує всі види психічних реакцій, які виявляються підсвідомо (Меренков, 2001: 19; Когутяк, 2016: 184), такі як вияв емоцій – «усталених психічних програм реагування на ступінь співпадіння реальності з очікуванням», що пов'язано зі стереотипом поведінки (Меренков, 2001: 21).

Емоції впливають на поведінку, визначають сценарії дій індивіда, коли той перебуває у певному емоційному стані. Наприклад, стереотипна поведінка радості очікує такі сценарії: високо стрибати / підстрибувати (*vor Freude an die Decke springen* (стрибати до стелі від радості); *einen Luftsprung machen* – стрибати до неба (від

радості); вигукувати (*Juhu! / Juchhe! / Juchhei! Fick die Henne!* (вигук радості); сміятися / посміхатися (*(bis) über beide Backen grinsen / strahlen* – широко посміхатися від радості; співати (*sich freuen wie ein Schneekönig* – дуже радіти чомусь) тощо. Сум викликає стереотипну поведінку: бути понурим: (*geknickt sein* – бути понурим; (укр.) прибитий горем; *den Kopf sinken lassen* – повісити голову (зневірися, впасти духом, поникнути); плакати (*sich die Augen aus dem Kopfweinen* – виплакати очі).

Колективна практика, спрямована на освоєння світу, пов'язана із соціальною діяльністю, виробляє низку певних стереотипів (гендерні, вікові, сімейні). Соціальні причини пов'язані з усвідомленими діями (Меренков, 2001: 32), які вчиняються із розумінням їх смислу, значення, призначення, на відміну від біологічних і психічних причин, які діють підсвідомо.

Аналіз образів, покладених в основу внутрішньої форми ФО, розкриває розуміння ознак, які послугували підставою для категоризації і стереотипізації. Наприклад, гендерні стереотипи: *Eine gute Hausfrau hat fünf K zu besorgen: Kinder, Kammer, Küche, Keller und Kleider* (SLD) – хороша домогосподарка повинна турбуватися про п'ять «К»: діти, дім, кухня, підвал (запас продуктів), одяг; *den starken Mann markieren* (WRRiASU) – (розм.) намагатися показати силу (досл.: поводитися як сильний чоловік (образ чоловіка – образ фізичної сили); вікові стереотипи: *alt wie Methusalem* (там само) – (рідко) бути дуже старим (досл.: старий як Еммануїл (біблійний образ); *bemoost sein* (там само) – (розм., зневажл.) бути старим (досл.: бути вкритим мохом); сімейні стереотипи: *Kind und Kegel* (там само) – (розм.) вся сім'я (досл.: з дітьми і байстрюками (у середньовісній німецькій *Kegli* – позашлюбна дитина); *ein Nestküken sein* (там само) – (розм.) бути наймолодшою дитиною (досл.: курча, що сидить у гнізді).

Соціальні причини процесу стереотипізації виникають через те, що людина існує у соціумі, причому одночасно є членом різних соціальних груп (гендерна, вікова, сімейна, релігійна, професійна, місце проживання). З метою успішного існування групи результатом соціальної взаємодії має бути створення сприятливих умов буття. Тому той варіант взаємодії, у результаті якого виробляється оптимальний результат симбіозу, постійно повторюється. Через постійне повторення сценарії соціальної взаємодії перетворюються у правило, яке «при систематичному застосуванні протягом кількох поколінь трансформується у норму» (Меренков, 2001: 34). Норма є апіорним

поняттям, що й забезпечує стереотипізацію певних аспектів життєдіяльності групи. Багаторазове емотивно-оцінне акцентування ознак об'єктів / дій / явищ, які повторюються, забезпечує фіксацію стереотипів у свідомості (Крисько, 2002).

Висновки. Отже, процес стереотипізації вважаємо результатом категоризації ознак стереотипованого об'єкта. Передумовою стереотипізації розглядаємо етноцентризм як фон категоризації, через що освоєння позаумовної дійсності відбувається крізь призму власної національної культури.

Виявлено такі причини психологічної стереотипізації як економія зусиль, необхідність ідентифікації Свій / Чужий, передача когнітивної інформації наступним поколінням. Економію зусиль при освоєнні нової інформації визначено однією з головних причин стереотипізації, засобами якої виступають готові стереотипи, які містять у спрощеному вигляді масиви вже оброблених даних про об'єкти реального світу і слугують основою для подальшої категоризації ознак пізнаваних об'єктів. Стереотипні образи є засобами ідентифікації, тому що акумулюють, зберігають і тран-

слюють НКІ з метою захисту власної культури та ідентичності, яку розглядаємо як одну із життєво необхідних для групи причин стереотипізації.

З погляду соціології виокремлено біологічні, психічні та соціальні причини. Біологічний чинник стереотипізації пов'язаний з умовною матрицею реального світу, яка пропонує параметри існування організмів та визначену програму життєдіяльності, елементом якої вважається стереотип, що сприяє пристосуванню організмів до зовнішнього середовища й активує пошук шляхів вирішення певних життєвих завдань для виживання.

Психічний чинник формує стереотипні схеми, реакції, шаблони поведінки, на які не поширюється раціональний контроль. Соціальні чинники пов'язані з колективною діяльністю, спрямованою на освоєння реального світу; виявляються у свідомості з чітким розумінням їх значення, функцій, сфер застосування.

Перспективами подальших досліджень вважаємо вивчення лінгвальних чинників виникнення мовних стереотипів, представлених засобами ФО.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байбурин А. Этнические аспекты изучения стереотипных форм поведения и традиционных культур. Ленинград : Советская этнография. 1985. № 2. С. 36–46.
2. Когутяк Н. Закономірності перцептивного розвитку у ранньому онтогенезі: на межі нормативів. *Психологія особистості*. 2016. № 1(7). С. 182–190.
3. Крисько В. Г. Етнічна психологія : Учеб. посібник для студ. вищ. навчальн. закладів. М.: Видавничий центр «Академія», 2002. 320 с. URL: <http://socio.125mb.com/etnicheskaya-psihologiya-ucheb-posobie-dlya.html>.
4. Липпман У. Общественное мнение / пер. з англ. Т. В. Барчуновой. М. : Институт фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
5. Меренков А. В. Социология стереотипов : монография. Екатеринбург, 2001. 290 с.
6. Руджеро В. Р. По ту сторону эмоций и чувств: Руководство по критическому мышлению / пер. с англ. А. Поликина. Alfred Publishing Co., Inc. Channel Drive, Port Washington, N.Y., 1975. 82 с.
7. Світич С. Проблеми вивчення стереотипів і стереотипізації: теоретико-методологічні підходи. Наукові записки. ІпіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України. 2018. Випуск 1(63). С. 310–324. URL: https://ipiend.gov.ua/wpcontent/uploads/2018/07/svitych_problemy.pdf (дата звернення: 12.01.2021).
8. Bergonzi Chris. Understanding Bias and the Brain. URL: <https://www.kornferry.com/insights/articles/understanding-bias-and-brain>.
9. Brigham J. C. Ethnic stereotypes. *Psychological Bulletin*. 1971. 76(1). P. 15–38.
10. Katz D., Braly K. W. Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1933. № 28. P. 280–290.
11. SLD: Spruchlexikon Deutsch. URL: <https://operone.de/spruch/searchspruch.php>.
12. SWN: Sprichwoerter.net. URL: <https://www.sprichwoerter.net/index>.
13. Tajfel H. Social identity and intergroup behavior. *Soc. sci. inform.* 1982. № 13(2). P. 6–93. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/053901847401300204>.
14. The authoritarian personality/ Adorno T. W., Frenkel-Brunswick E., Levinson D. J., Sanford R. N. New York : Harper & Row, 1950. 1000 P. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=rm2mDwAAQBAJ&pg=PR24&lpq=PR24&dq=The+Authoritarian+Personality>.
15. Wander K. F. W. Deutsches Sprichwörter-Lexicon von Karl Friedrich Wilhelm Wander. URL: <http://woerterbuchnetz.de>.
16. WRRiASU: Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache. URL: <https://www.redensarten-index.de>.

REFERENCES

1. Bajburyn A. Etnicheskye aspekty yzucheniya stereotypnykh form povedeniya u tradytsyonnykh kul'tur. [Ethnic aspects of studying stereotyped forms of behavior and traditional cultures]. Leningrad : Soviet Ethnography. 1985. № 2, p. 36–46 [in Russian].

2. Kohutiak N. Zakonomirnosti pertseptyvnoho rozvytku u rann'omu ontogenezi: na mezhi normatyviv. [Laws of perceptual development in early ontogenesis: at the boundaries of standards]. *Psychology of specialness*. 2016. № 1(7). P. 182–190 [in Ukrainian].
3. Krys'ko V. H. Etnichna psykholohiia : Ucheb. posibnyk dlia stud. vysch. Navchan', zakladiv. [Ethnic Psychology: Textbook. manual for students. higher exercises, institutions]. M. : Publishing Center "Academy", 2002. 320 p. URL: <http://socio.125mb.com/etnicheskaya-psihologiya-ucheb-posobie-dlya.html> [in Russian].
4. Lyppman U. Obschestvennoe mnenye / per. s anhl. T. V. Barchunovoj. [Public opinion / Translated from English. T. V. Barchunova; ed. translation by K. A. Levinson, K. V. Petrenko]. Moscow : Institute of the Public Opinion Foundation. 2004. 384 p. [in Russian].
5. Merenkov A. V. Sotsyolohiia stereotypov : monografii. [Sociology of stereotypes. Monograph]. Ekaterinburg, 2001. 290 p. [in Russian].
6. Rudzhero V. R. Po tu storonu emotsyj y chuvstv : Rukovodstvo po krytycheskomu myshleniyu / per. s anhl. A. Polykyna. [Beyond Emotions and Feelings: A Guide to Critical Thinking / translation from English A. Polikina]. Alfred Publishing Co., Inc. Channel Drive, Port Washington, N.Y., 1975. 82 p. [in Russian].
7. Svitych S. Problem vyvchennia stereotypiv ta stereotypizatsii: teoretyko-metodolohichni pidkhody. [Problems of studying stereotypes and stereotyping: theoretical and methodological approaches]. Proceedings. IpiEND them. I. F. Kuras NAS of Ukraine. 2018. Issue 1 (63). P. 310–324. URL: https://ipiend.gov.ua/wpcontent/uploads/2018/07/svitych_problemy.pdf [in Ukrainian] (data zvernennia: 12.01.2021).
8. Bergonzi Chris. Understanding Bias and the Brain. URL: <https://www.kornferry.com/insights/articles/understanding-bias-and-brain>.
9. Brigham J. C. Ethnic stereotypes. *Psychological Bulletin*. 1971. 76(1). P. 15–38.
10. Katz D., Braly K. W. (1933). Racial stereotypes of one hundred college students. *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 1933. № 28. P. 280–290.
11. SLD: Spruchlexikon Deutsch. URL: <https://operone.de/spruch/searchspruch.php>.
12. SWN: Sprichwoerter.net. URL: <https://www.sprichwoerter.net/index>.
13. Tajfel H. Social identity and intergroup behavior. *Soc. sci. inform.* 1982. 13 (2). P. 65–93. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/053901847401300204>.
14. The authoritarian personality / Adorno T. W., Frenkel-Brunswik E., Levinson D. J., Sanford R. N. New York : Harper & Row, 1950. 1000 p. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=rm2mDwAAQBAJ&pg=PR24&lpg=PR24&dq=The+Authoritarian+Personality>.
15. Wander K. F. W. Deutsches Sprichwörter-Lexicon von Karl Friedrich Wilhelm Wander. URL: <http://woerterbuchnetz.de>.
16. WRRiASU: Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, Sprichwörter, Umgangssprache. URL: <https://www.redensarten-index.de>.