ВІННИЦЬКИЙ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ІНСТИТУТ
УНІВЕРСИТЕТУ «УКРАЇНА»
Кафедра соціальних технологій

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття

освітньо-кваліфікаційного ступеня МАГІСТР

на тему:

СОЦІАЛЬНІ СТЕРЕОТИПИ СТАРОСТІ В СУЧАСНОМУ УКРАЇНСЬКОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Виконала:здобувачка 2-го курсу, групи ЗСР-22-2м-vn
Галузь знань 23 «Соціальна робота»
Спеціальність 231 «Соціальна робота»
_____ Мельничук Тетяна Юріївна
(підпис)
Керівник _____ д.пед.н., проф. Давиденко Г.В.
(підпис)
Рецензент _____ _____
(підпис)

Дипломна робота допущена до захисту рішенням кафедри соціальних технологій протокол № __ від «__» _____2023 р.
Завідувач кафедри соціальних технологій _____ к.п.н., доц. Костенко Н.І.

Вінниця – 20___ р.

ЗМІСТ

ВСТУП 3

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СПРИЙНЯТТЯ ОСІБ ПОХИЛОГО ВІКУ .. 7

1.1. Вивчення сутності «соціального стереотипу» і «стереотипу старості» 7

1.2. Роль соціальних стереотипів у сприйнятті людиною людини 15

1.3. Правові аспекти соціальної роботи в Україні та механізм обов'язкового державного пенсійного соціального страхування 25

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ ТА СТЕРЕОТИПІВ ПОХИЛИХ У ВІКОВОМУ КОНТЕКСТІ 35

2.1. Вплив соціокультурних стереотипів на життя людей старшого віку 35

2.2. Дослідження соціального статусу та поглядів на осіб похилого віку в Україні з позиції молоді 44

2.3. Стереотипізація похилих людей у телевізійній рекламі та її вплив на соціокультурні уявлення глядачів 54

ВИСНОВКИ 64

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 66

ВСТУП

Актуальність дослідження. Питання соціальних стереотипів старості у сучасному українському суспільстві набуває особливої актуальності в контексті динамічних змін у структурі населення. За останні десятиліття відбулося помітне зростання середнього віку громадян, що призводить до нових викликів та завдань для соціальної інтеграції та підтримки осіб похилого віку.

Соціальні стереотипи, які формуються в суспільстві, можуть визначати не лише сприйняття осіб похилого віку, але й впливати на їхні можливості та якість життя. Зокрема, важливо враховувати, як ці стереотипи впливають на соціальний статус, доступ до ресурсів, а також на самооцінку та самовизначення старшого покоління.

Старість, як невід'ємна частина життя, завжди привертала увагу суспільства, із плином часу накладаючи на себе різноманітні соціокультурні уявлення та стереотипи. У сучасному українському суспільстві, в контексті зростаючого середнього віку населення, тема «Соціальні стереотипи старості» стає актуальною та насиченою значущими викликами та дослідницьким потенціалом.

Одним із ключових аспектів цієї проблематики є розуміння та аналіз «соціального стереотипу» та «стереотипу старості». Соціальні стереотипи, що формуються в суспільстві, нерідко визначають сприйняття осіб похилого віку, формуючи колективні уявлення, які можуть впливати на їх соціальний статус та самосвідомість. У цьому контексті важливо враховувати також правові аспекти державного пенсійного соціального страхування, оскільки вони грають суттєву роль у формуванні умов життя людей похилого віку.

Наступним кроком є вивчення впливу соціокультурних стереотипів на життя людей старшого віку. Як ці стереотипи формуються в суспільстві та впливають на соціальний статус осіб похилого віку в Україні? Як молодь сприймає та взаємодіє з представниками цього покоління? Дослідження цих

аспектів відкриє нові горизонти розуміння соціально-культурних відносин та взаємодії між різними групами населення.

Українські та закордонні соціологи, серед яких виділяються імена С. Балабанової, Н. Паніної, А. Писарєва, З. Саралієвої, Н. Сачук, Л. Соловйової, Н. Ковальової, О. Красильнікової, А. Смолькіна та інших, зробили вагомий внесок у вивчення соціальних аспектів старості в пострадянському контексті. В їхніх дослідженнях основним фокусом стали проблеми соціальної роботи з літніми людьми, аспекти їхнього соціального забезпечення та адаптації до сучасних умов.

Особливий внесок в розуміння соціокультурної динаміки ставлення до старості вніс А. Смолькін, який не лише проаналізував емпіричні дані стосовно відношення до літніх людей у російському суспільстві, але й розробив типологію респондентів за критерієм поваги до старості. Його дослідження висвітлюють важливі аспекти взаємодії між різними віковими групами та виявляють роль соціокультурних стереотипів у цьому контексті.

Національні вчені, присвячені геронтологічним проблемам, такі як О. Тополя, О. Березіна, Н. Клименюк, Р. Сопко, активно розвивають тему соціальних проблем людей похилого віку. В їхніх наукових дослідженнях висвітлені соціальний статус, місце у сучасному суспільстві, а також взаємодія з іншими соціальними системами та групами, розкриваючи різні аспекти вікових особистісних змін.

У рамках даної магістерської роботи буде проведено комплексний аналіз соціокультурних уявлень про старість, враховуючи також вплив телевізійної реклами на формування стереотипів. Це дозволить з’ясувати, наскільки рекламні послання та образи впливають на колективне уявлення суспільства про людей похилого віку, а також як ці уявлення взаємодіють з реальністю і повсякденним життям представників цієї групи.

Метою дослідження є аналіз соціальних стереотипів старості в сучасному українському суспільстві в умовах динамічних змін у структурі населення.

Завдання дослідження:

— Розглянути сутність «соціального стереотипу» та «стереотипу старості»;

— Вивчити роль соціальних стереотипів у сприйнятті індивідом оточуючих та їх вплив на взаємодію між різними віковими групами населення;

— Дослідити вплив соціокультурних стереотипів на різні аспекти життя осіб похилого віку, зокрема на їх соціальний статус та доступ до ресурсів;

— Здійснити аналіз соціокультурних уявлень про старість в українському суспільстві та їхній вплив на психологічний комфорт старшого покоління.

Об’єктом дослідження є соціокультурні уявлення та стереотипи старості в українському суспільстві, які виникають у відповідь на динамічні зміни у структурі населення та зростання середнього віку громадян.

Предметом дослідження є вплив соціальних стереотипів на життя осіб похилого віку, аналіз їхнього соціального статусу та вивчення сприйняття молоддю цієї соціальної групи.

Теоретична основа. Дослідження базується на соціологічних та психологічних теоріях, які досліджують виникнення, функціонування та вплив соціальних стереотипів, зокрема тих, що пов'язані з поглядами на людей похилого віку. Вивчається взаємозв'язок між соціокультурним контекстом, медіа та формуванням стереотипів щодо старіння.

Гіпотеза дослідження. Припускається, що соціальні стереотипи щодо похилого віку в українському суспільстві значно впливають на сприйняття та ставлення до людей похилого віку. Гіпотеза передбачає, що стереотипи можуть впливати на соціальний статус та якість життя похилого населення.

Методи дослідження. Дослідження використовує комбінацію кількісних та якісних методів. Кількісні методи включають опитування та аналіз соціального статусу похилого населення. Якісні методи передбачають проведення інтерв'ю та фокус-груп для розкриття глибинних переконань та

впливу соціальних стереотипів на індивідуальне досвід старіння. Дослідження також аналізує вміст медіа та його вплив на формування та поширення соціальних стереотипів стосовно похилого населення.

Публікації. Мельничук Т., Костенко Н. Соціальний стереотип як психологічне явище: понятійний аналіз. «Актуальні проблеми соціальної педагогіки та соціальної роботи»: Всеукр. наук.-практ. конф., м. Умань, 12 жовт. 2023 р. Умань, 2023. С. 195–199.

Мельничук Т. Вплив соціальних стереортипів на регулювання поведігки особистості / Наука і навчальний процес (подано в друк).

Структура і обсяг роботи. Магістерська робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел (61 найменувань). Загальний обсяг складає 72 сторінки, з них 65 сторінок основного тексту.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АСПЕКТ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНИХ СТЕРЕОТИПІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА СПРИЙНЯТТЯ ОСІБ ПОХИЛОГО ВІКУ

1.1. Вивчення сутності «соціального стереотипу» і «стереотипу старості»

Вивчення сутності «соціального стереотипу» і «стереотипу старості» є актуальною проблемою сучасного суспільства. Поняття соціального стереотипу та стереотипу старості визначають способи, якими індивіди усвідомлюють інших та самі себе у контексті суспільних відносин. Соціальні стереотипи представляють собою уявлення, які формуються на основі соціокультурних факторів і впливають на сприйняття осіб на підставі їхньої належності до певних груп, а стереотип старості відображає уявлення про похилих людей та старість як такі.

Вивчення цих стереотипів стає особливо важливим у контексті соціальної психології, оскільки вони впливають на поведінку, взаємодії та можливості осіб у різних сферах життя. Соціальні стереотипи можуть бути як позитивними, сприяючи співробітництву та взаєморозумінню, так і негативними, обмежуючи можливості групи людей. У свою чергу, стереотипи старості можуть впливати на якість життя похилого населення, а також визначати ставлення суспільства до цієї групи.

У наш час дослідження соціальних стереотипів і стереотипів старості є важливим елементом розуміння сучасних суспільних викликів, які стосуються рівності, інклюзії та соціальної справедливості. Для того, щоб подолати негативні аспекти цих стереотипів та побудувати більш справедливе та рівноправне суспільство, важливо розуміти їхню природу та вплив на наше поведінку та ставлення до інших.

Проблема соціального стереотипу має глибокі корені в історіографії. Зокрема, в західній психології, політології та соціології були розроблені теорії стереотипів, переважно на макротеоретичному рівні. Ці дослідження включають різні тлумачення стереотипів, розглядаючи їх як концептуальні утворення з визначеними психологічними механізмами, що формуються під впливом різноманітних зовнішніх та внутрішніх факторів.

Термін «стереотип» був вперше введений у суспільні науки в США в 1920-х роках, коли виникла потреба вивчення та пояснення законів функціонування масової свідомості. Засновником концепції стереотипного мислення та поведінки був американський вчений Уолтер Ліппман (Walter Lippman). У своїй праці «Громадська думка» (1922 р.) Ліппман визначав стереотипи як систематичні, схематичні уявлення про світ у свідомості людини, які спрощують сприйняття складних соціальних явищ та захищають її цінності, погляди та права [55, с. 80-82].

У своїй праці, Уолтер Ліппман виділив дві фундаментальні причини, які, на його думку, впливають на формування соціальних стереотипів. Перша причина полягає в застосуванні принципу зусильної економії, який є характерним для повсякденного людського мислення. Він виражається в тому, що люди прагнуть не реагувати на кожен новий факт або явище індивідуально, а намагаються вписати їх у вже існуючі категорії та уявлення.

Друга причина полягає в захисті існуючих групових цінностей. Захист цих цінностей може вимагати утвердження певних стереотипів, які допомагають підтримувати і захищати інтереси конкретних соціальних груп.

Після цього було запропоновано безліч конкретних визначень соціальних стереотипів. Визначення соціального стереотипу залежать від теоретичної орієнтації автора та акцентують відповідні аспекти цього явища. Наприклад, Т. Шибутані описує соціальний стереотип як «популярне уявлення про приблизну класифікацію людей на основі важливих ознак, що підкреслюються загальними уявленнями щодо їх характеристик».

Роберт Таджура (R. Taguiri) розглядає соціальний стереотип як «тенденцію сприймаючого суб'єкта легко і швидко включати сприйману людину в певні категорії в залежності від її віку, статі, етнічної приналежності, національності і професії, і приписувати їй якості, які вважаються типовими для людей цієї категорії».

За словами Анрі Ташева, головні висновки у галузі соціальних стереотипів можна узагальнити наступним чином [46, с. 43-45]:

1) Люди з легкістю виявляють готовність описувати великі людські групи (соціальні категорії) у спрощених, недиференційованих і упереджених термінах.

2) Ця категоризація виявляє міцну стабільність протягом довгого часу.

3) Соціальні стереотипи, до певної міри, можуть змінюватися відповідно до соціальних, політичних або економічних змін, але цей процес відбувається дуже повільно.

4) Соціальні стереотипи стають більш виразними і ворожими, коли виникає соціальна напруженість між групами.

5) Вони вбираються в свідомість дуже рано і використовуються дітьми задовго до того, як вони розуміють інші групи, до яких вони належать.

6) Соціальні стереотипи не становлять серйозної проблеми, коли відсутня ворожнеча між групами, але їхню модифікацію і контроль стає надзвичайно складною задачею в умовах значної напруженості і конфлікту.

На початку 1960-х років, в західній науковій спільноті, особливу популярність набуло визначення, запропоноване американським психологом і соціологом Кимбаллом Юнгом (K. Joung). Він тлумачив стереотип як «невірну класифікаційну концепцію, до якої, зазвичай, пов'язані певні соціальні почуттєво-емоційні аспекти подібності та відмінності, а також схвалення чи осуд інших груп». Після прийняття цього підходу стереотипи стали розглядатися як свідомо неправильні, помилкові уявлення або упереджені думки про явища чи групи. Таким чином, стереотип став синонімом неточної оцінки або передсудів щодо соціальних реалій. Тільки пізніше, з виникненням

гіпотези О. Клайнберга, почали враховувати наявність «зерна істини» в стереотипах.

Американські дослідження переважно акцентувалися на антростереотипах, тобто на уявленнях, які формуються в певних соціальних групах, і на їхній ролі в соціальному та політичному контексті.

У західноєвропейській соціальній психології поширена думка, згідно з якою соціальні стереотипи та інші аспекти групової та суспільної свідомості повинні бути інтегровані в загальну концептуальну схему. Наприклад, швейцарський соціальний психолог В. Дуаз виділив чотири рівні стереотипів:

- Рівень індивідуально-психологічних особливостей формування уявлень про людину в її соціальному середовищі.

- Рівень уявлень, які формуються в міжособистісному спілкуванні.

- Рівень колективних уявлень, які виникають у відносинах між різними групами; саме на цьому рівні виникають і функціонують соціальні стереотипи.

- Рівень ідеології, що формується під впливом історичних умов конкретного суспільства.

До кінця 1950-х років в українській психології термін «стереотип» не був широко використовуваним, хоча проблема дослідження шаблонів людської поведінки була актуальною. П.О. Сорокін найбільш вичерпно розглянув цю тему, не вводячи при цьому сам термін «стереотип». Він описав процес функціонування цих шаблонів у соціокультурних групах, зауважуючи, що «ряд процесів і форм поведінки заздалегідь зафіксований в певному вигляді і виконується більшістю членів групи» [21, с. 139-141].

Сорокін вважав, що інтегральним чинником соціального життя є колективний рефлекс. Він описував соціальне життя як послідовність безкінечних ланцюгових реакцій. Хоча в кожній соціальній групі завжди існують «інакодумці», вони часто дотримуються «офіційних» норм.

Після робіт П.О. Сорокіна, проблема стійких форм поведінки довгий час залишалася малодослідженою, і лише в кінці 1950-х - на початку 1960-х років в українській науці з’явилися дослідження, в яких докладно розглядалися

питання стереотипізації та стереотипів. Тоді ж вперше в Україні були дані визначення терміну «стереотип». Наприклад, В.А. Ядов розглядав стереотип як «чуттєво забарвлені соціальні образи», тоді як І.С. Кон дав таке визначення: стереотип - це «передсуджена, тобто не заснована на свіжій безпосередній оцінці кожного явища, а виведена зі стандартизованих суджень і очікувань, уява про властивості людей і явищ».

В радянській літературі дослідження проблеми стереотипів було пов'язане з іменами таких вчених, як П.Н. Шихирев, Ю.Л. Шерковін, К.С. Гаджієв, І.С. Кон, В.А. Ядов, Л.А. Зак, Г.М. Кондратенко та інших. В їх дослідженнях виявлявся класовий підхід до проблеми стереотипів, і вони найчастіше визначали стереотип як «образ» або «набір якостей», що є досить примітивним або емоційно забарвленим уявленням про реальність, яке неадекватно відображає об'єктивні процеси.

Проте сучасні російські вчені, слідуючи за західними дослідниками, почали відноситися до феномену стереотипів обережніше. Вони вважають, що стереотипи є складним утворенням, і оцінюють їх вміст не лише з негативного боку. Наприклад, В.С. Агєєв вважає, що сам процес формування стереотипів не є ні поганим, ні добрим. Він виконує об'єктивно необхідну функцію, яка дозволяє швидко, просто і досить надійно категоризувати, спрощувати та схематизувати соціальне оточення.

Особливо важливим є розуміння «стереотипу старості» і образу старості, а також способу відображення соціального стану похилих людей в суспільній свідомості. В повсякденних уявленнях та засобах масової інформації «стереотип старості» може бути сприйнятий як позитивний чи негативний. У позитивному сприйнятті підкреслюється життєвий досвід і мудрість похилих людей, а також необхідність поваги та підтримки. У негативному сприйнятті похила людина описується як слабка, схильна до хвороб, легко втомлюється, консервативна і намагається нав'язувати свій застарілий досвід. Важливо враховувати, що цей стереотип може проявлятися у дітей, молоді, дорослих і похилих людей.

Паралельно з великим обсягом матеріалів, нагромаджених геронтологічною наукою та суміжними галузями знань, у свідомості існує низка стереотипів, пов'язаних із старінням, які мають як позитивний, так і негативний зміст, і завжди мають під собою певну обґрунтованість. Ці стереотипи виникають через незнання різноманітних механізмів і стратегій адаптації в пізнішому віці. Вони заважають бачити осіб похилого віку як індивідуумів з реальними відмінностями між ними і можуть призвести до негативних наслідків, як для осіб похилого віку, так і для суспільства в цілому (Табл. 1.1.) [40, с. 49-55].

Таблиця 1.1.

Негативні та позитивні стереотипи

Негативні стереотипи	Позитивні стереотипи
1. Більшість осіб похилого віку мають обмежені фінансові ресурси. 2. Інфляція може підсилити економічний тиск на багатьох громадян похилого віку. 3. У багатьох представників похилого покоління існують проблеми з житлом. 4. Хоча не всі, але деякі особи похилого віку можуть стикатися із фізичними обмеженнями. 5. Представники похилого віку можуть бути важливою політичною силою і можуть потребувати підтримки та захисту. 6. Деякі особи похилого віку можуть мати обмежену працездатність і меншу продуктивність, проте це не стосується всіх. 7. Представники похилого віку можуть стикатися із певними втратами у когнітивних функціях, але це не завжди відбувається. 8. Інтелектуальна гнучкість та здатність до змін можуть варіювати серед осіб похилого віку. 9. Деякі представники похилого віку можуть відчувати соціальну ізоляцію і самотність, але це не стосується всіх.	1. Деякі старі люди можуть насолоджуватися досить стабільним економічним становищем завдяки пенсіям і соціальним допомогам. 2. Похилі громадяни мають потенціал стати впливовою політичною силою, активно голосують та беруть участь у політичному житті, їх кількість значна. 3. Деякі старі люди легко спілкуються з іншими, вони можуть бути ласкавими і привітними. 4. Досвід і мудрість похилих людей можуть бути джерелом цікавих інсайтів. 5. Багато старих людей володіють навичками слухання і терпимості, особливо у відношенні до дітей. 6. Деякі старі люди володіють доброзичливістю та щедрістю, особливо у стосунках з дітьми і онуками.

Стереотипи, що впливають на ставлення до старості та визначають стратегії адаптації до віку, обумовлені різними чинниками, включаючи культурно-історичні особливості розвитку суспільства. Національна традиція ставлення до похилого віку в значній мірі формує вибір цих стратегій. У східних культурах, розширених сім'ях, існують структури відносин, які передбачають активну участь, інтеграцію та готовність до спілкування старших осіб, що забезпечує їм почуття надійності, емоційного тепла та захисту.

У країнах Заходу спостерігається частіше негативне сприйняття старості, і суспільство відсторонює похилі люди від активного участі у продуктивному житті, чим позбавляє їх соціальних прав і навіть соціального інтересу.

Науковці В.І. Слободчиков та О.І. Ісаєв акцентують увагу на важливому впливі соціальних стереотипів старості на вибір стратегій адаптації до віку. У сучасному суспільстві часто поширюється стереотип про старих людей як непотрібних та обтяжливих для суспільства. Ці стереотипи негативно впливають на самопочуття похилого населення.

Відчуття непотрібності і обтяжливості в очах своїх дітей є психологічною основою пасивності серед пенсіонерів у суспільних та професійних справах. Передчасні інволюційні процеси, які спостерігаються серед людей у ранньому післяпенсійному періоді, є результатом їхньої нездатності протистояти великому впливу соціальних стереотипів. Цей вплив призводить до негативних змін у людей, які ще нещодавно були активними і здоровими [45, с. 165-171].

Ці стереотипи вже майже повністю вийшли за межі об'єктивного медичного та психологічного статусу людей похилого віку. Психологічні дослідження свідчать, що більшість пенсіонерів зберігають свою працездатність, компетентність та інтелектуальний потенціал. Зараз багато людей, які вийшли на пенсію, вимагають визнання своїх прав на активну участь в суспільному житті і мають можливість освоювати нові професії та покращувати свої навички в своїй сфері діяльності. Деякі з них виявляють бажання набувати нові знання у своїй галузі або суміжних галузях.

У роботі Л.І. Анциферової висвітлено проблему взаємозв'язку соціального стереотипу старості і вибору стратегії старіння. Автор виділяє два особистісних типи старості, які відрізняються за рівнем активності, підходами до подолання труднощів, ставленням до світу та самопочуттям.

Представники першого типу старості ставляться до пенсійного віку мужньо і без особливих емоційних порушень. Вони планують цей період заздалегідь, активно шукають нові шляхи включення у громадське життя, планують, як проводити вільний час і як впоратися з негативними емоціями та подіями під час переходу до пенсійного віку. Такі люди відчувають, що пенсія відкриває нові можливості, і вони сприймають її як визволення від соціальних обмежень, розпоряджень та стереотипів, які були притаманні робочому періоду життя. Під впливом відчуття свободи вони розвивають нові навички та займаються захоплюючими справами. Багато з них бажають передати свій професійний досвід наступному поколінню, відчуваючи потяг до виховання нових генерацій і наставництва. Зайняття цікавими справами, встановлення нових дружніх зв'язків і здатність контролювати своє оточення приносять задоволення від життя та сприяють подовженню його тривалості [24].

Вивчення сутності «соціального стереотипу» і «стереотипу старості» виявилося дуже важливим для нашого суспільства, оскільки ці стереотипи мають значний вплив на сприйняття та поведінку людей у різних соціальних контекстах. Ці дослідження допомагають нам краще розуміти природу стереотипів, їхнє походження та наслідки.

Соціальні стереотипи можуть бути інструментом як позитивного, так і негативного впливу на суспільні відносини. Вони можуть сприяти формуванню спільності та взаєморозумінню, але також обмежувати можливості та права певних груп людей. Розуміння сутності соціальних стереотипів дозволяє нам усвідомлювати їхню важливість і шукати способи побудови більш справедливого та інклюзивного суспільства.

Стереотипи старості, у свою чергу, можуть впливати на якість життя похилого населення та визначати ставлення суспільства до цієї групи.

Дослідження цих стереотипів надає можливість виокремити проблеми, пов’язані з ними, і шукати способи їхнього подолання.

У підсумку, вивчення соціальних стереотипів та стереотипів старості є важливим кроком на шляху до побудови більш справедливого, толерантного та інклюзивного суспільства. Розуміння їхньої сутності допомагає нам свідомо керувати власними переконаннями та діями, а також сприяє розвитку політик та програм, спрямованих на вирішення проблем, пов’язаних із соціальними стереотипами і стереотипами старості.

1.2. Роль соціальних стереотипів у сприйнятті людиною людини

Останнім часом в науковому співтоваристві відбувається активне вивчення складних аспектів психології сприйняття та розуміння людьми один одного. Досліджуються загальні процеси формування образів інших осіб, а також їхньої особистості, і визначається вплив таких факторів, як стать, вік, професія та соціальна належність, на спосіб, яким люди засвоюють знання про інших. Крім того, досліджуються типові помилки, які можуть виникати при сприйнятті і оцінці інших осіб, і встановлюються взаємозв’язки між самоусвідомленням людини і її розумінням інших індивідів.

Поняття сприйняття людиною інших людей є складним процесом, що включає в себе повне відображення особистості однієї людини в чуттєвих, часових та просторових контекстах та відносинах з іншою людиною [22, с. 224].

Науковий дослідник А.А. Бодальов вніс вагому сприяння в цю область, і тому в нашій роботі ми будемо використовувати його дослідження та експерименти.

Актуальність цього дослідження очевидна, оскільки розглянуті форми психічного відображення грають ключову роль у спілкуванні між людьми і служать регулятором взаємодії. Розуміння механізмів сприйняття і взаєморозуміння людей один одного може сприяти більш продуктивному спілкуванню. Це, в свою чергу, надасть практикам нові можливості для

ефективного керівництва міжособистісними відносинами, оптимізації процесів спілкування в різних сферах, таких як робота, навчання та побут.

Сприйняття однієї людини іншою особою, так само, як будь-яке інше сприйняття, має свої характеристики, які визначаються предметністю. У цьому контексті, предметність означає, що властивості образу людини відображаються як властивості самої особи, тобто як її характеристики. Процес сприйняття людиною іншої людини супроводжується об'єктивністю та суб'єктивністю, а також цілісністю та структурністю.

Вчений І.М. Сеченов виділив ключові розпізнавальні ознаки особи, які включають обрис особи та загальний силует тіла. Ці ознаки визначають, як індивід відображається в сприйнятті іншою людиною. Формування цілісного образу відбувається поступово і пов'язане з просторово-часовими умовами, в яких відбувається сприйняття. Ці умови впливають на формування образу іншої людини.

Методики М.Д. Александрової та Б.Ф. Ломова досліджували зміну зорового образу в умовах зміни відстані між спостерігачем і об'єктом спостереження. Результати досліджень вказують на п'ять фаз у становленні зорового образу. Перша фаза включає грубе розрізнення загальних пропорцій об'єкта та його положення. Друга фаза відома як «мерехтлива» форма. Третя фаза характеризується грубим розрізненням основних деталей. Четверта фаза позначається глобально-адекватним сприйняттям. На п'ятій фазі образ стає диференційованим, і контур об'єкта відображається в повноті його деталей.

Формування образу іншої людини в сприйнятті особи важливо визначається ракурсом, з якого зазвичай спостерігають цю людину. Різниця у зрості між спостерігачем і сприйманою особою впливає на формування цього образу [2, с. 37-41].

Сприйняттю людини людиною притаманна константність, що означає, що образ сприйманої особи залишається відносно сталим незалежно від змін у освітленості та відстані від спостерігача. Константність, хоча не абсолютна, формується в процесі розрізнення елементів контуру.

Сприйняття людини іншою людиною включає активні рухи очей, які є не менш важливими, як відображення зорового образу на сітківці. Дослідники, такі як В.П. Зінченко і Б.Ф. Ломов, встановили, що ці рухи важливі для визначення просторових характеристик об’єктів, таких як їх форма, величина і положення.

Сприйняття людини іншою людиною також відзначається свідомістю. За допомогою слів, якими позначають сприйману особу, в образі відображається узагальнене знання про цю категорію людей, яке формується через суспільну практику і сприймається особою.

Зовнішні ознаки і поведінка сприйманої людини і зміни до них, які фіксуються при сприйнятті, не жорстко визначають поведінку особи, яка сприймає, оскільки вплив цих ознак опосередковується її досвідом, внутрішнім світом та переслідуваними цілями. Суб’єкт сприйняття зазвичай пов’язує зовнішній вигляд, манеру поведінки і стиль дій іншої людини з її прагненнями, смаками, моральними принципами та актуальними, а іноді і потенційними можливостями сприйманої особи. Таким чином, сприйнята людина сприймається не лише за своїми фізичними характеристиками (зростання, стать, вік, зовнішність), але й як особистість, яка відіграє певну роль у суспільстві та в індивідуальному житті сприймаючого [54].

Під час зайняття різними видами діяльності людина виявляє різні аспекти своєї особистості, щоб відповісти на вимоги кожного з них. Індивіди взаємодіють один з одним у різних ролях в залежності від ситуації. У такому контексті особливу увагу при сприйнятті приділяють тим якостям, вираженим у зовнішності, виразі обличчя і діях інших осіб, які мають особливе значення в конкретних обставинах.

Зовнішній вигляд і поведінка людей можуть відрізнятися у відповідності до етико-естетичних стандартів, що визначаються в індивіда і можуть бути більш чи менш усвідомленими. Тому індивіди можуть викликати різні емоційні реакції в спостерігача. Ці емоційні реакції впливають на подальше формування

образу кожної особи, з якою вони взаємодіють, підкреслюючи деякі аспекти їхньої особистості та приглушаючи інші.

Отже, наше розуміння сприйняття однієї людини іншою показує, що цей процес підпорядковується не лише психологічним законам сприйняття, але й фізіологічним, фізичним і естетичним законам. Крім того, воно має свої особливості, які залежать від віку, індивідуальних особливостей та професійного контексту.

Сприйняття міжособистісних відносин залежить від характеристик як суб'єкта, так і об'єкта сприйняття, оскільки вони взаємодіють між собою у контексті взаємовідносин, які включають дві основні аспекти: оцінювання одне одного та можливі зміни характеристик один одного наслідком цієї взаємодії.

У відношенні до першого аспекту взаємодії, кожен учасник оцінює іншого та намагається створити систему інтерпретації його поведінки, включаючи спроби розуміти причини цієї поведінки. Інтерпретація поведінки іншої людини може базуватися на знанні її мотивів і причин, і в такому випадку це може бути предметом дослідження наукової психології. Проте у повсякденному житті люди часто не мають повного розуміння дійсних причин чи навіть володіють недостатньою інформацією. В цьому випадку, у відсутності докладної інформації, вони можуть приписувати один одному як причини поведінки, так і загальні характеристики. Приписування може базуватися на подібності сприйманої подібності поведінки сприйманого особи з минулого досвіду суб'єкта сприйняття або на аналізі власних мотивів, які можна передбачити у подібній ситуації (у цьому випадку механізм ідентифікації може використовуватися). Таким чином, виникає система атрибуції, що включає різні способи приписування дій та характеристик інших осіб [3, с. 107-118].

Експериментальні дослідження атрибуції викликають значущі роздуми про вплив установок на процес сприйняття однієї людини іншою, особливо при формуванні першого враження про незнайому особу, що було добре продемонстровано в експериментах А.А. Бодальова. У цих дослідженнях двом

групам студентів було показано фотографію однієї і тієї ж людини. Проте першій групі було сказано, що ця особа є закоренілим злочинцем, в той час як друга група дізналася, що ця ж особа - видатний вчений. Потім кожній групі було наказано скласти словесний портрет цієї людини. В першому випадку отримані характеристики свідчили про негативні риси, такі як злобність і злочинність, засновані на глибоко посаджених очах та видатному підборідді. У другій групі ті самі фізичні риси були інтерпретовані як позитивні, вказуючи на інтелект та волю до подолання труднощів у науковій діяльності.

Для прогнозування міжособистісного сприйняття, важливо враховувати іншу область досліджень, яка пов’язана з виділенням різних «ефектів», які виникають під час сприйняття інших людей. Серед найбільш вивчених «ефектів» можна виділити три: ефект ореолу (галоеффект), ефект новизни і первинності, а також явище стереотипізації.

Ефект ореолу визначається формуванням специфічної установки на сприйману особу через спрямоване приписування їй певних якостей. Іншими словами, інформація, яка надходить про конкретну людину, категоризується певним чином та проектується на існуючий попередньо сформований образ цієї людини. Цей попередньо сформований образ виступає як «ореол», який впливає на спосіб сприйняття і перешкоджає баченню справжніх рис і характеру об’єкта сприйняття.

Ефект ореолу особливо виражається при формуванні першого враження про іншу людину. В такому випадку загальний позитивний контекст може сприяти приписуванню позитивних якостей та рис сприйманій особі, в той час як загальний негативний контекст може призвести до переважання негативних оцінок і якостей. Ефект ореолу найбільш виразно виявляється, коли інформація про сприйману особу обмежена або коли судження стосуються її моральних якостей.

Ефекти «первинності» і «новизни» є тісно пов’язаними явищами, що стосуються того, як інформація про людину впливає на утворення уявлення про неї. Ефект «первинності» виявляється, коли порядок представлення інформації

впливає на спосіб сприйняття цієї інформації. В іншому експерименті студентам було представлено незнайомця, і їм було сказано, що ця особа є або екстравертом, або інтровертом, або спочатку екстравертом, а потім інтровертом, або навпаки. У двох перших групах, де інформація була послідовною, студентам не виникало проблем зі складанням опису особи. У третій і четвертій групах, де інформація була суперечливою, враження студентів точно відповідали порядку представлення інформації. Цей ефект отримав назву «ефект первинності».

Навпаки, в ситуаціях, коли сприймається знайома людина, діє «ефект новизни». Це означає, що остання, тобто найбільш недавня інформація, має більший вплив на утворення уявлення про цю людину.

Загалом, всі ці ефекти можна розглядати як прояви процесу стереотипізації, який супроводжує сприйняття людьми один одного. Стереотипізація включає в себе утворення узагальнених уявлень та спрощених схем про особи на основі обмеженої інформації.

Стереотип - це стійкий когнітивний образ, який використовується як психологічний феномен для спрощення сприйняття явища чи особи в процесі міжособистого взаємодії. У контексті міжособистого спілкування, особливо при формуванні першого враження та сприйнятті інших осіб, стереотипи виникають на основі обмеженого минулого досвіду та є результатом спроби раціоналізувати складну соціальну дійсність на основі обмеженої інформації. Зазвичай такі стереотипи пов’язані з груповою приналежністю осіб, такими як їх професія. У цьому випадку індивідуальні особливості та риси, які були помічені у попередніх представників цієї професії, сприймаються як загальні та характерні для всіх представників цієї групи (наприклад, «всі вчителі докладні» чи «всі бухгалтери педанти»). Цей явище відображає тенденцію до впровадження смислу в попередній досвід та формування висновків на підставі схожості з цим попереднім досвідом, незважаючи на його обмеженість [23, с. 176-186].

Стереотипизація, яка відбувається під час процесу пізнання інших осіб, може викликати два різних наслідки. З одного боку, вона може спрощувати процес розуміння інших людей, і в цьому випадку стереотип не обов'язково має негативні емоційні конотації. В такому випадку сприйняття інших людей не супроводжується суттєвим емоційним оцінюванням. Стереотип може використовуватися для спрощення процесу розуміння інших, хоча він може призвести до використання загальних шаблонів, які, хоча не завжди точні, все ж можуть сприяти розумінню.

З іншого боку, стереотипизація може призвести до виникнення упереджень. Якщо судження базується на обмеженому негативному досвіді, то всяке нове сприйняття представника тієї ж самої групи може бути зафарбоване негативно. Існують численні дослідження, які підтверджують виникнення таких упереджень. Важливо зауважити, що ці упередження негативно впливають на міжособисті відносини та можуть завдати шкоди як спілкуванню між людьми, так і їх взаєминам. Особливо широко поширені етнічні стереотипи, коли на основі обмеженої інформації про окремих представників будь-якої етнічної групи робляться упереджені висновки про всю цю групу.

Все вищевикладене підкреслює важливість ретельного вивчення процесу міжособистісної перцепції, оскільки ця складна природа процесу вимагає докладних досліджень для з'ясування точності сприйняття однієї людини іншою.

Як об'єкт пізнання та впливу, людина віддзеркалюється в свідомості інших і визначає їхню поведінку, пройшовши через їх внутрішній світ, що сформований на основі думок і відносин. Розвиток дитини від моменту її народження до досягнення дорослості є процесом формування її як члена суспільства. У ході цього процесу формування дитини як індивіда суспільства супроводжується розвитком її психіки від простих форм відображення, що є характерними для дитини, до більш високих форм свідомого відображення, що становлять норму для дорослого. Процес сприйняття однієї людини іншою розвивається паралельно з розвитком самого сприймаючого, із формуванням у

нього потреби у спілкуванні, пізнанні та праці. Відомо, що вже на початку другого місяця життя дитини з'являються конкретні форми взаємодії з дорослими, що свідчить про розрізнення її серед інших дорослих у навколишньому середовищі [57, с. 336-356].

Марія Юріївна Кистяковська наголошує на тому, що вже у віці від трьох до шести місяців дитині стає властивим виявлення вибіркового ставлення до дорослих навколо неї. Наприклад, тримісячна дитина розпізнає свою матір серед інших, а шестимісячна починає відрізняти чужих дорослих від своїх близьких. У контексті дитячого саду, ясел і дитячих подвір'їв, коло осіб, з якими дитина вступає в контакт, різко збільшується. Це вимагає від неї вміння розрізняти цих людей та виокремлювати подібності та різницю між ними.

Поступовий розвиток процесу пізнання інших людей включає перехід від простого називання дорослих залежно від їх функцій (мама, тато, няня) до здатності розрізняти людей за їх зовнішніми ознаками, такими як вік та стать. Особливо важливий є перехід до використання займенників у мові для ідентифікації оточуючих. У процесі навчання мові дитині вдається встановити тимчасові зв'язки між конкретними людьми в її оточенні та позначити їх словами. Вона відзначає різні реакції, які супроводжуються позою, виразом обличчя, жестами, і пов'язує їх зі словесним описом. Зоровий образ інших людей збагачується завдяки інформації, яка закріплюється у їхніх іменах, властивостях зовнішності та інших вираженнях.

Слова набирають сенсу через сприйняття індивідуальних виразів осіб. Діти, спілкуючись з близькими дорослими і потім з більшим колом людей, вивчають різні аспекти емоційного вираження та навчаються «читати» переживання інших, такі як співчуття, страх, радість та інші емоції.

Роль школи у розвитку дитячого сприйняття та відтворення образів людей є значущою, і результати досліджень А.А. Бодальової підтверджують це [14, с. 72-77]:

1. З віком, у процесі словесного відтворення зовнішності сприйманої людини, в портрет все частіше включаються фізичні характеристики як істотні

ознаки. Порівнюючи відсоток фіксації цих аспектів зовнішності у дорослих віком 21-26 років з відсотком фіксації тими ж аспектами у дітей 7-8 років, виявлено, що цей показник зростає майже у 2,2 рази.

2. З віком, при словесному описі зовнішності людини, у портрет все частіше включаються описи її емоційного виразу як суттєві ознаки зовнішності. Порівнюючи відсоток фіксації цих особливостей емоційного виразу у дорослих віком 21-26 років з відсотком фіксації тими ж аспектами у дітей першого класу, виявлено, що цей показник збільшується майже у 3,6 рази.

3. З віком зменшується включення до опису зовнішності сприйманої людини описів елементів, що утворюють оформлення зовнішності. Порівнюючи відсоток фіксації цих аспектів у порівнянні з відсотком фіксації тими ж аспектами у дітей 7-8 років, виявлено, що цей показник падає до віку 21-26 років в 14,9 рази.

Порівняння сприйняття людей різних вікових груп, проведене А.А. Бодальовим, вказує на те, що з ростом віку та формуванням особистості як суб'єкта пізнання збільшується точність відтворення ознак зовнішності сприйманих людей. Ця тенденція охоплює як фізичні особливості, такі як риси обличчя, волосся, очі, ніс, а також експресивну поведінку, включаючи міміку та вираз очей.

У процесі сприйняття і подальшого відтворення образу іншої людини дорослі найчастіше виділяють основні фізичні риси, такі як зріст, очі (їхній колір), волосся (колір), міміку (вираз обличчя та очей), ніс і особливості фігури.

При цьому важливо відзначити, що кожна людина має свою індивідуальну манеру сприйняття інших людей. Деякі особи можуть бути більш уважними до деталей, і вони докладно фіксують як фізичні особливості, так і виразні риси, включаючи міміку та інші аспекти. У той час як інші особи можуть не мати вираженої тенденції до виділення певних категорій ознак у сприйнятих образах людей. Ця індивідуальна особливість в сприйнятті має стійкий характер і проявляється не лише в процесі сприйняття, але й в уявленнях і пам'яті [59].

Враховуючи ці особливості, дослідження А.А. Бодальової підкреслює, що сприйняття і відтворення образів інших людей є складним та індивідуальним процесом, який змінюється з віком та відображає індивідуальні риси сприйняття кожною людиною.

Існують індивідуальні рівні здатності розрізняти виразну поведінку інших людей. І ця здатність прямо пов'язана з формуванням здатності особистості взаємодіяти психологічно адекватно з іншими людьми, включаючи чутливість, тактовність і спроможність вчасно розуміти їхні почуття. Різниця в спроможності розрізняти виразні риси і їхнє значення між різними людьми виникає в результаті конкретного досвіду спілкування, який формує кожну людину як суб'єкта, який сприймає і розуміє інших людей.

Різні особи можуть використовувати різномовну форму для фіксації і оцінки ознак зовнішнього вигляду однієї і тієї ж людини. Судження, якими люди позначають і розуміють особливості зовнішнього вигляду інших людей, можуть бути умовно розділені на чотири види [56]:

1) Вказують на вигляд, розмір, колір, положення, форму конкретних компонентів зовнішнього вигляду (наприклад, «худорлявий стан», «кругле обличчя»).

2) Використовують штампи або типові уявлення, які можна виділити в повсякденній свідомості або вперше виникли через літературу, живопис і подібні джерела (наприклад, «типове російське обличчя», «пальці музиканта»).

3) Описують виразну поведінку (наприклад, «похмуре обличчя», «сумні очі»).

4) Додають естетичну оцінку окремим аспектам або загальному вигляду.

Таким чином, сприйняття та розуміння вигляду та виразної поведінки інших людей відбуваються через призму індивідуальної системи уявлень та понять кожної людини, яка формується на основі її власного досвіду праці, взаємодії та спілкування.

1.3. Правові аспекти соціальної роботи в Україні та механізм обов'язкового державного пенсійного соціального страхування

В Україні сучасне суспільство стикається з безліччю викликів, пов'язаних зі складною економічною та соціальною ситуацією. Важливим аспектом забезпечення соціального добробуту громадян та вирішення проблем бідності та соціальної вразливості є система соціальної роботи та державне пенсійне соціальне страхування. Ця тема має вирішальне значення для стабільності та розвитку українського суспільства, оскільки стосується правових аспектів, які визначають, як громадяни мають отримувати соціальну допомогу та пенсії, як здійснюється контроль за цими процесами, і як держава забезпечує фінансову стабільність цих систем.

У цьому контексті, необхідно розглянути інститут соціальної роботи, який в Україні стає все більше важливим для підтримки тих, хто опинився в складних життєвих ситуаціях, а також механізми обов'язкового державного пенсійного соціального страхування, що регулюють забезпечення громадян пенсійним забезпеченням та соціальними виплатами під час настання пенсійного віку.

Українська система соціальної роботи спирається на певну правову базу, яка визначає принципи та норми її функціонування. Ця база включає в себе наступні складові [17; 38]:

1. Фундаментальною частиною правового середовища для соціальної роботи в Україні є Конституція України, а також інші законодавчі акти країни та міжнародні угоди, при прийнятті яких Верховною Радою України надана згода на їх обов'язкову дію. Правова регламентація соціальної роботи може бути безпосередньою або опосередкованою, вона стосується не лише діяльності соціальних працівників і прав клієнтів щодо отримання соціальних послуг, але й різних аспектів управління соціальною сферою.

2. Права та обов’язки соціальних працівників визначаються відповідно до Закону України «Про соціальні послуги». Вони також можуть користуватися пільгами, які передбачені для працівників цієї сфери.

3. Громадяни України та особи без громадянства мають право на отримання соціальної допомоги від соціальних працівників відповідно до чинного законодавства та статутних документів соціальних служб.

4. Соціальна робота - це професійна практика, яка базується на системі відповідних теоретичних знань. Головною метою її є забезпечення гуманізму та соціальної справедливості шляхом підтримки найбільш вразливих груп та членів суспільства і боротьби з факторами соціального виключення. Соціальна робота виступає інструментом для реалізації соціальної політики та може включати в себе такі методи, як соціальна діагностика, соціальна корекція, соціальна педагогіка, соціальна профілактика, соціальна реабілітація та інші.

5. Метою соціальної роботи є виконання низки стратегічних завдань [10]:

1) Розширення можливостей та підвищення самостійності клієнтів у подоланні їхніх життєвих труднощів.

2) Встановлення зв’язків між клієнтами та різними соціальними службами та іншими організаціями, які мають доступ до необхідних ресурсів та надають відповідні соціальні послуги.

3) Заохочення розвитку соціальних служб, що відповідають потребам клієнтів, та вплив на формування ефективної соціальної політики.

6. Соціальна робота, як професійна сфера діяльності, виконує наступні ключові функції:

1) Функція діагностики - це процес вивчення, аналізу та оцінки життєвого контексту клієнта (незалежно від того, чи це окрема особа, група чи громада), а також оцінка результатів, досягнутих під час роботи з ними.

2) Функція прогнозування - включає в себе розробку послідовного плану вирішення проблеми клієнта або соціальної проблеми в суспільстві з урахуванням можливих альтернатив, перспектив та варіантів змін.

3) Функція організації - передбачає діяльність соціальних служб та їх працівників щодо забезпечення взаємодії всіх учасників і установ, що взяли участь у роботі з клієнтом.

4) Функція комунікації - включає в себе встановлення, підтримання і припинення необхідних професійних контактів та обмін інформацією.

5) Функція правозахисту - полягає в застосуванні законів та правових норм для захисту прав і інтересів клієнтів.

6) Функція профілактики - спрямована на запобігання виникненню негативних життєвих ситуацій у конкретних осіб і груп ризику.

7) Функція корекції - передбачає впровадження конструктивних змін в мікросередовищі та системі життєзабезпечення людини.

8) Функція соціально-економічної підтримки - має на меті задоволення матеріальних інтересів і потреб бідних клієнтів.

9) Інші функції, такі як правотворча, дослідницька, навчальна і інші, визначаються в залежності від конкретного контексту і потреб ситуації.

Згідно статті 3 Конституції України, основними принципами соціальної роботи є [17]:

1) Повага до гідності особистості, включаючи право на самореалізацію без порушення прав інших. Забороняється використання примусу, навіть на користь клієнта.

2) Пріоритетність інтересів клієнтів, спрямована на поліпшення їхнього стану та вирішення конфліктів.

3) Толерантність та нейтральність до соціокультурних різниць клієнтів.

4) Довіра та взаємодія з клієнтами в розв’язанні проблем та забезпечення їхньої самостійності.

5) Доступність послуг для всіх без дискримінації.

6) Збереження конфіденційності та розкриття інформації лише згідно з законом та згодою клієнта.

7) Дотримання професійної етики та відповідальність за використання професійних норм.

Згідно статті 4 Конституції України, основні види соціальної роботи включають:

1. Різні методи та інструменти, які використовують соціальні працівники:

- Соціально-економічні (надання допомоги в грошовій та натуральній формі, допомога у використанні пільг та компенсацій, догляд та побутове обслуговування і інше).

- Організаційно-розпорядчі (встановлення норм та правил для діяльності соціальних служб, консультування клієнтів з питань отримання послуг, що базуються на регулюючих документах).

- Психолого-педагогічні (безпосередній вплив на клієнта через соціально-психологічні та педагогічні зміни у їхній поведінці та самопочутті, такі як підтримка, надання інформації, рекомендації, моральне підтримування та інше).

2. У соціальній роботі використовуються загальні підходи до надання допомоги [10]:

- Пряме втручання, що включає в себе догляд, соціально-психологічне консультування, навчання, зміну поведінки клієнтів.

- Опосередковане втручання, спрямоване на зміну оточення клієнта, включаючи планування, адміністрування, збір даних, управління та дослідження.

- Комбіноване втручання, яке включає сприяння груповій роботі, мобілізацію, представництво інтересів, консультування та співпрацю з іншими фахівцями.

3. Практична соціальна робота може здійснюватися на трьох рівнях:

- Індивідуальному, де клієнт отримує підтримку та практичну допомогу у вирішенні своїх проблем.

- Груповому, де передається досвід та підтримка для розвитку клієнтів у фізичному та психологічному плані.

- В громаді, де стимулюється розвиток соціальних зв’язків, співпраця та організація соціальних програм для вирішення потреб та інтересів громади.

У контексті соціального страхування, можна визначити його роль як важливого джерела матеріального забезпечення громадян в умовах втрати роботи, захворювання, нещасних випадків та на відрізок часу після досягнення певного віку.

Соціальне страхування може бути визначено як система соціального захисту, спрямована на створення загальнонаціональної, обов'язкової організації взаємопідтримки, яка може функціонувати на найвищому рівні ефективності лише у випадку, якщо вона охоплює всю національну спільноту та надає покриття для всіх можливих ризиків. Остаточною метою є реалізація плану, спрямованого на захист усього населення від всіх можливих факторів соціальної нестабільності. Іншими словами, всеосяжність та універсальність страхових заходів є одним із способів символічного рівняння класових різниць у сфері соціального простору.

Модель Бісмарка та Впровадження Обов'язкового Соціального Страхування в Німеччині

В історії політичних реформ та соціально-економічного розвитку Німеччини однією з ключових постатей є Отто фон Бісмарк, відомий своєю реалполітичною стратегією. Важливим аспектом його політичної діяльності було впровадження обов'язкового соціального страхування, що стало необхідним елементом реалполітики Бісмарка.

У своєму листі до міністра торгівлі Бісмарк стверджував, що єдиним ефективним шляхом запобігти втратам серед робітничого класу є перехоплення ініціативи в сфері соціального страхування у соціалістів. Здійснення їх вимог щодо впровадження соціального страхування, зазначав Бісмарк, не тільки виглядало легітимно, але також сприяло зміцненню держави та соціального порядку.

На цій основі, керуючись власною концепцією, та незважаючи на опозицію з боку Рейхстагу, канцлер Бісмарк вдалося впровадити повноцінну систему соціального страхування в німецькому суспільстві. Ця система включала закон про страхування на випадок хвороби в 1883 році, закон про

страхування від нещасних випадків на виробництві в 1884 році, і закон про страхування на випадок старості та інвалідності в 1889 році. Ці закони виявилися важливими кроками в розвитку соціальної сфери Німеччини і стали передовими прикладами соціального страхування, що враховували інтереси робітників та загальне благополуччя держави.

Систему Бісмарка визначають чотири основних принципи [33, с. 171-179]:

1. Принцип праце-орієнтованого забезпечення: Ця система забезпечення базується виключно на праці і надає можливість забезпечення тільки тим особам, які завоювали це право завдяки своїй праці.

2. Принцип обов'язковості для найманих працівників з низькою заробітною платою: Система передбачає обов'язкове забезпечення тільки для найманих працівників, заробітна плата яких нижча визначеної мінімальної суми. Іншими словами, це стосується тих, хто не може скористатися індивідуальним страхуванням.

3. Принцип страхової методології: Система використовує методологію страхування, де внески встановлюються на паритетному рівні між найманими працівниками та роботодавцями, а також відношення між виплатами та внесками.

4. Принцип управління забезпеченням самими працедавцями та найманими працівниками: Управління системою забезпечення здійснюється спільно працедавцями і найманими працівниками, що відзначається в їхній спільній участі та контролі над цим процесом.

Важливою інновацією, представленою Бісмарком, було встановлення обов'язкового характеру системи соціального страхування. Ідея соціального страхування отримала підтримку консервативного суспільства Німеччини на часі Бісмарка завдяки своєму ефективному та економічно вигідному механізму, який одночасно задовольняв деякі соціальні потреби та передавав контроль над соціальним управлінням у руки працедавців і робітників, які сплачували внески для своїх майбутніх пенсій.

Впровадження страхового принципу мало значущі наслідки для розвитку соціальної політики. Хоча час від часу різні заходи для збільшення пенсій можуть бути не в повній мірі засновані на страховому підході, принцип паритету у сплаті внесків залишався важливим політичним символом. Іноді робилися спроби повернути систему соціального страхування ближче до її первісних засад. Однак завжди було складно поєднувати об'єктивні актуальні принципи страхування з бажанням забезпечити ефективний та всеосяжний соціальний захист. Як відзначав англійський лорд Вільям Беверідж [11, с. 10], коли єдиним політичним вибором щодо соціального захисту є перевірка фінансового стану сім'ї, тобто державна допомога як останній засіб, принцип внесків стає дуже привабливим. Лорд Беверідж відіграв важливу роль в захисті страхового підходу до соціального страхування в 1940-х роках.

Зародження страхування на території України відзначається на початку 90-х років XIX століття. В цей період на півдні країни, у 1899 році, було запущено Одеське товариство взаємного страхування фабрикантів та ремісників від нещасних випадків, пов'язаних з їхніми робітниками та службовцями. У 1903 році був ухвалений Закон «Про відповідальність підприємців за нещасні випадки з працівниками» [50, с. 246-249], який встановлював обов'язок компенсації робітникам і службовцям, які постраждали внаслідок нещасних випадків на виробництві. Цей закон відкривав перші можливості для страхування працівників в разі травм та захворювань.

Запровадження цього закону відкрило шлях до розвитку страхування працівників від нещасних випадків та захворювань. Важливо відзначити, що ранні форми соціального страхування робітників часто виникали завдяки ініціативі підприємців, які прагнули уникнути юридичної відповідальності у випадку судового розгляду питань, пов'язаних із нещасними випадками, травмами чи смертю на робочому місці. Таким чином, соціальні програми стали альтернативою судовим справам як засіб вирішення конфліктних ситуацій у сфері праці.

Законодавче встановлення пенсійного віку на рівні 55 років для жінок і 60 років для чоловіків відбулося в Союзі Радянських Соціалістичних Республік протягом 1928-1932 років. В той період часу приймалося, що більшість осіб досягають очевидних ознак фізіологічного старіння на межі встановленого віку, що вимагає зміни їх регулярної професійної активності. Це призвело до встановлення хронологічного пенсійного віку, який залишався незмінним протягом багатьох років.

На сьогоднішній день в Україні навіть не кожен експерт може відповідно пояснити цей «феномен». Фактично, рішення про встановлення різних пенсійних віків не мало жодного наукового обґрунтування. Це вирішилось на історичному рівні ще на початку впровадження солідарної пенсійної системи, і це сталося не в Союзі Радянських Соціалістичних Республік, а в Німеччині часів канцлера Отто фон Бісмарка. Демографи стверджують, що наприкінці XIX століття в середньостатистичній німецькій сім'ї чоловік був старший на п'ять років, ніж його дружина. Якщо б пенсійний вік був однаковим, то це означало б, що чоловіки виходили б на пенсію на п'ять років раніше, ніж їхні дружини. Можна уявити собі ситуацію, коли чоловік, який вже не молодий, перебуває вдома цілий день, тоді як його дружина працює, і він залишається сам на сам із домашніми обов'язками та господарством. З цього соціально-побутового погляду німецький уряд не міг допустити таку ситуацію і, фактично, забезпечив зручне життя чоловіків, а не жінок.

У 1990 році, після ухвалення СРСР законів «Про пенсійне забезпечення громадян в СРСР» та «Про пенсійне забезпечення військовослужбовців», завершився процес формування єдиної комплексної системи пенсійного забезпечення, яка функціонувала на єдинообразних умовах і стандартах. Важливо зауважити, що ця система не була повністю ґрунтована на принципах страхування; фактично, вона поєднувала принципи соціального страхування та соціальної допомоги. Тим не менше, вона впроваджувала страхові основи та передбачала розрив пенсійної системи від державного бюджету.

Замість того, щоб державний бюджет був джерелом фінансування пенсій, як це було раніше, був утворений Пенсійний фонд. Цей фонд набирав коштів завдяки внескам підприємств і організацій, які знімалися з фонду оплати праці, а також страховими внесками громадян. Крім того, кожному працюючому присвоювалася вкладка до трудової книжки, в якій відзначалася сума сплачених страхових внесків у розмірі одного відсотка від загального доходу. Ця система слугувала перехідним етапом до впровадження індивідуального обліку страхового стажу та оплати внесків до Пенсійного фонду і призначалася для майбутнього створення більш справедливої пенсійної системи. На жаль, ця перехідна система не вдалася адаптуватися до нових економічних умов і, отже, не була успішною.

У підсумку можна зробити висновки щодо основних принципів, на яких ґрунтувалася соціалістична система «соціального добробуту» [11]:

1. Повна (або соціальна) зайнятість була однією з головних характеристик цієї системи, сприяючи максимальному залученню населення до трудової діяльності.

2. Надання дотацій на ціни на споживчі товари та послуги, включаючи житло, робило їх доступними для всіх громадян, незалежно від їх доходу.

3. Соціальна інфраструктура, така як служба охорони здоров’я, освіта і культура, надавалася безкоштовно або за номінальними цінами, гарантуючи доступність цих послуг для всього населення.

4. Система соціального страхування охоплювала майже 100% населення, надаючи різноманітні натуральні та грошові допомоги, які надавалися через державні підприємства, включаючи колгоспи.

5. Державна соціальна допомога, якщо і існувала, адресувалась обмеженим групам населення, таким як люди з обмеженими можливостями або сім’ї, які пережили соціальні труднощі.

Ці загальні принципи регулювали соціальні відносини в рамках галузей права, таких як трудове, адміністративне та колгоспне право. Соціальне

забезпечення розглядалося як частина трудового права, і самостійна галузь права, присвячена соціальному забезпеченню, не існувала.

Процес економічної та політичної трансформації вплинув на механізми колишньої системи соціального захисту, але не анулював їх повністю. Водночас виникла необхідність в створенні самостійної галузі права, присвяченої соціальному забезпеченню, враховуючи нові економічні та політичні реалії.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО СТАТУСУ ТА СТЕРЕОТИПІВ ПОХИЛИХ У ВІКОВОМУ КОНТЕКСТІ

2.1. Вплив соціокультурних стереотипів на життя людей старшого віку

Сучасне суспільство динамічно змінюється, і разом з цим змінюються й погляди на різні групи населення. Однак, навіть у світі, де домінують ідеї про толерантність та рівність, соціокультурні стереотипи все ще впливають на життя багатьох людей, особливо тих, які належать до старшого покоління. Стереотипи щодо людей похилого віку можуть мати серйозний вплив на їх соціальне, психологічне та фізичне благополуччя.

Стереотипи, подібно до традиційних методів пізнання, таких як аналіз, синтез та узагальнення, відіграють ключову роль у гносеології і є необхідною основою для організації суспільного життя. В усіх сферах суспільства, де існує розрізнення, виникають відповідні стереотипи, такі як релігійні, расові, політичні, ідеологічні, електоральні, гендерні, вікові, національні тощо. Стереотипи можуть бути різними за тим, наскільки широкою є їхній розповсюдженість, включаючи особистісні, групові, суспільні та загальнолюдські стереотипи [60].

За допомогою стереотипів формується уявлення про світ і складається світогляд. Цінності, норми, приписи і очікування також нерозривно пов’язані із стереотипами, хоча не обов’язково обмежуються ними.

Стереотипи визначають та регулюють суспільне життя і є результатом накопиченого соціального досвіду. Дія суспільних інститутів ґрунтується на накопиченому та визнаному соціальному досвіді, а стереотипи виступають однією із форм збереження цього досвіду. Крім того, одним зі способів збереження та передачі цього досвіду є використання прислів’їв та приказок, які накопичують народні спостереження за характерними відмінностями

об’єктів і процесів, які можуть стосуватися не лише до сфери соціальних відносин.

Ілюстрацією глибокого впливу феномену стереотипізації на тканину суспільних відносин та загальне життя може служити його взаємодія з іншим ключовим механізмом функціонування суспільства - механізмом солідарності.

Солідарність займає значуще положення в суспільних процесах. Вона є необхідною передумовою для трансформації суспільства та визначає його розвиток, особливо в періоди нестабільності. Для відновлення стабільності суспільство використовує різні методи згуртування, одним із яких є розробка та поширення певних стереотипів, які сприяють єднанню людей.

Проблема соціальної солідарності обговорюється в працях видатних соціологів, таких як Ж. Фур’є [52], О. Конт [18] і Е. Дюркгейм [12]. Вони розглядали цей явище як наслідок розподілу різних видів людської праці та як моральний фундамент суспільства. О. Конт, наприклад, вважав, що консенсус у суспільстві забезпечується завдяки перевазі в ньому певних соціальних почуттів і соціальних ідей, які сприяють утвердженню суспільної солідарності. Саме стереотипи можуть виступати у цій ролі, оскільки вони є загальнопоширеними і усталеними поглядами, які поділяють значна кількість людей.

Згідно з підходом, який був розроблений Емілем Дюркгеймом, солідарність обумовлена зростанням функціонального поділу праці та спеціалізацією, що не лише підвищує продуктивність, але також призводить до змін в соціальних стереотипах і, в кінцевому підсумку, в системі соціальних відносин у суспільстві. Це особливо помітно відносно класових стереотипів, які формуються залежно не лише від місця в поділі праці, але також від розподільчих відносин, позиції відносно влади та інших чинників, а також щодо гендерних стереотипів, які виникли в результаті історичного розвитку розподілу праці між чоловіками та жінками.

З погляду веберівського підходу [5, с. 45-55], який базується на теорії соціальної дії та етиці протестантського віровчення, солідарність визначається

як результат процесу інтеграції акторів суспільства та водночас як норма їхньої поведінки. Інтеграція активних індивідів відбувається шляхом відчуття належності учасників, що визначено афективною спрямованістю, або об'єднанням їх у якусь спільність на основі суспільно орієнтованого смислу або ідеї, яка виникає в результаті солідарності раціонального характеру. За сучасних умов цей смисловий аспект може бути сформований саме за допомогою стереотипів.

Соціологічна теорія Т. Парсонса [5], яка відома своїм структурно-функціоналістичним підходом, вивчає солідарність як явище і як соціальну систему одночасно. Солідарність, за цими теоретичними концепціями, представляє собою динамічний процес, який обумовлений комплексом щоденних взаємодій між акторами суспільства. Ці взаємодії сприяють стабільності соціальної системи і її відтворенню шляхом постійного контролю над зовнішніми та внутрішніми змінами. У цьому контексті стереотипи виступають як засіб формування, збереження і передачі норм, які регулюють ці взаємодії.

Аналогічно солідарність розглядається в феноменологічній соціології Альфреда Шютца [61]. В цій теорії солідарність розглядається як апріорний, соціально обумовлений феномен, де індивід функціонує як приймач готових символічних форм, які сприймаються ним без критики. Тут стереотипи відіграють важливу роль, оскільки їхні символічні форми є суто типовими та беззаперечними.

Представники інтеракціоністської традиції, зокрема Дж. Мід [31] і Г. Блумер [4, с. 173-179], розглядають солідарність як результат повсякденної взаємодії між людьми, під час якої узгоджуються та переглядаються ключові значення та інтерпретації соціальних об'єктів. Г. Блумер сприймає соціальну солідарність як динамічний стан, який виникає в результаті міжособистісної взаємодії та вимагає постійного зусиль всіх учасників цього процесу для її підтримання. Ключовою роллю в цьому процесі виступає «спільна дія» та

інтерпретація цієї дії, які, у свою чергу, можуть відображати ті самі стереотипи. Ці стереотипи забезпечують консолідацію суспільства та сприяють її інтеграції.

Велика кількість соціологічних теорій, включаючи роботи вчених, таких як П. Сорокін, Ю. Хабермас, Дж. Александер, П. Бурдьє, і А. Гофман, свідчить про глибокий і значущий зв'язок між солідарністю та стереотипами. Стереотипи виступають важливим компонентом розуміння солідарності у соціології.

Наприклад, А. Гофман [9, с. 97-111] звертає увагу на полісемію соціальної солідарності, яка пояснюється функціональним різноманіттям цього поняття в суспільстві. Ця полісемія обумовлена переплетенням соціальної солідарності з політичними, ідеологічними, моральними і парадигмальними дискурсами. Як показує дослідження Гофмана, багато з дефініцій соціальної солідарності базуються на соціальних стереотипах. Наприклад, вони можуть включати прихильність акторів одним і тим самим цінностям, загальну соціальну ідентичність, спільність поглядів тощо, що безпосередньо ґрунтуються на стереотипах.

У результаті цього аналізу стає очевидним, що стереотипи грають ключову роль в формуванні та розумінні солідарності в суспільстві, а також в її багатогранних виявах.

Соціологи досліджують явище соціальної солідарності в різних аспектах і визначають його різні прояви. Деякі виділяють ознаки, такі як кооперація, згуртованість, єдність. Інші вважають, що основними ознаками є довіра, наявність спільних ідей, поглядів і цілей. Треті фокусуються на ідентифікації та належності до певного цілого. Четверті пропонують різні конструкти соціальної солідарності, комбінуючи ці характеристики в різних комбінаціях.

У зв'язку з складністю і багатозначністю цього явища, неможливо надати вичерпну та універсальну дефініцію. Найбільш продуктивним підходом, на наш погляд, є інтерпретація соціальної солідарності в дусі постнекласичної традиції, де визначення підкреслює ознаки, які є істотними з точки зору конкретних дослідницьких завдань. Отже, ми розглядаємо соціальну солідарність як

засновану на спільних поглядах, нормах, цінностях та стереотипах усвідомлене ставлення актора до соціальних подій, явищ, ситуацій, процесів. Це супроводжується співчуттям, співпереживанням і спонукає до згуртованості з іншими акторами, які поділяють схожі позиції. Ця спільність у поглядах виражається в готовності діяти певним чином і нести відповідальність за свої дії [35, с. 3-8].

Проте необхідно відзначити, що зв'язок між розумінням солідарності та стереотипами не передбачає їхньої повної ідентичності. У цьому контексті слід враховувати взаємозв'язок між стереотипами та солідарністю. Процес солідаризації включає в себе об'єднання людей на підставі певних спільних цілей чи проти спільних противників. Як результат, виникає солідарність, що є певним раціоемоційним ставленням до певної суспільної проблеми, яка стала актуальною в конкретному історичному та просторовому контексті. Однак це ставлення може сприяти або об'єднувати людей, або, навпаки, розділяти їх. Щодо стереотипів, важливо зауважити, що вони можуть бути не лише позитивними або негативними, але й нейтральними.

Сконцентруємо увагу на механізмах функціонування соціокультурних чинників, таких як стереотипи, атитюди та стигми, що втілюють норми, приписи та традиції. Стереотипи містять оцінку певного об'єкта та відповідний емоційний відтінок, і, важливо відзначити, що когнітивний та афективний компоненти разом з поведінковими аспектами формують атитюд, що є складним вираженням погляду.

Слід зазначити, що стереотипи мають коріння в соціокультурному середовищі, і, навіть якщо вони можуть бути схожими в різних країнах, вони, передусім, обумовлені цінностями та особливостями культури. Наприклад, існують культури, де існує геронтофобія, і молодь має важливе значення, причому її виживання є головним пріоритетом, і розподіл ресурсів спрямований головним чином на молодь. У геронтофільних культурах старші люди, навпаки, займають центральне місце, розглядаються як більш цінні та

корисні члени суспільства. Відповідно, при розподілі ресурсів, перевагу надають саме їм.

У суспільствах, де фізична витривалість має велике значення, як це спостерігається у кочових групах з переважанням ручної праці та вагою на дітонародження, найчастіше існують негативні ставлення до старших осіб, а відповідно, існують негативні стереотипи стосовно старість. У таких суспільствах старість може сприйматися як період нездатності або непотрібності.

З іншого боку, у суспільствах, де важливішим є накопичений життєвий досвід, мудрість і здатність до ефективного управління, існує вищий рівень поваги до старших людей, а також більше позитивних стереотипів, пов'язаних із старістю.

На жаль, українське суспільство не є винятком, і воно також стикається з віковою стигматизацією, упередженістю і навіть дискримінацією, яка отримала назву «ейджизм». Дослідження, проведені О. Красновою [19, с. 10-24], показують, що у майже всіх статево-вікових групах існують уявлення про похилих людей як про соціально ізольованих осіб з низьким рівнем матеріального благополуччя та поганим здоров'ям.

Проте важливо зауважити, що не всі ставляться до старших людей негативно. У молодших групах існують уявлення про необхідність довіри до старших осіб та потребу в соціальному захисті для них. Деякі переконують, що похилі люди мають важливий досвід та можуть корисно функціонувати в суспільстві, і не всі вони є депресивними або нездатними до виконання ролі в суспільстві.

Деякі представники старшої вікової групи можуть виявляти деякі з виділених негативних характеристик, але важливо зазначити, що ці характеристики не обов'язково є незаперечними ознаками віку. Вони частіше є результатом дії вікової стигми. Співвідношення між негативними та позитивними аспектами в значній мірі обумовлене високим ступенем подібності між внутрішніми та зовнішніми уявленнями, які існують у

суспільстві щодо людей похилого віку. Ці уявлення переважно базуються на негативній стигмі.

За даними М. Керміса (1984), основні негативні стереотипи щодо людей старшого віку в сучасній західній культурі включають такі погляди:

- Всі люди похилого віку однакові.
- Старі люди бідні.
- Всі старі люди хворі.
- Всі люди похилого віку депресивні.
- Старі люди є тягарем для інших.
- Старі не здатні повноцінно функціонувати в суспільстві.
- Всі старі люди самотні.
- Всі старі люди стають недоумкуватими.

З іншого боку, частина досліджень за кордоном не підтверджує суто негативне уявлення про похилих людей [59]. За цими даними, порівняно з молодшими людьми, старших негативно оцінюють тільки у випадку, коли вони стають фізично недієздатними чи мають розумові відставання.

У нашій країні негативні стереотипи стосовно людей похилого віку виявляються особливо відкрито, і це особливо помітно у ситуаціях працевлаштування. Наприклад, на круглому столі «Дискримінація за віковою ознакою: чому вік працівника стає головним критерієм при працевлаштуванні», організованому Центром інформації з прав людини, Коаліцією з протидії дискримінації та за підтримки Міжнародного фонду «Відродження», було відзначено, що однією з найпоширеніших форм дискримінації є встановлення вікових обмежень принаймні на роботу [32].

Негативні стереотипи стосовно старших осіб вказують на те, що суспільство ще не розробило адекватних способів взаємодії з цією віковою групою. Дослідження показують [28, с. 13-18], що самі представники старшої вікової групи мають стереотипи про власну рольову поведінку, які схожі на уявлення інших демографічних груп. Це свідчить про високий рівень невизначеності стосовно власної ідентичності у старших людей. Це також

показує, що в нашому суспільстві, по-перше, відсутні адекватні уявлення про соціальні ролі, які мали б суспільне значення для людей похилого віку, і, по-друге, існує певний недооцінювання соціальної важливості громадської активності старших людей.

З іншого боку, існують інші негативні стереотипи, пов'язані зі старістю:

- Старість вбачається як хвороба, яка супроводжується руйнуванням життєво важливих фізіологічних систем організму, гальмуванням фізичних і психологічних можливостей.

- Старість сприймається як падіння рівня життя, обвалення, залежність.

- Старі люди розглядаються виключно як об'єкти соціальної допомоги та підтримки.

- Старість асоціюється з образом людини, яка має стоматологічні дефекти, шкіру зі зморшками та сиве волосся,

Ці стереотипи поширюються в суспільну свідомість, незважаючи на те, що руйнується уявлення про «середні роки», відбувається активна модернізація старіння та використовуються різні методи приховування вікових ознак. Також в Україні існує стереотип, який пов'язує старість з агресивною поведінкою в громадському транспорті. Дослідження також вказують на негативні судження стосовно старших людей, які продовжують отримувати освіту, такі як «Людина не може нічого робити і краще б більше допомагала вдома» або «Вона не може влаштуватися вдома» тощо. В нашому суспільстві і надалі переважає погляд, що старість несумісна з освітою, і що старшим людям слід присвячувати себе сімейним та побутовим обов'язкам і бути слухняними.

Згідно з результатами інших наукових досліджень, у соціальному контексті виникає страх старості, порівнюваний за рівнем з іншими страхами, такими як тероризм, екологічні катастрофи та злочинність. Цей страх пов'язаний із побоюванням стати обтяженням для своїх близьких, постійними візитами до аптек у пошуках дешевих ліків та переходом на пенсію [13]. Варто зазначити, що така ситуація є характерною для пострадянського простору, на відміну від заходу, де старість розглядається як більш позитивний період життя,

обдарований певними можливостями, такими як відпочинок від праці та подорожі по світу. Один із факторів, що сприяє такому негативному уявленню про старість в нашому соціальному просторі, полягає у впливі історичного розвитку, зокрема у витиранні ідеалів розуміння старості як мудрості і в сприянні погляду на людину як «гвинтика» соціального механізму, яка корисна лише у ролі працівника.

Дослідники вказують на те, що збереження стереотипів про геронтологію на високому рівні в значній мірі обумовлене діяльністю засобів масової інформації, де часто використовується образ нездатної до самостійності старої людини, яка потребує допомоги. Цей образ досить часто експлуатується в рекламних роликах для медичних препаратів та засобів для дому. Також поширені сюжети про сільські райони, де відзначається лише наявність бідних похилих людей [30, с. 63-75].

Ольга Краснова приходить до висновку, що стереотипи, пов’язані зі старістю, також мають гендерні відмінності. Вона зауважує, що стереотипи щодо похилого чоловіка є більш позитивними порівняно зі стереотипами, пов’язаними зі старістю жінок, незважаючи на те, що жінки загалом легше переживають старіння. Вона розглядає цю ситуацію в контексті того, що соціальні ролі чоловіків і жінок зазвичай є традиційними, конвенційними і жорстко фіксованими. Соціальний статус чоловіків залежить від їхньої зайнятості, тоді як у жінок він зв’язаний із репродуктивним циклом. Жінок оцінюють за їх сексуальну привабливість і корисність для чоловіків, тобто їхню цінність «сексуалізовано». В суспільних очах це визначає їхній позитивний статус в першій половині життя та негативний – в другій половині.

У західноєвропейських країнах існують приклади рекламної продукції, які сприяють позитивним емоціям та зображують образ старості, що променіє радістю, посмішки та приносить емоційне й психологічне задоволення. Українські дослідники Євген Головаха та Наталія Паніна [34] проводили соціально-психологічне дослідження людей віком від 50 до 70 років у 1978-1979 і 1981-1983 роках. Вони виявили, що на запитання про те, чи бажають

вони дожити до 100 років, 55% жінок і 39% чоловіків дали негативну відповідь, мотивуючи це тим, що «не бажають бути безпомічними», «не хочуть бути обтяжливі для дітей», «не хочуть бути обтяжливими для самих себе» та «не хочуть бути безсильними у старості».

Підсумовуючи, можна виділити два основних напрями стереотипів стосовно старшого віку: позитивні та негативні. Негативні соціальні стереотипи щодо старості часто розглядають її як період індивідуальних втрат, таких як втрата соціальних зв'язків, статусу, матеріальних ресурсів і здоров'я, або, в позитивних стереотипах, як період корисності для інших. Позитивні стереотипи стосовно старіння в основному спрямовані на використання соціального потенціалу старших людей, оскільки цю групу розглядають як потенційний ресурс. Однак цей процес, здебільшого, є вимушеним через зростання кількості старших громадян у суспільстві. Ця заміна функцій не завжди сприяє поліпшенню сприйняття старості, і її і далі розглядають як «вік втрат». До цих втрат додаються обмеження вільного часу і можливостей для відпочинку, на які розраховували старші люди.

Чи можлива зміна цього сприйняття? Ми вважаємо, що так. Трансформація має відбуватися на рівні всього суспільства, і представники всіх соціальних груп повинні усвідомити зміни в реальному розподілі вікових груп в населенні. Старших громадян слід розглядати як «рівноправних учасників», обдарованих своєю унікальністю. Тільки в такому визначенні їх соціальний статус може підвищитися, а їх соціальний потенціал стати реальним ресурсом для нашого суспільства.

2.2. Дослідження соціального статусу та поглядів на осіб похилого віку в Україні з позиції молоді

Однією з найбільш дискримінованих соціально-демографічних груп в сучасному українському суспільстві, на думку авторів, є похилі люди у віці від

65 років. Ця категорія населення є досить численною. Покоління із середини 20-го століття, яке народилося в післявоєнні роки в СРСР, пережило молодість під час індустріальної епохи та будування комунізму. В наш час вони, в більшості своїй, стали маргіналізованою групою. Їхні ідеали зазнали краху, а нові національні концепції їм чужі, оскільки стійкий вплив радянської ідеології викликав у них виражене несприйняття всеукраїнського характеру.

Ці люди мають труднощі у пристосуванні до сучасного життя. Вони проявляють драматичну консервативність, і будь-які зміни в рівні та якості життя викликають роздратування через обмежені можливості, оскільки їхні можливості обмежені в основному найнеобхіднішими продуктами і ліками. Крім того, представники цих поколінь вважають, що їх виключено з уваги держави та суспільства і почувають себе відкинутими на маргін або на узбіччя життя.

Це невдоволення переносяться на їх повсякденність та відносини з молодшими поколіннями, формуючи в останніх геронтофобічні установки, вікові стереотипи та упереджене ставлення до людей похилого віку. Старість, як правило, не знаходить належної уваги в нашому суспільстві, похилі люди, здається, загнані в умови важкого життя, і їх лікують у лікарнях неохоче. Пенсіонерів масово скорочують на робочих місцях, а громадська думка час від часу порушує питання про доцільність збереження за ними виборчого права.

На якому етапі життя настає відчуження похилої людини від суспільства? Як формується установка, що старість можна принижувати, коли для похилих людей вона перетворюється на дефіцитний ресурс? Як сучасна молодь визначає статус старості та похилих людей в Україні? Ці та інші питання, пов’язані з ними, безумовно, потребують уваги дослідників.

Актуальність геронтологічної проблематики підтверджується великою кількістю наукових публікацій від західних, пострадянських та вітчизняних дослідників. Важливо відзначити, що більшість існуючих робіт відноситься до міждисциплінарної області знань - геронтології, в якій акцентується на біологічних, психологічних та соціальних аспектах старіння. Основна увага

зосереджена на теоретичному аналізі успішного старіння, соціальній роботі з похилими людьми та проблемах функціонування пенсійної системи.

У роботах соціологів представлено менше кількість, проте цікавих, досліджень. Загальний спектр проблем, які вивчаються західною соціологією, є широким: міжпоколінні конфлікти (С. Солнік), гендерні відносини в старіючому суспільстві (А. Серенсен), економічний потенціал похилих людей (М. Греллер), соціальні зв'язки в старості (Д. Філд), особливості старіння в сучасному соціальному контексті (І. Кемпер) [25, с. 51-55].

У пострадянській соціології авторами, такими як С. Балабанова, Н. Паніна, А. Писарєв, З. Саралієва, Н. Сачук, Л. Соловйова, Н. Ковальова, О. Красильнікова та інші, досліджуються проблеми людей похилого віку. Увага цих дослідників переважно зосереджена на аспектах соціальної роботи з похилими людьми, проблемах соціального забезпечення та адаптації. Особливо цікаві публікації відзначає А. Смолькін, який розглядає соціокультурну динаміку ставлення до старості, включаючи аналіз емпіричних даних щодо відношення до похилих людей у російському соціумі та пропонує типологію респондентів за критерієм поваги до старості [41, с. 106-111; 42, 31-35; 43].

Серед вітчизняних дослідників, які займаються геронтологічними проблемами, варто зазначити імена О. Тополя [48, с. 145-153; 49, с. 55-61], О. Березіної [1], Н. Клименюка [15, с. 53-58] та Р. Сопка [44, с. 115-119]. В своїх наукових дослідженнях ці учені розглядають соціальні аспекти проблем людей похилого віку, їхнє соціальне становище, місце в сучасному суспільстві, у соціальній структурі, різних соціальних системах, спільнотах, родині та їхні відносини з іншими віковими групами, а також вікові особистісні зміни. Ці аспекти залишаються недостатньо вивченими як в українській, так і в міжнародній науці та практиці.

Старіння населення розглядається як феномен XX століття, хоча його прояви спостерігались вже у XIX столітті і тривають невпинно й у XXI столітті, охоплюючи не лише економічно розвинені, але й країни, що розвиваються. За останні десятиліття цей процес набув ознак глобального явища та набув

величезних розмірів. У 1950 році чисельність населення похилого віку в світі становила 205 мільйонів осіб, а в 2000 році вже 600 мільйонів, що втричі більше. Прогнозується, що до 2050 року вона знову потроїться й складе 2 мільярди осіб. У світовому масштабі темпи зростання чисельності населення похилого віку становлять 2,6% на рік, що значно перевершує темпи зростання населення в цілому, оцінені на 1,1% на рік. Прогнозується, що до середини XXI століття чисельність похилих людей в світі перевищить кількість дітей.

Україна знаходиться серед тридцяти країн світу з найвищою часткою осіб у віці 60 років і старше, становлячи у 2015 році 21,8% населення. Зокрема, частка осіб віком від 65 років і старше складала 15,5% від загальної чисельності населення. Згідно з національним демографічним прогнозом, до 2025 року особи віком понад 60 років складатимуть 25,0% загального населення, а віком 65 років і старше - 18,4%. Прогнозується, що до 2030 року ці показники зростуть до понад 26% та понад 20% відповідно. Характерною особливістю старіння населення в Україні є його головна обумовленість зниженням народжуваності та високим рівнем передчасної смертності без значного збільшення тривалості життя [25].

Старіння населення в Україні, за даними Міністерства соціальної політики, породжує виклики, пов’язані з публічними фінансами, функціонуванням ринку праці, системою охорони здоров’я та розвитком соціальних послуг для похилих людей. Зростання частки похилих громадян у загальній структурі населення також визначає загальні зміни в потребах в освіті, житлово-комунальних та транспортних послугах, а також впливає на стосунки в сім’ї та структуру взаємодії на рівні громад.

В Україні криза соціально-економічної трансформації суворо відображена на поколінні похилих людей. Серед найактуальніших проблем цієї групи населення можна виділити тривалий стан поганого здоров’я, низький рівень матеріального забезпечення та поширеність відчуття самотності.

У межах нашого дослідження необхідно викласти декілька соціологічних теорій старіння, які були розроблені в західній науці в 60-х роках XX століття і

розглядали відсунення похилих осіб від активного соціального життя як необхідний результат модернізації. Західні вчені охарактеризували старіння як процес, що включає біологічні, соціальні та психологічні аспекти.

Відповідно до теорії «зменшення зобов'язань», розробленої Е. Каммінгом і Ст. Генрі, зменшення взаємодії між старіючими індивідами та суспільством звільняє похилих людей від соціального тиску інститутів та норм, сприяючи полегшенню переходу від життя до смерті [48, с. 146].

Прихильники теорії діяльності, такі як Р. Хевигхерст, Б. Ньюгартен, Ш. Мобін, вважали, що ізоляція та відмова від соціальної активності не є природними процесами старіння. Вони вважали, що люди, входячи в старість, залишаються з тими самими потребами і бажаннями, як у середньому віці, тому вони опираються будь-яким спробам виключити їх із суспільства. Згідно цієї теорії, успішне старіння включає збереження соціальних зв'язків, ролей і підтримку активності середнього віку.

Емоційне благополуччя, або задоволеність життям, визначається наявністю позитивного Я-образу, оптимістичного настрою, задоволенням минулим і прийняттям нових умов, а також отриманням задоволення від повсякденної активності. Цей підхід активно підтримується на Заході та є основою соціальної політики щодо похилих людей, орієнтованої на їх залучення до активного суспільного життя та створення умов для розвитку їхніх здібностей і можливостей.

В рамках теорії вікової стратифікації виникають значущі аспекти, пов'язані з соціальним статусом похилих осіб, індивідуальними відмінностями при переході з одного вікового періоду в інший, механізмами розподілу соціовікових ролей та взаєминами з іншими віковими групами. За цією теорією, виходження на пенсію супроводжується втратою престижу та влади над іншими і над собою, що визначає старість як період втрати контролю над ситуацією.

Теорія символічного інтеракціонізму, розроблена Дж. Мідом, вводить міждисциплінарну концепцію старості, в основі якої лежить ідея комунікації як

засобу взаємного пристосування індивідів, що вважається найважливішою умовою існування та розвитку суспільства. Для похилих осіб це пристосування охоплює: а) взаємодію з представниками нових, молодих когорт; б) взаємодію з «узагальненими іншими», які у цьому контексті виступають як змінене суспільство в цілому; в) пристосування до самого стану старості, тобто до самого себе у новій якості. З іншого боку, суспільство також повинно пристосуватися до того, що значна частина його складається з людей похилого віку, формуючи новий демографічний портрет «сивого суспільства». У той час як навички пристосування похилих людей формувалися століттями, суспільство вперше зіштовхнулося з необхідністю пристосування до власної старості, що виявилося складним як на рівні соціуму, так і на рівні індивідів [39].

Положення Дж. Міда щодо стадійності процесу розвитку самотності, аналогічного формуванню образу старості в особистості, видаються цікавими. На першій стадії, ще до настання реальної старості, особа поступово адаптує образ старого, спілкуючись з людьми старшого віку, включаючи дідусів та бабусь. На наступних етапах вона освоює правила поведінки в спільноті пенсіонерів, особливо перед пенсійним віком, приймає стиль цієї групи, відмовляється від попередніх звичок і засвоює встановлені правила поведінки похилих людей. На останній, пенсійній стадії, вона спирається на досвід, набутий на попередніх етапах, використовує символи старості і пристосовується до нового сприйняття себе оточуючими. Важливим є своєчасний перехід через кожен із цих етапів.

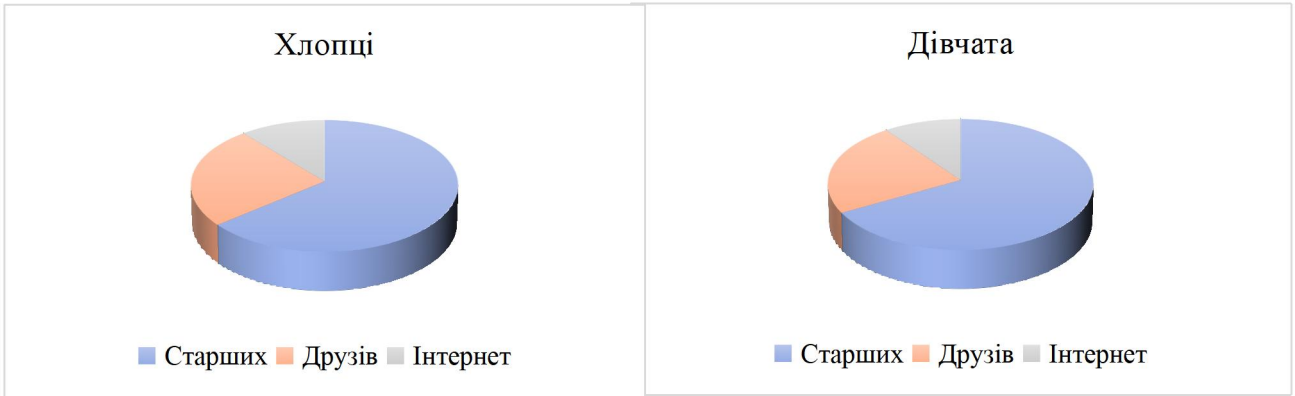
За цією теорією можна припустити, що в сучасному поколінні людей похилого віку, через історичні події, які пережила Україна в складі СРСР, не сформувалася модель благополучної старості. Їхні бабусі та дідусі або загинули під час воєнних подій ІІ Світової війни, або виснажливо працювали протягом усього життя на будівництві соціалізму-комунізму. Ця гіпотеза вимагає подальшого підтвердження в подальших дослідженнях. У даній статті

пропонується представити результати дослідження ставлення сучасної молоді до людей похилого віку та їхнього уявлення про власну старість.

У березні 2017 року, кафедрою соціології Дніпровського державного технічного університету було проведено соціологічне дослідження «Практики ставлення молоді до старості та людей похилого віку в сучасному українському суспільстві». Опитування включало метод анкетування, і було опитано 300 респондентів (180 дівчат та 120 хлопців) у різних районах міста, віком від 16 до 27 років.

Аналізуючи результати нашого дослідження, варто відзначити, що більшість молодих осіб (95%) виявили спокійне або нейтральне ставлення до процесу старіння. В усіх вибраних відповідях не зафіксовано жодного виявлення негативного ставлення. Значна частина опитаних (95%) відзначила відсутність огиди до похилих осіб та в цілому виявила повагу до них, не виявляючи наміру ставитися до них негативно (80%). Аналіз «Парадокси ставлення до похилих людей» А. Смолькіна підкреслює, що соціологічні дослідження не завжди реєструють поширеність негативного ставлення до представників «третього віку». Він відзначає, що від'ємні атитюди до старості мають латентний характер і зазвичай проявляються не в формі агресії, а скоріше у сприйнятті похилої людини як «відпрацьованого ресурсу» у практиках соціального ігнорування [3, с. 109].

У нашому дослідженні більшість опитаних акцентували увагу на позитивних рисах похилих людей, таких як «уміння слухати й порадити» - 60%, «мудрість» - 75%, «життєвий досвід» - 92%, вказуючи на ці якості частіше, ніж на негативні (наприклад, «буркітливість» - 16%, «апатія» - 5%, «постійне ниття» - 2%). Також як хлопці, так і дівчата висловлювали думку, що у разі



виникнення складної життєвої ситуації вони швидше звернуться за порадою до старших, дідуся чи бабусі (60% - хлопці, 65% - дівчата) «Рис. 2.1.».

Рис. 2.1. Якщо потрібно вирішити життєву проблему, до кого звернетеся?

Фактором, який впливає на формування відношення до похилих осіб, є потенційна залученість самих респондентів до цієї вікової категорії. Під час опитування молодих людей ми ставили питання: «Яким чином ви плануєте провести свою старість?» і пропонували наступні варіанти відповідей: «подорожувати», «доглядати за дітьми», «лікувати власні хвороби», «намагатися весело прожити останні роки», а також «власний варіант». За допомогою аналізу отриманих відповідей можна зробити висновки про те, які моделі старіння конструюють молодь на даному етапі життя [37, с. 343].

Наприклад, дівчата вказали, що планують: подорожувати – 40%, доглядати за онуками – 32%, намагатися весело прожити останні роки – 10%, і жодна з них не обрала варіант «лікувати власні хвороби». У чоловіків немає наміру доглядати за онуками, 60% обрали відповідь «подорожувати», 14% – «намагатися весело прожити останні роки», 17% – «лікувати власні хвороби».

У ряді випадків, серед варіантів відповідей в анкеті стосовно перспектив у старості були такі висловлення: «буду крутою бабцею» (д); «не знаю майбутнього, але хочеться бути щасливою» (д); «займатися улюбленою справою» (д); «буду активним» (х); та іронічно-надихаючий варіант «буду лікуватися від маразму» (х).

Отже, слід відзначити, що молодь сприймає межу між собою та похилими людьми як тимчасову. В цьому контексті образ «Іншого» потенційно зливається з образом «Я». Ймовірно, це є однією з причин, через яку вікові стереотипи не мають такого вираженого негативного заряду та не виявляються у формі агресивного ставлення. Можна припустити, що позитивне ставлення до похилих людей функціонує як компенсація за втрату здоров’я, недостатню увагу держави та надає їм певну емоційну підтримку.

Відповідаючи на питання щодо оцінки становища похилих людей в Україні, 88% респондентів погодилися з твердженням, що за останні роки якість життя похилих людей погіршилася. Ймовірно, така думка сформувалася під впливом мас-медіа або спілкування з власними похилими родичами та знайомими. Також можлива стереотипізація відповідей «Рис. 2.2.».

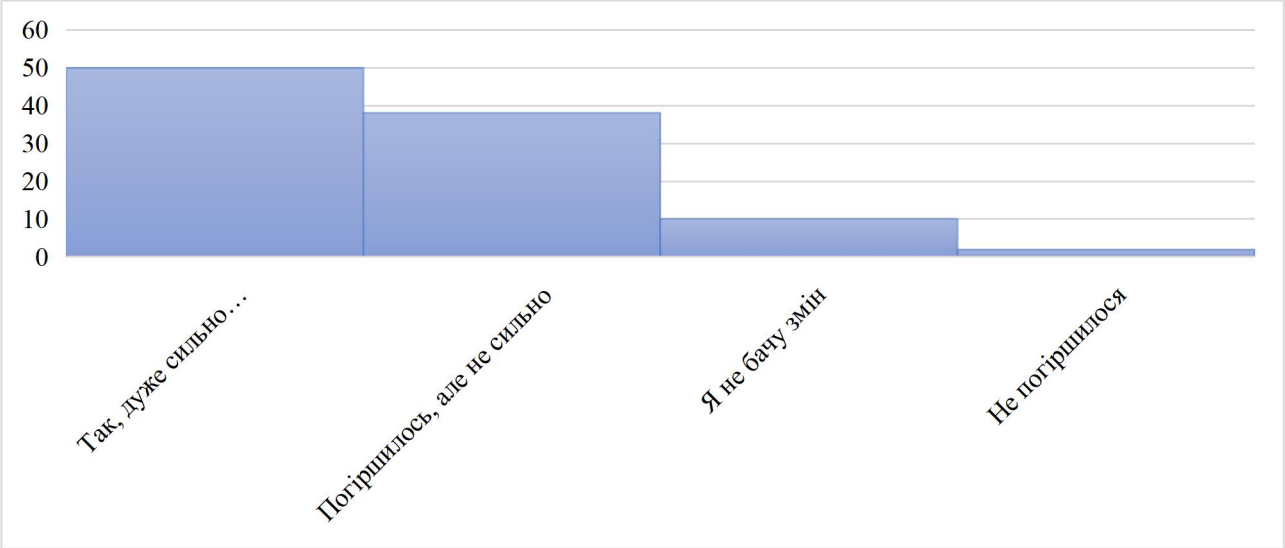


Рис. 2.2. На Вашу думку, за останні роки життя похилих людей погіршилося?

Щодо аспекту перспектив майбутніх позитивних змін, більшість молодих індивідів висловлюють невизначеність у відношенні до подальшого розвитку подій [37, с. 344]. Ймовірно, це пов’язано із нестабільністю соціально-економічної та політичної обстановки у країні, оскільки у періоди складних економічних та політичних умов прогнозування майбутнього стає вельми



складним «Рис. 2.3.».

Рис. 2.3. На Вашу думку, чи покращиться становище похилих людей в нашій країні у майбутньому?

Серед опитаних молодих осіб 95% висловлюють думку, що похилі громадяни потребують соціальної турботи та захисту «Рис. 2.4.». За висновками респондентів, похилі особи стикаються з недостатністю «матеріальних благ та підтримки від держави» (55%), «уваги та підтримки» (24%), а також «рівних прав, сучасних норм та законів, що стосуються захисту похилих осіб, їхніх груп та об'єднань» (21%).



Рис. 2.4. Похилі люди потребують соціальної турботи, захисту?

Аналіз отриманих результатів свідчить, що молодь наразі бачить вирішення проблем похилих людей, головним чином, в контексті соціальної допомоги. Це вказує на те, що сучасне суспільство визнає існування певного бар'єру між молоддю та проблемами похилого покоління, що формується через інститути соціальної підтримки з боку держави. За нашим розумінням, молодь переважно не розглядає похилих людей як рівних, активних учасників суспільства, частково сподіваючись на допомогу держави у своїх власних похилих роках.

Узагальнюючи, можемо відзначити, що у відповідях респондентів спостерігається виявлення поваги до похилих людей та вираження співчуття у

зв’язку з погіршенням їхнього соціального становища в нашій країні [37, с. 345]. Зазначимо наявність стереотипів у думках, оскільки ще з дитинства відомо, що похилим людям слід проявляти повагу, і взаємодія між поколіннями є плідним полем для формування вікових стереотипів. Вікові стереотипи є особливо стійкими, оскільки, як культурні факти, вони можуть існувати незалежно від індивідуального досвіду і навіть визначати його.

У загальному сенсі стереотипи, пов’язані з похилими людьми, представляють собою узагальнений комплекс або сукупність негативних уявлень про труднощі, пов’язані із пошанним віком (самотність, бідність, низька соціальна мобільність, власна неспроможність та потреба в догляді й підтримці з боку державних інституцій). Незважаючи на поширеність негативних стереотипів щодо старості, вони, в основному, мають латентний, завуальований характер, проявляються й діють, передусім, поза сім’єю та виявляються не у формі агресії, а в практиках виключення похилих людей із соціально престижних сфер діяльності.

2.3. Стереотипізація похилих людей у телевізійній рекламі та її вплив на соціокультурні уявлення глядачів

В сучасному світі медіа відіграють ключову роль у формуванні соціокультурних уявлень та стереотипів. Однією із актуальних проблем, яка привертає увагу дослідників та громадськості, є стереотипізація похилих людей у телевізійній рекламі. Така стереотипізація не лише відображається у відображенні похилих осіб на екранах, а й має важливий вплив на соціокультурні уявлення глядачів.

На тлі зростаючого числа похилих осіб у суспільстві виникає питання, яким чином вони представлені у телевізійних рекламах. Часто стереотипи, пов’язані з віком, визначають образ похилих людей як безсилля, непотрібності чи втрати енергії. Така упроваджена тенденція може призводити до

утвердження у суспільстві негативних уявлень про старість та впливати на самооцінку похилих осіб.

У цьому контексті важливо розглядати не лише сам акт стереотипізації, але й його можливі наслідки. Якщо телевізійна реклама стверджує негативні стереотипи, це може призвести до соціальної відчуженості похилих людей, а також вплинути на їх відносини з іншими групами населення.

Таким чином, дослідження стереотипізації похилих людей у телевізійній рекламі та її вплив на соціокультурні уявлення глядачів є актуальним та важливим завданням, спрямованим на розуміння та покращення уявлень суспільства про старість.

Старіння населення є визначальним явищем, що пронизує практично всі країни світу, включаючи Україну, і визнане експертами ООН як одна з ключових соціальних трансформацій XXI століття. Цей процес відзначається впливом на різні аспекти суспільства, включаючи трудові та фінансові ринки, попит на товари і послуги, структуру сімей, а також взаємини між поколіннями [8].

Значущу увагу вчені привертають до геронтологічних питань та питань позиціонування похилих людей у сучасному світі. Засоби масової інформації, на жаль, часто формують негативний стереотип старіння, спрямовуючи увагу громадськості на асоціації з бідністю, хворобами та самотністю.

Окрім того, відбувається акцентуація у суспільній свідомості на тому, що люди похилого віку не лише втрачають активну участь у економічному житті, але також стають політично неактивними та соціально незахищеними. Утворюється стереотипне уявлення про пасивність геронтологічної групи, її самоізоляцію від оточуючого середовища. Це призводить до утвердження стереотипного образу старості в суспільній свідомості, де переважають негативні характеристики, що нерідко виражаються в ейджизмі. Важливо визнати цю проблему та активно досліджувати та сприяти позитивному переосмисленню ролі та значення похилих громадян у сучасному суспільстві.

Задача полягає у врахуванні того, що можливості самореалізації похилої людини реально обмежуються факторами сучасної дійсності. Розв'язання питань стосовно активізації участі похилого населення в суспільному житті має бути національним пріоритетом. Це сприятиме більш активній інтеграції похилих та старих людей в економічне, політичне, соціальне та культурне життя суспільства. Крім того, важливо формувати громадську думку, де похилі особи розглядаються як особлива група, яка вносить важливий внесок у суспільство. Це можливо досягти шляхом створення позитивного іміджу старості, зокрема за допомогою рекламних повідомлень.

Декілька вчених, таких як Д.Р. Чайківська [53], Ю.Р. Мацкевич [29], Н.А. Фойгт [51], С.О. Кубіцький [20] та інші, вказують на те, що стереотипи щодо пасивності похилого покоління не знаходять підтвердження в емпіричних дослідженнях. За їхньою думкою, люди похилого віку, виходячи на пенсію, виявляють бажання бути активними та успішно реалізовувати себе у посттрудовому періоді. Питання формування соціальних стереотипів розглядаються в роботах таких вчених, як У. Липпман, О.Є. Блинова, З.В. Шевченко, Я.В. Яненко та інші [26]. Важливо зауважити, що проблема формування вікових стереотипів засобами реклами є недостатньо дослідженою в науковій літературі.

Слід також відзначити, що науковці приділяють більше уваги вивченню особливостей гендерних соціальних стереотипів.

Дослідження проблеми формування вікових соціальних стереотипів через рекламні бренд-образи людей похилого віку становить значущий аспект наукового аналізу. Аналізуються різновиди телевізійної рекламної продукції, де визначеною групою акторів виступають представники похилого покоління.

Поняття «стереотип» у цьому контексті розглядається як усталені елементи свідомості, що проявляються в уявленнях та оціночних судженнях стосовно конкретного об'єкта, групи або соціального явища. Позитивні властивості соціальних стереотипів включають здатність скорочувати час, необхідний для прийняття рішень у ситуаціях, які повторюються. Однак

консервативний характер деяких стереотипів може ускладнювати адекватне прийняття рішень в реальних ситуаціях.

Це дослідження розглядає, як рекламні бренд-образи, що використовують похилих людей як головних героїв, можуть впливати на формування соціальних стереотипів щодо цієї групи населення. Аналіз типів телевізійної реклами, в яких визначеною метою є привертання уваги до товарів або послуг за участю похилого покоління, є ключовим елементом для розуміння впливу реклами на формування уявлень та стереотипів в суспільстві.

У сучасному суспільстві виявляється значна кількість різноманітних стереотипів, які стосуються різних груп населення, включаючи людей похилого віку. Ці стереотипи можуть бути як позитивними, так і негативними за своєю спрямованістю. Однак наукові дослідження підтверджують, що у загальній структурі соціальних стереотипів переважають ті, які мають негативний характер.

Аналіз соціологічних досліджень, проведених К.В. Познанською, свідчить про те, що «вікові стереотипи є найбільш стійкими, оскільки, будучи вбудованими в культурні фактори, вони можуть існувати навіть незалежно від індивідуального досвіду та навіть визначати його» [37, с. 345]. Стереотипи, пов’язані з похилими людьми, формують узагальнюваний комплекс негативних уявлень про труднощі, пов’язані із похилістю, такі як самотність, бідність, обмежена соціальна мобільність, власна неспроможність та потреба в догляді й підтримці з боку державних інституцій.

Цільові образи похилої та старої людини, що складаються в уявленнях молодого покоління, виявляють відмінності, але обидва образи в цілому є малопривабливими. Негативні стереотипи особливо яскраво виражаються в сприйнятті старших груп населення. Важливо подальше дослідження цього явища для розуміння його впливу на суспільство та розроблення стратегій подолання цих стереотипів.

Безумовно, важливо враховувати, що вікові соціальні стереотипи, аналогічно до всіх інших, утворюють спрощений та емоційно забарвлений

образ, оскільки вони не мають чітких меж (особа може відносити себе до певної вікової групи, якщо тільки вона сама себе до неї включає). Важливо зауважити, що наявність інформації про попередній віковий стан та передчуття наступного не звільняє людину від усталених соціальних стереотипів.

Як стверджується в дослідженні [16, с. 154-158], соціальні стереотипи та настанови впливають на вибір стратегій соціальних взаємодій соціального суб'єкта. Однак, вони не є непохитними утвореннями і можуть піддаватися модифікації та трансформації при наявності відповідності у готовності суспільства чи окремих його членів. Важливо зауважити, що руйнування або зміна соціальних стереотипів є надзвичайно складним процесом.

Один із індикаторів стереотипних уявлень про структуру суспільних відносин та місце похилих людей у цій структурі виявляється через аналіз реклами на ринку. Хоча головна мета реклами полягає в просуванні товарів та створенні попиту на них, вона, за словами вчених, є важливим аспектом сучасної культури, який враховує різні сфери суспільного життя: соціальні, культурні, правові та інші. Зацікавленість реклами виробляється і як вид мистецтва, проте мистецтво, спрямоване на широку аудиторію та відображає реалії масової культури [6, с. 128-134].

Реклама, як вид мистецтва, не потребує спеціальної підготовки для розуміння її змісту. Її сюжети прості, слогани доступні та легко запам'ятовуються, а концептуальний образ «об'єкт реклами – людина» надає особистий характер сприйняттю. З без перебільшення можна стверджувати, що в сучасному світі реклама стала наймасовішим видом мистецтва.

Як будь-який інший вид масової культури, реклама транслює в суспільство готові моделі поведінки та стереотипні уявлення про хороше та погане, престижне та непрестижне. Вона формує не лише споживчі вподобання, але й уявлення про соціальні відносини та взаємодію в суспільстві загалом. З певною мірою, реклама є конденсованим вираженням сучасності, що акумулює досвід і відчуття всього суспільства. Таким чином, реклама одночасно є

відбитком стереотипних образів та уявлень суспільства і механізмом для їх формування.

Особливістю реклами, яка є різновидом культури, є вербальний фон, що тісно пов'язаний з конотаціями, включаючи зображення та звук. Стереотипи, представлені в рекламі, надають споживачам об'ємний, багатоплановий та практичний вираз, що, при багаторазовому повторенні, створює враження реальності. Таким чином, реклама стає об'єктом нашої уваги, оскільки, як особливий вид мистецтва, вона одночасно формує та віддзеркалює стереотипні уявлення суспільства.

Одними з ключових стереотипів, які пропонує реклама, є успішність та престиж. Реклама часто пропонує споживачеві готові рішення, які не вимагають аналізу, а успішність асоціюється з дорогими брендовими марками, такими як дорогі автомобілі, вишуканий одяг та парфуми. Вдосконалюючи ці продукти, реклама створює образ престижності, пов'язаний зі здоров'ям, молодістю та високим соціальним статусом.

В контексті української реклами особливу увагу приділяють стереотипам, пов'язаним з молодістю та престижем. Я.В. Яненко наголошує, що українська реклама активно позиціонує молодь як важливу цінність. Це виявляється у підтримці ідеї тривалого збереження молодості за допомогою рекламованих товарів і послуг. У такому контексті молодь стає головними героями сучасної української реклами, а сама молодість позиціонується як ключова цінність, яку слід підтримувати та зберігати [58, с. 611-618].

Процес формування стереотипів у рекламі відзначається наявністю стійких та добре впізнаваних аудиторією конотацій, таких як слогани «керуй мрією», «ти цього варта» та інші. Крім того, важливу роль у цьому процесі відіграє відеоряд, особливе значення в якому приділяється так званим бренд-персонажам. Термін «бренд-персонаж» визначає образ, який виступає посередником між брендом та цільовою аудиторією. Головне завдання бренд-персонажа полягає у встановленні оптимальної комунікації між брендом і

споживачем, в той час як створення емоційно-видовищної картинки є ключовим елементом цього процесу [27, с, с. 263-264].

Бренд-персонаж є персоніфікованим образом, який асоціюється у свідомості споживача з конкретним товаром або виробником, що є фундаментальним правилом успішної реклами. Його характеризують лаконічність, схематичність та наочність образу, а також позитивність і емоційність. Ці характеристики дозволяють творцям реклами формувати не лише уявлення про товарні переваги, але й стереотипи сприйняття суспільства.

Важливо відзначити, що рекламний образ, як правило, має мало спільного з реальністю та фактичними характеристиками товару. Основою для створення будь-якої реклами є маніпулятивна вигадка та психологічний вплив з метою формування переконань чи переваг, які можуть бути новими для свідомості людини. Унікальністю рекламного образу, особливо бренд-персонажу, є його багаторазове повторення, яке сприяє стійкому запам’ятовуванню та підтримує просування бренду, торгової марки або товару на ринку. Реклама завжди прагне бути позитивною, оскільки її метою є створення стереотипного, поважного та наочного образу.

Рекламу, в якій відіграє провідну роль похила людина в якості бренд-персонажа, можна класифікувати за три типами [7, с. 337]:

1) Образ похилої особистості із вираженою успішністю та позитивністю.

2) Позитивна реклама, яка не акцентує увагу на персонажі, але зосереджена на продукті, який вона споживає.

3) Архаїзація образу похилої людини.

Зазначений у першому пункті тип рекламної продукції в телевізійних рекламах практично не знаходить широкого відображення. На ринку можна виокремити лише декілька прикладів такого роду телевізійної реклами. Наприклад, в рекламі мобільної мережі «Vodafone», похила людина є обличчям кампанії, де дідусь легко володіє комп’ютерною технікою та слідкує за своїми онуками через інтернет.

Другий тип реклами, де імідж створюють люди похилого віку, проявляється у рекламі лікарських препаратів. Ці рекламні ролики виглядають позитивно, проте позитивні емоції пов'язані не безпосередньо з персонажем, а з рекламованим продуктом. Загалом, образ похилої людини асоціюється із різноманіттям захворювань і дисфункцій організму. Практично всі рекламні сюжети, де похила людина виступає бренд-персонажем у рекламі лікарських засобів, побудовані на принципі: позитив – загроза – позитив.

Необхідно врахувати, що існує потенціал для більшого розширення дослідження цієї теми, особливо у контексті впливу реклами на уявлення та сприйняття похилої людини у сучасному суспільстві.

Цей тип реклами відтворює концепції та уявлення авторів-творців щодо похилого покоління, одночасно формуючи уявлення споживачів про людей передпенсійного та пенсійного віку як неповноцінних учасників соціуму, залежних від дорогих ліків та препаратів для активного життя. Слогани, які вдягають ці зображення, лише утверджують цей стереотип: «У нашому віці все можливо», «Чому ти себе не бережеш, мамо?», «За серцем треба стежити» та інші.

Цікавим явищем є поява телевізійної реклами молочного продукту «Геролакт», спрямованого спеціально на людей похилого віку. У цьому рекламному ролику, виконаному у техніці мультиплікації, представлені похилі особи, які ведуть активний спосіб життя та відчувають радість від турботи близьких.

Щодо третього типу рекламного продукту, де похилі люди виступають як основні бренд-персонажі, слід зазначити архаїзацію образу людини похилого віку. Цей образ є загальним і лишеним індивідуальних рис (наприклад, реклама приладу для цифрового телебачення Т-2). Збірний образ бабусі з типовими рисами, такими як зачіска в низький пучок волосся, в'язання та домашні тапочки, служить обличчям для реклами. Також можна вказати на інший приклад, де збірний образ дідуся пов'язаний з святом та вживанням алкоголю (серія відеороликів, які рекламують горілку «Малинівка»). Ці стилізовані

образи, хоча й нереалістичні в реальному житті, сприймаються як стереотипні та, в цілому, позитивні, що сприяє довірі до продукту.

Зведений перелік рекламних наративів, в яких старший вік втілюється у бренд-персонажа, надзвичайно обмежений. Навіть при тому, що сучасне рекламне середовище переповнене різноманітними соціальними стереотипами, вони, на відміну від гендерних, до речі ще охоплюють вікові відмінності. Загальна тенденція успіху у рекламі та життєвий образ похилої людини, виявляється, мало сумісні. Важливі якості представників похилого покоління, такі як мудрість і життєвий досвід, залишаються поза увагою рекламних творців.

Аналізуючи гендерно та демографічно зорієнтовані рекламні текстів, науковці виводять висновок: «В Україні лише кілька людей розглядає похилі покоління як перспективний сегмент ринку. Пенсіонери є особливою аудиторією: з одного боку, вони мають обмежену купівельну спроможність, на відміну від молодої та активної аудиторії, але, з іншого боку, вони довіряють рекламі більше і легше віддаються її впливу. Реклама для цього вікового сегменту повинна бути невимушеною та з привабливим сюжетом» [47, с. 121-133].

Оскільки похилі особи представляють собою унікальну аудиторію споживачів рекламної продукції, текстові та візуальні компоненти повинні бути створені з урахуванням особливостей їх сприйняття. Підкреслюється необхідність розробки матеріалів, які враховують специфіку цільової групи, зокрема, їхніх уподобань та особливостей комунікації.

Реклама є активним фактором, що визначає світогляд та стиль життя, тому великою мірою важливо формулювати соціальні стереотипи успішного, забезпеченого та оточеного турботою старості. Ці уявлення накопичуються у молоді як готова основа для проекції у реальних ситуаціях, і молоді люди починають втілювати рекламні моделі поведінки у своєму житті. З іншого боку, важливо формувати у похилого покоління соціальний стереотип активного,

творчого довголіття, який враховує не лише збереження здоров'я, але й прагнення бути соціально активними громадянами.

Це призводить до парадоксальної ситуації, де суспільство стрімко старіє, але стереотипні уявлення, які формуються рекламою і відображаються нею, не надають похилім людям належного місця. Популяризація позитивного образу похилої людини, в тому числі через рекламу, подолання вікових упереджень і негативних стереотипів старості є ключовим завданням, вирішення якого визначатиме спадкоємність поколінь і майбутнє благополуччя суспільства.

Видається перспективним ретельне дослідження формування вікових соціальних стереотипів через засоби реклами, порівняння їх з європейськими прикладами, де люди похилого віку виступають у ролі бренд-персонажів. Цей аналіз відкриє перед нами можливість глибшого розуміння того, як рекламні повідомлення впливають на формування уявлень про старість та похилість в різних культурних контекстах. Визначення механізмів цього впливу дозволить не лише краще осмислити вплив реклами на формування стереотипів, а й стане важливим кроком у розробці стратегій, які сприятимуть позитивному визначенню та подоланню вікових упереджень. Урахування культурних особливостей у рекламному контенті може визначати успіх або невдачу в формуванні образу похилого покоління як активних, творчих та цінних членів суспільства.

ВИСНОВОК

Магістерська робота розкрила глибокий аналіз соціальних стереотипів старості в українському суспільстві. В ході дослідження були ретельно розглянуті та проаналізовані теоретичні аспекти, а також проведено емпіричні дослідження, спрямовані на виявлення ключових аспектів впливу соціальних стереотипів на сприйняття та соціальний статус осіб похилого віку.

В першому розділі роботи детально вивчено сутність «соціального стереотипу» і «стереотипу старості», а також визначено їхню роль у сприйнятті осіб похилого віку. Розглянуті правові аспекти соціальної роботи в Україні та механізми обов'язкового державного пенсійного соціального страхування, спрямовані на забезпечення соціального захисту цієї категорії населення.

Другий розділ магістерської роботи присвячений дослідженню соціального статусу та стереотипів похилого віку в українському суспільстві. Виявлено вплив соціокультурних стереотипів на життя людей старшого віку, проаналізовано погляди молоді на осіб похилого віку та вивчено стереотипізацію похилих людей у телевізійній рекламі та її вплив на соціокультурні уявлення глядачів.

Отримані результати свідчать про актуальність і важливість вивчення соціальних стереотипів старості в українському суспільстві. Встановлено, що ці стереотипи суттєво впливають на різні аспекти життя людей похилого віку, формуючи їхні соціальні ролі та ідентичність. Важливість правового забезпечення та соціальних програм підтримки старшого покоління визнана як ефективний інструмент для подолання негативних стереотипів та забезпечення гідного життя громадян похилого віку.

Дослідження також підкреслило вплив телевізійної реклами на формування стереотипів про похилість та її роль у суспільстві. Отже, важливо усвідомлювати відповідальність засобів масової інформації у формуванні позитивного ставлення до старості.

Загальний висновок полягає в тому, що подальше вивчення та усвідомлення соціальних стереотипів старості є важливим для побудови справедливого та підтримуючого суспільства, де гідність та потреби людей похилого віку з находяться в центрі уваги.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Березіна О.О. Ейджизм у суспільстві: проблеми пізнього віку // Психологічна теорія і технологія навчання. за ред. С.Д. Максименка, М.Л. Смульсон, 2008. Вип. 5. URL: http://www.psyscience.com.ua/department/zbirnyk2008

2. Блінова О.Є. Роль соціальних стереотипів у регуляції поведінки особистості. Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В.О. Сухомлинського. Сер.: Психологічні науки, 2013. Т. 2, Вип. 10. С. 37–41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvmdups20132108

3. Блінова О.Є. Соціальні стереотипи як прояв соціального мислення. Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г.С. Костюка НАПН України. К.: Фенікс, 2014. Т. 11. Вип. 9. С. 107–118.

4. Блумер Г. Суспільство як символічна інтеракція. Сучасна зарубіжна соціальна психологія: тексти / за ред. Т.М. Андрєєвої, М.М. Богомолової, Л.А. Петровської. Вид во МГУ, 1984. С. 173-179.

5. Вебер М. Протестантська етика і дух капіталізму. Вибрані твори: пер. з нім. / упорядк., общ. ред. і післясл. Ю.М. Давидова ; перед. пл. П.П. Гайденка. Москва: Прогрес, 1990. С. 45-55.

6. Волинець О.О. Реклама як вид мистецтва. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 7. Релігієзнавство. Культурологія. Філософія: зб. наукових праць / ред. рада: В.П. Андрущенко (голова). К.: Видавництво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2012. Вип. 28(41). С. 128–134. URL: http://enpuir.npu.edu.ua/handle/123456789/2590.

7. Гімонд, С. Групова соціалізація та упередження: Соціальна передача міжгрупових поглядів та переконань. Європейський журнал соціальної психології, 2010. 30(3), 335—354.

8. Глобальні питання порядку денного ООН. URL: https://www.un.org/ru/global issues

9. Гофман А.Б. Солідарність чи правила, Дюркгейм чи Гаєк? Про 2 форми соціальної інтеграції. Соціологічний ІНІОН РАН; Кафедра загальної соціології НІУ ВШЕ, 2013. С. 97-111.

10. Грабовенко Н.В. Методичні рекомендації щодо забезпечення самостійної роботи студентів з дисципліни «Методи соціальної роботи» (для бакалаврів). К. : МАУП, 2018. 48 с.

11. Григораш Г.В., Григораш Т.Ф., Субачов І.Т. Системи соціального страхування зарубіжних країн: Навчальний посібник. Дніпропетровськ: ДДФА, 2007. 146 с.

12. Дюркгейм Е. Соціологія: Її предмет, метод, призначення. ТЕРРА Книжковий клуб, 2008. 400 с.

13. Ейджизм в Україні: круглий стіл 20.07.12 / Харківський ін т соціальних досліджень. URL: http://khisr.kharkov.ua/index.php?id=1342780581

14. Кірнос І.О., Економічна активність людей похилого віку: різноманіття ракурсів. Кременчуцький національний університет імені М. Остроградського. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, 2017. С. 72-77.

15. Клименюк Н.В. Відношення до старості в різних культурних традиціях: історичний аспект / Н.В. Клименюк // Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво Могилянська академія». Сер. : Педагогіка, 2010. Т. 123, Вип. 110. С. 53-58.

16. Колісник О.В. Соціальні стереотипи в реаліях сучасного суспільства. Грані, 2015. №10(1). С.154–158.URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Grani_2015_10_29.

17. Конституція України, 1996, № 30, ст. 141. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254к/96 вр#Text

18. Конт О. Дух позитивної філософії. Адель, 2007. 338 с.

19. Краснова О.В. Стереотипи літніх і ставлення до них. Психологія зрілості та старіння, 1998. №1. С. 10-24.

20. Кубіцький С.О. Сучасні технології соціальної роботи: світовий досвід та тенденції розвитку в Україні: монографія / Національний університет біоресурсів і природокористування України. Київ: Міленіум, 2015. 320 с.

21. Кухта М. Взаємозв'язок життєвих проблем і перспектив людей похилого віку: соціологічний аналіз. Соціальні технології. Актуальні проблеми теорії та практики: зб. наук. пр. Запоріжжя: КПУ, 2016. Вип. 67 68. С. 139-141.

22. Кухта М.П. Теоретичні передумови конструювання життя сучасною особистістю. Соціологічний аналіз сучасних соціокультурних процесів: колективна монографія / наук. ред. В.В. Танчер, Київ. нац. ун т культури і мистецтв. Київ: Вид. центр КНУКіМ, 2017. С. 204-243.

23. Кухта М.П. Шляхи запобігання виключенню людей старшого віку із соціального життя // Соціальні технології. Актуальні проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2018. Вип. 77. С. 176-186.

24. Кухта М. Соціальний потенціал людей старшого віку в Україні. Київ : КНУКіМ, 2018. 304 с.

25. Лібанова Е., Курило І. Що очікувати українцям до 2050 року? / Елла Лібанова, Ірина Курило // Урядовий кур'єр. 31 січня 2012.

26. Ліппман У. Громадська думка / У. Ліппман; пер. з англ. Т.В. Барчунова, під ред. К.А. Левінсон, К.В. Петренко. М.: Ін т Фонду «Громадська думка», 2004. 384 с.

27. Марочкіна С.С. Вегенер Ю.С. Комунікативні можливості реклами. Науковий вісник. 2014. № 1(125). С. 263-264.

28. Мартинюк І., Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. Харків, 2015. Вип. 21. С. 13-18.

29. Мацкевіч Ю.Р. Соціальна робота з людьми похилого віку: навчальний посібник / Державний вищий навчальний заклад «Запорізький національний університет» Міністерства освіти і науки України. Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2014. 339 с.

30. Механізми виникнення геронтологічних стереотипів / Елютіна М.Е., Тейн П., Великий П.П. та ін. Інтегрована старість: практики соціальної участі: монографія. Наука, 2007. С. 63-75.

31. Мід Дж. Г. Вибране: зб. перекладів / РАН. ІНІОН. Центр соціал. наук. інформ. досліджень. Відд. соціології та соціал. психології; упоряд. і перекладач В.Г. Ніколаєв; відв. ред. Д.В. Єфременко. Москва, 2009. 290 с.

32. Міжнародний фонд «Відродження». URL: https://www.irf.ua

33. Онишко С.В., Шевчук Ю.В. Особливості функціонування моделей фінансування медичного страхування. Економічний вісник. Серія: фінанси, облік, оподаткування. Ірпінь, 2019. Вип. 3. С. 171–179.

34. Паніна Н. В. Проблеми соціальної адаптації людей похилого віку до статусу пенсіонера : автореф. дис. канд. філософ. наук. ІСД АН СРСР, 1980. 22 с.

35. Парсонс Т. Поняття суспільства: Компоненти та їхні взаємовідносини. Теоретична соціологія: антологія / за ред. С.П. Баньковської. Книжковий дім «Університет», 2002. Ч. 2. С. 3-8.

36. Парсонс Т. Система сучасних суспільств. Москва : Аспект Прес, 1997. 270 с.

37. Познанська К.В. Соціальне становище літніх людей та ставлення до старості в українському суспільстві очима молоді. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи», Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, 2017 р. Вип. 39. С. 340-345.

38. Про соціальні послуги. Закону України. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2671 19#Text

39. Психологія людини від народження до смерті / за ред. А.Н. Реана. Прайм Еврознак, 2001. 656 с.

40. Смирнова Т.В. Люди похилого віку: стереотипний образ і соціальна дистанція. Соціологічні дослідження, 2008. № 8. С. 49-55.

41. Смолькін А.А. Парадокси ставлення до літніх людей / А.А. Смолькін // Соціологічний журнал, 2008. № 3. С. 106-111.

42. Смолькін А.А. Повага до старості: соціологічна концептуалізація / А. А. Смолькін // Соціологія влади, 2014. № 3. С. 31-35.

43. Смолькін О.О. Ставлення до старості в контексті міжпоколінних взаємодій / О.О. Смолькін // Тези доповідей і виступів. «Глобалізація і соціальні зміни»: у 16 т.: Т. 15. М.: Альфа М, 2006. С. 51-55.

44. Сопко Р.І. Потреби людей похилого віку: теоретико методологічні підходи до дослідження і проблеми реалізації / Р.І. Сопко // Науковіпраці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу «Києво Могилянська академія». Серія : Соціологія, 2014. Т. 244, Вип. 232. С. 115 - 119.

45. Старикова М.М. Вимушені та обрані сімейні ролі літніх людей: соціологічний аналіз. Альманах сучасної науки та освіти. Тамбов: Грамота, 2010. № 1 (32). Ч. 2. С. 165-171.

46. Тащева А.І. Проблема старості: соціокультурний феномен. Психологія старості та старіння: хрестоматія / упоряд. О.В. Краснова, А. Г. Лідерс. Академія, 2003. С. 43-45.

47. Тєлєтов, О.С. Особливості гендерно та демографічно орієнтованих рекламних текстів / О.С. Тєлєтов, С.Г. Тєлєтова, А.С. Булатова, О.С. Река. Маркетинг і менеджмент інновацій, 2016. № 4. С. 121–133.

48. Тополь О.В. Теоретичний аналіз дослідження старості: соціологічний підхід / О. В. Тополь // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії, 2008. Вип. 34. С. 145-153.

49. Тополь О. Демографічне старіння в контексті формування стратегій соціальної підтримки літніх людей / О. Тополь // Вісник Інституту розвитку дитини. Серія : Філософія, педагогіка, психологія, 2015. Вип. 38. С. 55-61.

50. Фещук В.В. Історичні засади правового забезпечення пенсійного та соціального страхування. Серія ПРАВО, 2013. Вип. 22. Час. І. Том 2. С. 246-249.

51. Фойгт Н.А. Державне управління охороною суспільного здоров'я в умовах демографічного старіння в Україні: монографія / Національна академія державного управління при Президентові України. Київ: ДКС Центр, 2011. 319 с.

52. Фур'є Ш. Вибрані твори / пер. з фр. і ком. І. І. Зільберфарба; Вид-во Академії наук СРСР, 1951. Т. І. 427 с.

53. Чайківська Д.Р. Визначення потреб у соціальних послугах в Україні. Дослідження Карітасу України на замовлення Мінсоцполітики України. Львів: «Друкарські пуншти», 2015. 76 с.

54. Чеканова Е.Є. Соціальні процеси старіння: структуралістсько конструктивістський аналіз. Наукова книга, 2004. 309 с.

55. Шевченко З.В. Поняття соціального стереотипу на основі праці Уолтера Ліппмана «Суспільна думка». «Нові завдання суспільних наук у XXI столітті»: Матеріали міжнародної науково практичної конференції (м. Київ, Україна, 7–8 листопада 2014 року). Київ: ГО «Київська наукова суспільнознавча організація», 2014. С. 80–82.

56. Шерман О.М. Подолання негативних стереотипів свідомості як складова частина професійної підготовки майбутнього соціального працівника. Львівський державний університет безпеки життєдіяльності, 2016. С. 3.

57. Шмадер, Т., Джонс, М., & Форбс, К. Інтегрована модель процесу впливу стереотипних загроз на продуктивність. Психологічний огляд, 2008 115 (2), 336—356.

58. Яненко Я.В. Репрезентація культурних стереотипів в українській рекламі. Діалог мов – діалог культур. Україна і світ. Збірник матеріалів Четвертої міжнародної наукової інтернет конференції з україністики. Verlag Otto Sagner. – Munchen – Berlin – Leipzig – Washington, 2014. С. 611–618. URL: http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/37731.

59. Attitudes about Aging: a global perspective. Washington (DC): Pew Research.

60. Davydenko G.V. Inclusion and psycho-physical disability from the point of view of pupils and students as a psychological and pedagogical problem / G.V. Davydenko // Psychological and pedagogical problems of rural school : collection of scientific papers of Pavlo Tychyna Uman State Pedagogical University / ed. by N.S. Pobirchenko (head editor) and others. - Uman: FOP Zhovtyi O.O., 2014. - Issue 50. - C. 126-132.

61. Schutz A. The Problem of Social Reality. Dordrecht, Kluwer Academic Publishers, 1962. 360 p.