НАДРУКОВАНО: Політологія: навчальний енциклопедичний словник довідник для студентів ВНЗ І-IV рівнів акредитації / За наук. ред. д-ра політ. н. Хоми Н. М. [В. М. Денисенко, О. М. Сорба, Л. Я. Угрин та ін.]. – Львів : «Новий Світ – 2000», 2014. – С.521

Політичний стереотип (від грецьк. stereos – твердий, typos – відображення та politike – політика) – різновид соціального стереотипу; комплексне уявлення, пов'язане з політ. сферою життя, яке може бути виражене у формі візуального образу або судження, і характеризується когнітивним спрощенням, стійкістю форми та емоційним забарвленням. (Напр.: «політика – брудна справа», «у всіх проблемах винна певна політ., партія», «сильний політ.лідер вирішить усі проблеми» тощо). **П.с.** традиційно трактують як елемент політ.культури, а також як складову масової свідомості; останнім часом набуває популярності підхід до **п.с.** як до стійкого елемента інформаційного процесу.

Засновником теорії стереотипів вважають амер. журналіста і політолога У.Ліппмана, який вжив поняття, запозичене з друкарської термінології, на означення певного явища психічної діяльності людини. Поняття «стереотип» почали активно використовувати у 1920-30-ті рр. в США у процесі досліджень проблем формування громадської думки. На перших етапах дослідження стереотипи, у тому числі пов'язані з політ. сферою життя, досліджувалися у рамках соціології як чинники, що впливають на громадську думку (Р.Бінклі, Д.Кац, К.Брейл, Д.Креч), та в рамках соціальної психології – як чинники міжгрупових відносин (Г.Оллпорт, Дж.Фішман, М.Ріхтер, Є.В.Вайнек, Р.Крачфільд, Г.Теджфел). У 1948 р. амер. Д.Креч та Р.Крачфільд вперше ставлять питання про розмежування соціологічного та психологічного підходів до стереотипів. Виокремлення **п.с**. пов'язане з ім'ям амер. соціолога Р.О'Хари («Медіа для мільйонів» (1961)), на думку якого стереотип є наслідком впливу на соціальну сферу ЗМІ. У сучасній зах. політ. науці переважає дослідження прикладних аспектів **п.с**., зокрема, його ролі у виборчих процесах (Т.Аалберг, А.Тодал Йенссен, Е.Гордон, Дж.Л.Міллер, А.Берінськи, Т.Мендельберг та ін.). З кінця 1950-х рр. починається вивчення **п.с.** науковцями Східної Європи, зокрема, Росії та України (В.Ядов, О.Семендяєва, С.Медвєдєва, Д.Ольшанський, Н.Смирнова, А.Цуладзе, Г.Почепцов, О.Шерман, М.Павлюх та ін.)

П.с. безперервно породжуються в процесі політичної комунікації, функціонуючи в інформаційному просторі як системне явище. Усі **п.с.** певного соціуму утворюють ієрархічну систему, яку очолюють стереотипи-константи, об'єктами яких є основні політичні інститути, а елементи перебувають у комплементарних відносинах. Окрім інституціональних політ. акторів, об'єктами **п.с.** виступають функціональні та соціальні політ.актори, адмін.-терит. одиниці, політ. процеси, політ. норми і т.д.

Структура **п.с.** є складається з форми (зовнішній рівень) і змісту (внутрішній рівень). Зовнішній рівень – це візуальна та/або вербальна оболонка **п.с.**, яка містить центр – кілька найбільш помітних, яскравих ознак, що служать психологічними подразниками, та периферію – очікувані результати у формі події або процесу. Внутрішній рівень **п.с.** – це ядро, тобто те поняття чи образ, на який спиратиметься стереотипізація об'єкта, і варіації – конкретні форми реалізації ядра. Напр., у **п.с.** «у всіх проблемах винна певна політ.партія» ядром буде образ ворога, який у різних соціумах матиме варіації від «це партія шахраїв» до «це партія контрреволюціонерів». Відповідно, центром цього **п.с.** буде символіка та інші характерні риси політ.партії, часто в гіперболізованій формі, а периферією – очікувані дії у діапазоні від порушення етич.засад передвиборчої боротьби до диверсії та державної зради.

Основним джерелом **п.с.** в сучасному соціумі виступають ЗМІ, які створюють та тиражують **п.с.** через інформаційні кампанії із застосуванням маніпулятивних технологій за ініціативою суб'єктів політ.процесу з метою вирішення конкретних політ. завдань, зокрема, забезпечення управлінських процесів через вплив на політ.поведінку мас, підтримку рівноваги політ. системи, а також легітимацію політ. рішень. Серед інших джерел **п.с.** традиційно виокремлюють родину та найближче оточення індивіда; систему освіти, особистий досвід. На думку окремих дослідників, доцільним є зарахування до джерел **п.с.** також тих творів культури та мистецтва, у які поряд із художнім був закладений

ідеологічний компонент. Процес конструювання і трансляції **п.с.** можливий тільки в рамках інтегрального підходу з урахуванням складної системи уявлень, специфіки національної свідомості та культури.

П.с. поділяються на стихійні, які не мають конкретних авторів, та штучні – сформовані внаслідок цілеспрямованої діяльності мас-медіа; на вербальні, тобто репрезентовані за допомогою слів (одного слова чи речення), та образні – репрезентовані за допомогою візуальних моделей (символів); на внутрішньополітичні та зовнішньополітичні, загальнонаціональні та регіональні, короткотермінові і довготривалі тощо. Для практичного використання **п.с.** важливе значення має їх емоц.забарвлення, за яким **п.с.** поділяються на позитивні, які створюють позитивний образ об`єкта та викликають доброзичливе ставлення до нього, і негативні, які вводять об'єкт у негативний емоц.контекст, наділяючи його негативними характеристиками. Дискусійним залишається питання про існування істинних та хибних **п.с.,** оскільки емпірична перевірка інформації ЗМІ, яка служить матеріалом для стереотипізації, практично неможлива для пересічного споживача інформації. *(О.Шерман)*