

СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВОМ



DOI: 10.24290/1029-3736-2025-31-2-7-29

РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ СТЕРЕОТИПОВ В УПРАВЛЕНИИ ПОВЕДЕНИЕМ ЛИЧНОСТИ*

Н.Г. Осипова, докт. социол. наук, проф., зав. кафедрой современной социологии, декан социологического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Ленинские горы, 1, стр. 33, г. Москва, Российская Федерация, 119234**

Настоящая статья посвящена актуальной проблеме — социальному управлению поведением личности, значимая роль в которых отводится социальным стереотипам, в основе которых находится реальный психологический феномен генерализации, обобщения, схематизации данных индивидуального и социального опыта. Автор анализирует происхождение слова стереотип, которым первоначально именовалась плоская или цилиндрическая металлическая пластина, представляющая точное воспроизведение типографского набора, обосновывает причины его метафоризации на наши представления о мире, самих себе и других людях. В обыденной речи слово стереотип означает обобщенное, упрощенное и иногда предвзятое представление о группе людей или явлении, которое формируется на основе жизненного опыта или передается через культурную среду и различные средства информации, что подчеркивает его широкую распространенность на социальные процессы и явления.

В общественных науках все чаще встречается понятие “социальный стереотип” — схематизированный, стандартизированный образ или представление о социальном объекте, обычно эмоционально окрашенное и обладающее высокой устойчивостью. В широкий научный оборот данное понятие ввел У. Липпман в работе “Общественное мнение”. В статье, в систематизированном и последовательном виде раскрыта концепция стереотипов У. Липпмана, а также дифференцированы современные исследования стереотипов, которые опираются на несколько разноплановых подходов. Представители первого подхода делают акцент на негативных аспектах стереотипов. В рамках этого подхода стереотип достаточно часто отождествляется с предвзятыми суждениями, предрассудками и даже патологическими явлениями в общественном сознании. Сторонники второго подхода делают акцент на важности конструктивных — когнитивных свойств и аспектов стереотипов и наделяют последних функциональным значением.

* Начало. Продолжение в № 3 за 2025 г.

** **Осипова Надежда Геннадьевна**, e-mail: ngo@socio.msu.ru

По мнению автора, противоречивость подобных подходов основана на амбивалентной природе как самого стереотипа, так и процесса формирования стереотипов — стереотипизации, что последовательно обосновывается в материале статьи. Механизм стереотипизации основан на человеческой особенности, состоящей в том, что какое-либо явление подвергается предварительной категоризации, после чего наблюдается непосредственно. На самом деле, этот механизм существенно отличается от научных схем упорядочивания мира, которые выражены, например, в процессах “типизации” или “моделирования” — стереотипизация всегда включает в себя оценку, часто эмоциональную, какого-либо объекта или явления. Эта оценка, в свою очередь, зависит от целого ряда факторов, носит необъективный характер, и обладает свойством однозначности.

С одной стороны, стереотипы выполняют определенные социальные и психологические функции, помогая людям быстро ориентироваться в социальном мире и экономить когнитивные ресурсы. С другой стороны, они не только способствуют искаженному, неполному восприятию реальности, но могут реально влиять на индивидуальное поведение в отношении представителей тех или иных социальных групп, и в конечном счете, существенно обуславливают социальное поведение.

Ключевые слова: стереотип, социальный стереотип, У. Липпман, стереотипизация, типичность, когнитивный и оценочный аспекты стереотипов, генерализация, автоматическая активация, культурная обусловленность.

THE ROLE OF SOCIAL STEREOTYPES IN THE MANAGEMENT OF PERSONALITY BEHAVIOR (*Beginning*)

Osipova Nadezda G., Doctor of Sociological Sciences, Professor, Dean of the Faculty of Sociology, Lomonosov Moscow State University, Leninsky Gory, 1-33, Moscow, Russian Federation, 119234, e-mail: ngo@socio.msu.ru

This article is devoted to an urgent problem — social management of personal behavior, in which a significant role is assigned to social stereotypes, which are based on the real psychological phenomenon of generalization, generalization, and schematization of data from individual and social experience. The author analyzes the origin of the word stereotype, which originally referred to a flat or cylindrical metal plate representing an exact reproduction of a typographic set, substantiates the reasons for its metaphorization of our ideas about the world, ourselves and other people. In everyday speech, the word stereotype means a generalized, simplified and sometimes biased idea of a group of people or a phenomenon that is formed on the basis of life experience or transmitted through the cultural environment and various media, which emphasizes its widespread impact on social processes and phenomena. In social sciences, the concept of a “social stereotype” is increasingly common — “a schematized, standardized image or representation of a social object, usually emotionally colored and highly stable”. This concept was introduced into wide scientific use by W. Lippman in his work “Public Opinion”.

In the article, the concept of stereotypes by W. Lippman is revealed in a systematic and consistent way, as well as modern research on stereotypes is differentiated, which is based on several diverse approaches. Representatives of the first approach emphasize the negative aspects of stereotypes. Within the framework of this approach, a stereotype is often identified with preconceived judgments, prejudices, and even pathological phenomena in the public consciousness. Proponents of the second approach emphasize the importance of constructive cognitive properties and aspects of stereotypes and give the latter a functional meaning.

According to the author, the inconsistency of such approaches is based on the ambivalent nature of both the stereotype itself and the process of stereotype formation — stereotyping, which is consistently justified in the article. The mechanism of stereotyping is based on a human trait, which consists in the fact that a phenomenon is subject to preliminary categorization, after which it is observed directly. In fact, this mechanism differs significantly from scientific schemes for ordering the world, which are expressed, for example, in the processes of “typing” or “modeling” — stereotyping always involves an assessment, often emotional, of an object or phenomenon. This assessment, in turn, depends on a number of factors, is biased, and has the property of unambiguity. On the one hand, stereotypes perform certain social and psychological functions, helping people quickly navigate the social world and save cognitive resources. On the other hand, they not only contribute to a distorted, incomplete perception of reality, but can actually influence individual behavior towards representatives of certain social groups, and ultimately significantly determine social behavior.

Key words: *stereotype, social stereotype, W. Lippman, stereotyping, typicality, cognitive and evaluative aspects of stereotypes, generalization, automatic activation, cultural conditioning.*

Проблемы взаимоотношений личности и общества, связанные с анализом повседневной жизни и взаимодействия людей, занимают одно из центральных мест в системе современного социологического знания. При этом акцент на социальной природе человека обусловил не только конкретную демаркацию с философскими, психологическими и социально-психологическими трактовками этого понятия, но и лег в основу методологии, согласно которой конструируется понятие личность в социологии.

В социологии взаимоотношения общества и личности исследуются гораздо шире, а в социологическом дискурсе актуализируется представление о необходимости анализа личности, прежде всего, как представителя определенной культуры, социальной общности и группы, как “субъекта и продукта общественных отношений”¹. Обозначенный аспект актуализирует проблему социального управления поведением личности, которая в настоящее время является

¹ См. подробнее: *Осипова Н.Г. Ренессанс личности в современной социологии: теоретико-методологическая рефлексия // Современная социология: ключевые направления и векторы развития / Под общ. ред. Н.Г. Осиповой. М., 2018. С. 10–70.*

одной из наиболее значимых, но малоизученных проблем с позиций социологической науки.

Вопросы управления человеческим поведением всегда волновали обществоведов, которые предлагали различные управленческие стратегии, хорошо вписанные в их теоретические конструкции. Однако обыденной практикой в жизни современных людей стало управление, целью которого является оказание скрытого на них воздействия для подчинения индивидуального и социального поведения каким-либо специфическим — экономическим, политическим и т.п. интересам. Для подобного воздействия необходимы специальные механизмы, многие из которых создаются искусственно, с помощью новейших, в том числе электронно-цифровых технологий. Но значительная их часть уже заложена в когнитивных свойствах человеческого сознания, апеллирует к эмоциональной сфере человеческой психики. Это обыденные представления, предрассудки, мифы, и, конечно, социальные стереотипы, в основе которых “находится реальный психологический феномен генерализации, обобщения, схематизации данных своего и чужого опыта”².

Слово стереотип образовано посредством сочетания двух греческих слов — “stereos” и “typos”. Первое, в переводе на русский язык, означает “телесный, объемный, твердый”, а второе — “отпечаток”. В русском языке это слово имеет два значения: 1) типографская печатная форма, рельефная копия с набора или клише; 2) прочно сложившиеся, постоянный образец чего-нибудь, стандарт³.

Первоначально стереотипом называлась плоская или цилиндрическая металлическая пластина, представляющая точное воспроизведение типографского набора и служащая для печатания многотиражных и повторных изданий на обычных и ротационных машинах. Авторство термина и изобретения способа книгопечатания с помощью “стереотипа” принадлежит французскому граверу, печатнику и изобретателю в области типографии, создателю шрифтов “нового стиля” Фирмену Дидо. Эти шрифты, отличавшиеся своеобразным рисунком, стали стандартными книжными шрифтами во Франции более чем на столетие и вызвали массу вариантов и подражаний. В 1795 г. Ф. Дидо изобрел процесс стереотипирования, который сначала применил к таблицам логарифмов профессора математи-

² Шихирев П.Н. Стереотип социальный // Социологический словарь / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М., 2010. С. 503.

³ Социологический энциклопедический словарь / Ред.-координатор Г.В. Осипов. М., 1998. С. 345.

ки Жана Франсуа Келле, а затем представил свои новые стереотипы этого издания на выставке промышленных изделий 1798 г.⁴

В современном словесном обороте стереотип — это метафора, пришедшая из типографского дела. Основанием для метафорического переноса данного термина «на наши представления о мире, самих себе и других людях послужило широкое распространение продуктов стереотипии, ограниченное количество элементов, комбинированных в “наборе”, а также их устойчивость»⁵.

В обыденной речи слово стереотип означает обобщенное, упрощенное и иногда предвзятое представление о группе людей или явлении, которое формируется на основе жизненного опыта или передается через культурную среду и различные средства информации, что подчеркивает его социальную обусловленность, а также широкую распространенность на социальные процессы и явления.

Исследования сущности феномена стереотипа, его структуры и функций, а также механизмов формирования стереотипов — стереотипизации, носят выраженный междисциплинарный характер. В первую очередь, они нашли отражение в трудах филологов и социолингвистов, специалистов в области социальной коммуникации. Например, лингвистическое понятие стереотипа охватывает довольно широкий круг явлений, связанных с речевой стереотипностью, а фокус внимания исследователей включает самые разнообразные объекты данной категории. Это штампы, клише, стандартные реплики, фразеологизмы, а также крылатые слова, цитаты, афоризмы, лозунги и т.п., называемые “языковыми и речевыми стереотипами”⁶.

Различные ракурсы рассмотрения феномена стереотипа — политический, поведенческий, мыслительный, культурный или этнокультурный занимают, соответственно, политологов, психологов, культурологов, и, безусловно, социологов, поскольку более глубокое познание социальной сущности стереотипов, способах конструи-

⁴ Дидо Фирмен (Firmin Didot) 1764–1836 гг. (см.: <https://impereur.blogspot.com/2024/06/firmin-didot-1764-1836.html> (дата обращения: 23.02.2025)).

⁵ Щекотихина И.Н. Стереотип: аспекты и перспективы исследования // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2008. № 5 (19). С. 69–80.

⁶ См. об этом: Сорокин Ю.А. Стереотип, штамп, клише: к проблеме определения понятий // Общение: теоретические и прагматические проблемы. М., 1978. С. 133–138; Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку. М., 1996; Никитина С.Е. Стереотипные суждения и речевые клише как культурные барьеры // Речевые и ментальные стереотипы в синхронии и диахронии. М., 1995. С. 81–83.

рования реальности с их помощью невозможно без глубокого социологического анализа.

В общественных науках чаще встречается понятие “социальный стереотип” — “схематизированный, стандартизированный образ или представление о социальном объекте, обычно эмоционально окрашенное и обладающее высокой устойчивостью”⁷. Принято считать, что в широкий научный оборот данное понятие ввел американский писатель, политический обозреватель и журналист Уолтер Липпман (1889–1914) в третьей части “Стереотипы” своей знаменитой работы “Общественное мнение”⁸, изданной в 1922 г. Следует отметить, что на эту работу ссылаются практически все ученые, которые, так или иначе, обращаются к анализу стереотипов. Однако изложение существенной части этой объемной и многогранной работы обычно сводится к произвольно выбранным двум-трем абзацам. В данной связи представляется целесообразным систематизировать, обобщить и последовательно изложить основные положения концептуального подхода У. Липпмана к стереотипам⁹.

Согласно У. Липпману, стереотипы — это свойство человеческого сознания, которое способствует установлению специфической связи между нашим восприятием внешнего мира и реальными, объективными фактами. Эта специфическая связь также имеет субъективный характер: “...даже непосредственные свидетели события не способны объективно описать то, что они наблюдали. Так, судя по всему, очевидец привносит в описание что-то от себя, а потом представляет это как впечатление от описанного события. То есть обычно то, что выдается за объяснение события, в действительности является его видоизменением”¹⁰.

В качестве примера У. Липпман приводит отрывок из книги Ф. ван Лангенхове «Становление легенды: исследование, основанное на немецких рассказах о французских преступниках и “зверствах” в Бельгии». В нем описан специально разыгранный перед группой

⁷ Социологический энциклопедический словарь / Ред.-координатор Г.В. Осипов. М., 1998. С. 345.

⁸ *Lippman W. Public opinion.* N.Y., 1922.

⁹ На русском языке существует несколько версий перевода обозначенной выше книги У. Липпмана, текст каждого имеет определенные отличия. Например: *Липпман У. Общественное мнение* / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. М., 2004; *Липпман У. Общественное мнение* / Пер. с англ. Е. Абаевой. М., 2025. Поэтому в настоящей статье сделан акцент на обобщении самой концепции, вычленении ее сути, что не всегда совпадает с дословными версиями переводов этой работы.

¹⁰ *Липпман У. Общественное мнение.* М., 2004.

зрителей инцидент, произошедший во время праздника-маскарада: "...вдруг дверь распахнулась, и в зал заседания ворвался клоун, а за ним — преследовавший его разъяренный негр с револьвером в руке. Они сошлись в середине зала, и началась драка. Клоун упал, негр наклонился над ним, выстрелил, а затем оба ринулись из зала. Весь инцидент длился не более двадцати секунд"¹¹. Когда присутствовавших (очевидцев) попросили немедленно написать короткое сообщение об увиденном, то оказалось, что четвертую часть описаний признали ложными. Десять ложных описаний могут быть отнесены к категории сказок и легенд; двадцать четыре описания являются полуполегендами; и только шесть примерно соответствуют требованиям точного свидетельства¹². Таким образом, согласно У. Липпману, большинство из сорока опытных наблюдателей, добросовестно написавших отчет об эпизоде, произошедшем у них на глазах, увидели не то, что произошло на самом деле. *Свидетели события увидели собственное стереотипное представление о драке* (курсив наш — Н.О.)¹³.

Генезис формирования подобных стереотипных представлений, а также их природу У. Липпман и попытался раскрыть в шести главах третьей части "Стереотипы", обозначенной выше работы.

Этот ученый утверждал, что любые незначительные факты, которые мы видим, представляются нашему сознанию как "какая-то единая, цветная, жужжащая разношерстная масса"¹⁴, т.е. как нечто смутное и неопределенное. Для того чтобы человек мог эти факты выделять, различать и понимать, им нужно придать определенное, стабильное и непротиворечивое значение. Но характер этого значения зависит от того, кто его привносит. И здесь У. Липпман ссылается на сочинение Дж. Дьюи, в котором тот показывает, насколько могут отличаться определения металла, данные обычным человеком и химиком. Согласно определению дилетанта, для металла характерны "гладкость, твердость, блеск, тяжесть <...> его можно ковать или растягивать, не боясь сломать; можно сделать более мягким путем нагревания и более твердым путем охлаждения; он сохраняет приданную ему форму; не разрушается под давлением". В то же время химик, вероятно, проигнорирует утилитарные и эстетические

¹¹ Весь этот эпизод был инсценирован и даже сфотографирован, отмечал У. Липпман.

¹² Цит. по: *Langenhove F, van. The growth of a legend; a study based upon the German accounts of francstireurs and "atrocities" in Belgium. N.Y.; L., 1916. P. 120–122.*

¹³ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

¹⁴ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

свойства металла и определит его как “любой химический элемент, который взаимодействует с кислородом, образуя оксид”¹⁵.

Таким образом, продолжает У. Липпман, существует связь между нашим восприятием и фактами внешнего мира, но эта связь обычно носит странный характер. Необученный наблюдатель вычленяет из внешнего мира те знаки, которые он может распознать. Знаки являются символами идей, а идеи исполняют роль имеющейся у нас в запасе системы образов. Мы не столько видим данного человека и данный закат, сколько замечаем, что данный предмет — это человек, а данное явление — это закат, а затем переключаем внимание в основном на то, что ассоциируется в нашем сознании с этими предметами¹⁶. Другими словами, в этом процессе задействованы ассоциативные особенности мышления.

Многообразие свойств вещей, то бесконечное количество очертаний, которые принимает объект, обуславливают невозможность восприятия их свойств в ясной и определенной форме. Поэтому в огромном шумном многоцветии внешнего мира мы вычленяем то, что уже было определено нашей культурой, в качестве фиксированных представлений. Мы воспринимаем предметы через стереотипы нашей культуры. Стереотипные образы одалживаются миру искусством, — живописью, скульптурой и литературой, но и моральными кодексами, социальной философией и политической агитацией¹⁷.

Отличительный признак стереотипного образа заключается в том, что он начинает действовать еще до того, как включается разум. Эта форма восприятия накладывает специфический отпечаток на данные, которые воспринимаются нашими органами чувств еще до того, как эти данные достигают рассудка. Стереотип — это нечто незыблемое, <...> ничто так не сопротивляется образованию или критике, как стереотип. Он накладывает свой отпечаток на фактические данные в момент их восприятия¹⁸.

У. Липпман выделяет две причины формирования стереотипов. Первую причину он усматривает в экономии усилий при распознавании предметов окружающего мира, восполнение недостающей информации о них с помощью стереотипов.

Современная жизнь полна пестроты и спешки, кроме всего прочего, очень часто люди, связанные друг с другом жизненно важными

¹⁵ Dewey J. How we think. L., 1909. P. 133.

¹⁶ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

¹⁷ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

¹⁸ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

отношениями, отделены друг от друга значительным расстоянием, как отмечал ученый. И у них нет ни времени, ни возможности для близкого знакомства. Поэтому, усмотрев в каком-то человеке знакомую, свойственную определенному типу черту, мы восполняем отсутствующую информацию о нем с помощью стереотипов, внедряемых в наше сознание: нам рассказывают о мире до того, как мы его видим; мы получаем представление о большинстве вещей до того, как непосредственно сталкиваемся с ними. Другими словами, репертуар стереотипов навязывается человеку извне, до того, как он увидел объект окружающего мира. Так объект маркируется и формируется априорное и нередко предвзятое представление о нем (*предубеждение — в тексте У. Липпмана*. Прим. — Н.О.), а сам репертуар последовательно и авторитетно передается из поколения в поколение.

Вторая причина, по которой люди так часто следуют стереотипам, в то время как могли бы придерживаться и более объективного взгляда на вещи, связана с тем, что системы стереотипов могут служить ядром личной традиции, способом защиты положения человека в обществе. “Они представляют собой упорядоченную, более или менее непротиворечивую картину мира. В ней удобно разместились наши привычки, вкусы, способности, удовольствия и надежды. Стереотипная картина мира может быть не полной, но это картина возможного мира, к которому мы приспособились. Наша система стереотипов — это рамка, шаблон, в котором человек чувствует себя уютно, как в старых, разношенных башмаках”¹⁹, — заключает исследователь. Таким образом, стереотипы, модели и формулы играют существенную роль в построении ментального мира, к которому должен приспособиться формирующийся ум и на который он должен реагировать и “если бы в окружающей человека среде не было никакого практически осмысленного единообразия, то привычка принимать сложившийся ранее образ за новое впечатление вела бы не к экономии усилий, а только к ошибкам. Но поскольку единообразие все-таки существует, то отказ от всех стереотипов в пользу абсолютно наивного подхода к опыту обеднил бы человеческую жизнь”²⁰.

Согласно У. Липпману, “репертуар фиксированных представлений человека достаточно широк. В нем содержатся представления об идеальном жулике, идеальном политике, идеальном урапатриоте, идеальном агитаторе, идеальном враге. При этом наш

¹⁹ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

²⁰ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

стереотипный мир не является обязательно таким, каким бы нам хотелось. Это просто такой мир, какой мы ожидаем увидеть. Если события соответствуют нашим ожиданиям, возникает чувство сходства и мы ощущаем, что мы движемся вместе с ним. Если то, на что мы смотрим, совпадает с тем, что мы ожидали увидеть, стереотип получает дополнительное подкрепление на будущее. Например, человек, который заранее полагает, что японцы хитры и коварны, и, к своему несчастью, наталкивается на двух нечестных японцев, будет и впредь считать всех японцев обманщиками²¹. Дело в том, что важнейшей особенностью стереотипов, их системы, согласно У. Липпману, является то, что она не нейтральна. Это не просто способ замены пышного разнообразия и беспорядочной реальности на упорядоченное представление о ней. Это нечто большее. Стереотипы служат гарантией нашего самоуважения; проецируют во внешний мир осознание нами собственной значимости; защищают наше положение в обществе и наши права. Следовательно, стереотипы наполнены чувствами, которые с ними ассоциируются. Они бастион нашей традиции, и, укрывшись за стенами этого бастиона, мы можем чувствовать себя в безопасности²².

Формирование системы социальных стереотипов, их организация и систематизация, а также интерпретация и управление ими, оказывает серьезное влияние на поведение людей, отмечал У. Липпман. Это целенаправленный процесс: «...большинство из нас опиралось бы в своей жизни на довольно бессистемный и изменяющийся набор стереотипов, если бы сравнительно небольшие группы людей в каждом поколении постоянно не занимались их организацией, стандартизацией и доведением их до уровня логических систем, известных под названием Законов Политической Экономии, Принципов Политики и пр. Ведь все то, что реально циркулирует в ходе истории, — это не системное и объективное представление <...>, а изменяющиеся имитации, реплики, подделки, аналогии и искажения этих представлений в сознании отдельных людей. Так, марксизм — это не обязательно то, что написал Маркс в “Капитале”, а то, во что верят многочисленные воюющие между собой секты, члены каждой из которых считают себя единственно верными его последователями. Из Нового Завета нельзя вывести историю христианства, а из Конституции США — политическую историю страны. Следует анализировать то, как понима-

²¹ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

²² Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

ется “Капитал”, как проповедуется Новый Завет и как трактуются проповеди, как интерпретируется и исполняется Конституция, поскольку существует взаимовлияние между стандартным вариантом интерпретации и вариантом, принятым в настоящее время, то именно принятые и циркулирующие в настоящее время интерпретации влияют на поведение людей. Такая навязанная людям система стереотипов, как правило, является жесткой. И человек, в силу особенностей его мышления, обращает внимание лишь на те факты, которые ее поддерживают, и не замечает те факты, которые ей противоречат»²³.

На наш взгляд, подобный подход хорошо иллюстрирует один из критериев псевдонаучного исследования, выделенных в свое время профессором физики в Университете Мэриленда (США) Р. Ли Парком в книге “Наука колдовства”²⁴. Наличие этих признаков свидетельствует о том, что “результаты и выводы какого-либо исследования, выдаваемого за научное, или достоверное, являются сомнительными. В их числе — объявление какой-либо факта истиной, без учета тех данных, которые свидетельствуют против него”²⁵.

Но с позиций стереотипного мышления “то, что чужеродно, будет отвергнуто, а то, что отличается от традиционных представлений, останется незамеченным. Мы не видим того, что наш глаз не привык принимать во внимание. Иногда сознательно, а чаще неосознанно, мы обращаем внимание только на те факты, которые согласуются с нашей философией”²⁶. “Наша философия, продолжает У. Липпман, включает в себе ряд более или менее систематизированных образов, которые служат для описания невидимого мира. Причем эти образы служат не только для его описания, но и для суждения о нем. Следовательно, стереотипы нагружены преференциями, приятною или неприятною, ассоциируются со страхами, желаниями, влечениями, гордостью, надеждой. Объект, который активизирует стереотип, оценивается в связи с соответствующими эмоциями. За исключением тех ситуаций, когда мы сознательно отменяем в сторону предрассудки, мы не начинаем с того, что изучаем человека, а потом оцениваем его как злодея. Мы сразу же видим злодея”²⁷.

²³ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

²⁴ Park R.L. Voodoo science: the road from foolishness to fraud. N.Y., 2000.

²⁵ Taverner D. The march of unreason. Science, democracy and the new fundamentalism. N.Y., 2006. P. 143.

²⁶ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

²⁷ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

Известно, что если в процессе научного познания сначала добываются достоверные данные, устанавливаются реальные факты, а затем — на основе их обобщения делается обоснованный вывод, то в повседневном мире ситуация иная. В этом мире первоначальным является суждение, которое предшествует получению соответствующих данных. И это суждение уже содержит в себе вывод, который этими данными должен быть подтвержден. Другими словами, данные “подгоняются” под суждение, но тем же самым его истинность оказывается сомнительной. Так и У. Липпман, хотя и не явно, отождествляет, хотя и не полностью, стереотип с предрассудками. “Люди, лишенные предрассудков, люди с абсолютно нейтральным мировоззрением настолько немыслимы в любой достойной внимания цивилизации, что никакая образовательная система не может быть основана на этом идеале. Предрассудок может быть выявлен, облагорожен и учтен. Но так как срок жизни человека ограничен, тот должен за отпущенное ему время получить все сведения, необходимые для освоения обширной цивилизации, поэтому ему не обойтись без предрассудков. Качество его мышления и деятельности будет зависеть от того, являются ли эти предрассудки доброжелательными по отношению к другим людям и идеям, возбуждают ли они скорее любовь по отношению к тому, что явно воспринимается как благо, или ненависть по отношению к тому, что не входит в их представление о благе”²⁸.

Тем не менее, человек в состоянии контролировать процесс формирования стереотипов, если уменьшит ту доверчивость, с которой их использует. Одним из полезных способов уменьшить эту доверчивость является история. Она позволяет нам узнать, какие сказки, учебники, традиции, романы, пьесы, картины, фразы породили тот или иной предрассудок в сознании индивидов²⁹.

В современной научной литературе динамично меняются различные аспекты изучения стереотипов — анализируется воздействие личностных характеристик и психологических особенностей на механизмы стереотипизации, выделяются основные структурно-динамические признаки стереотипов, а также условия и способы их возникновения и формирования. В целом современные исследования стереотипов опираются на несколько разноплановых подходов.

Представители первого подхода делают акцент на негативных аспектах стереотипов. В рамках этого подхода стереотип достаточно

²⁸ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

²⁹ Липпман У. Общественное мнение. М., 2004.

часто отождествляется с предвзятыми суждениями или даже с предрассудками — взглядами и мнениями, основанными на неточном или искаженном знании, чаще всего принимаемом на веру со слов других людей. Например, по мнению отечественного социолога И.С. Кона, “стереотип — это предвзятое, то есть не основанное на свежей, непосредственной оценке каждого явления, а выведенное из стандартизованных суждений и ожиданий мнение о свойствах людей и явлений”³⁰.

Польский социолог П. Штомпка относит стереотип к одной из разновидностей патологических явлений в общественном сознании. Он определяет стереотип как “упрощенный, односторонний, крайне утрированный образ определенной группы, трактующий всех членов этой группы недифференцированно, независимо от их индивидуальных особенностей”³¹. Стереотип чаще всего формируется на основе каких-либо частных, единичных, случайных впечатлений, полученных от контактов с представителями группы; эти впечатления в дальнейшем обобщаются и без всяких на то оснований переносятся на всю группу; наконец, затем они обретают обратную силу, их начинают использовать автоматически, без какого-либо критического анализа, применяя к каждому очередному представителю данной группы. При этом исключается возможность, что кто-либо, принадлежащий к данной группе, может иметь отличные от стереотипа черты. Каждому приписываются те общие черты, которые вытекают из стереотипа, без каких-либо доказательств, без учета контрдоводов³².

Согласно таким авторам как Д. Нахбар и К. Лауз, стереотипы являются составной частью массовой культуры. Они могут быть сформированы на основе возраста (“молодежь слушает рое-н-рол”), пола (“все мужчины хотят от женщины только одного”), расы (“японцы неотличимы друг от друга”), религии (“ислам — религия террора”), профессии (“все адвокаты — жулики”) и национальности (“все евреи — жадные”). Существуют также стереотипы географические (к примеру, “жизнь в маленьких городах безопасней, чем в мегаполисах”), вещевые (например, “германские машины — самые качественные”) и пр. Стереотипы в большинстве случаев носят нейтральный характер, однако при их переносе от конкретного человека на группу людей (социальную, этическую, религиозную,

³⁰ Кон И.С. Психология предрассудка: о социально-психологических корнях этнических предубеждений // Новый мир. 1966. № 9. С. 187–205.

³¹ Штомпка П. Социология. М., 2005. С. 316.

³² Там же.

расовую и пр.), часто приобретают негативный характер. Именно на стереотипах основаны такие явления как расизм, сексизм, исламофобия и пр.³³

Представители второго подхода делают акцент на важности конструктивных, а именно когнитивных свойств и аспектов стереотипов. Они определяют стереотипы как своего рода когнитивную репрезентацию по отношению к определенным социальным группам или другим объектам. С позиций этого подхода, стереотипы не сводятся к “совокупности иллюзорных представлений или предрассудков”, а отражают некую объективную реальность (хотя и с некоторыми искажениями), формируют ее и обеспечивают ее функционирование. Стереотипы — это неотъемлемый атрибут человеческой деятельности, необходимый и важнейший познавательный процесс, сопровождающий поведение человека, как неотъемлемый признак человеческой психики, а стереотипные суждения и оценки — как накопленный общественный опыт, как повторяющиеся явления и свойства, зафиксированные в общественном сознании³⁴. Стереотип выступает как индикатор социальной интеграции и дифференциации социальных групп, являются своеобразным регулятором человеческого поведения. Таким образом, социальный стереотип, “будучи концентрированным выражением социальной установки <...> он выполняет в жизнедеятельности индивида и социальной общности функции регуляции, интеграции и т.п.”³⁵. “Функциональное назначение социальных стереотипов состоит в том, чтобы поляризовать в противоположных образах стороны социального противоречия, психологически мобилизовать на его разрешение силы участников социального процесса”³⁶.

На наш взгляд, противоречивость подобных подходов основана на амбивалентной природе как самого стереотипа, так и процесса формирования стереотипов — стереотипизации. Как сам стереотип, так и процесс стереотипизации всегда включают два аспекта — когнитивный (информационный) и аффективный или эмоционально-оценочный. Первый упрощает людям ориентацию в мире,

³³ Цит. по: *Ворожко К.Д.* Стереотип как социокультурный феномен в трудах отечественных и зарубежных исследователей // *Интерактивная наука: журнал*. 2016. № 6. С. 82–84.

³⁴ *Питерова А.Ю., Тетерина Е.А.* Социальные стереотипы: особенности формирования и изучения // *Наука. Общество. Государство*. 2016. Т. 4. № 1. URL: <http://esj.pnzgu.ru> (дата обращения: 23.02.2025).

³⁵ *Шихирев П.Н.* Стереотип социальный. С. 503.

³⁶ Там же.

а другой — может порождать ошибки социального восприятия, которые ведут к устойчивым предрассудкам³⁷.

Действительно, деятельность людей в различных сферах социальной жизни нередко основана на социальных стереотипах — схематизированных, упрощённых образах того или иного явления действительности, помогающих им ориентироваться среди множества одобряемых обществом моделей мышления и поведения. Как отмечает известный американский психолог Р. Чалдини, “автоматическое, стереотипное поведение, которое у людей фактически превалирует, во многих случаях наиболее целесообразно, а в других — просто необходимо. <...> Очень часто приходится пользоваться стереотипами для классификации вещей в соответствии с немногими ключевыми чертами, а затем реагировать, не задумываясь, когда мы сталкиваемся с той или иной чертой, играющей роль спускового крючка”³⁸.

На когнитивном уровне человек получает сведения об объективных явлениях действительности. Эти сведения трансформируются в стереотипные суждения в том случае, если они представлены “схематизированным и генерализированным содержанием”. Когнитивной базой стереотипов почти всегда является естественное желание человека упрощать любые сложные взаимосвязи и процессы. Такая схематизация окружающей действительности, а нередко и ее искажение, являются важной отличительной чертой стереотипов. Именно поэтому, когда в большом потоке информации люди сталкиваются с явлениями или ситуациями, не требующими подробного и глубокого анализа, запускается механизм стереотипизации. Так, использование стереотипов “предлагает кратчайший прямой путь через сложности современной жизни”³⁹.

Сам механизм стереотипизации основан на человеческой особенности, состоящей в том, что какое-либо явление подвергается предварительной категоризации, после чего наблюдается непосредственно. Иными словами, априорная оценка данного фрагмента реальности предшествует эмпирическому опыту⁴⁰. На самом деле, этот механизм существенно отличается от научных схем упорядочивания мира, которые выражены, например, в процессах «типизации»

³⁷ Кон И.С. Психология предрассудка... С. 187–205.

³⁸ Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, действуй, защищайся. СПб., 2017. С. 19.

³⁹ Чалдини Р. Психология влияния... С. 80.

⁴⁰ Katz D., Braly K. W. Racial stereotypes in one hundred college students // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1933. Vol. 28. P. 288–289.

или “моделирования”, и на содержании которых целесообразно остановиться подробнее.

Целесообразность и упорядоченность окружающего мира (четыре времени года, четыре времени суток и т.п.) в известной степени предопределяет склонность человека к систематизации и классификации, выделению типичного в различных процессах, предметах и явлениях. В конечном счете, человеческий опыт или отдельное переживание, осуществляемое специфическим, отличным от других образом, явились основой для создания самых разных систем типологии. Одной из таких систем является типология личностей, распределение их по аналитически выделяемым типам: “...хотим мы того или нет, все равно пытаемся классифицировать людей, окружающих нас”⁴¹, — отмечают исследователи. Типологизация личностей производится посредством определенных, деперсонализированных и собирательных терминов, включающих характерные для данной личности признаки, имеющие социальное значение. Так говорят: “типичный лентяй”, “типичный неудачник”, “типичный лгун” и т.п. Это своеобразные ярлыки, которые “закрепляются за человеком и определяют отношение к нему”⁴². Однако в отличие от процесса стереотипизации, типологизация оперирует не механизмом упрощения, а наоборот, предполагает активизацию таких мыслительных процессов как анализ и синтез, применение логических методов (индукции и дедукции), специально для этого разработанного факторного анализа. В конечном счете, дифференциация типов, если вести речь о личности, стала предметом научного познания, достаточно быстро оформившегося в известные научные теории⁴³.

В основе процесса моделирования лежит абстрактное представление реальности в какой-либо форме (например, в математической, физической, символической, графической или дескриптивной), предназначенное для рассмотрения определенных аспектов этой реальности и позволяющее получить ответы на изучаемые вопросы.

Моделирование всегда предполагает принятие допущений той или иной степени важности. При этом существуют требования к моделям, которые должны удовлетворяться в процессе их построения. Это:

⁴¹ Шеголев И., Людвич В. 16 типов личности: почерк и характер. Ростов н/Д., 2010. С. 3.

⁴² Там же. С. 4.

⁴³ Allport G.W. Pattern and growth in personality. New Heaven, 1961; Cattell R. Personality: a systematic theoretical and factual study. N.Y., 1950; Eysenck H.G. A model of personality. N.Y., 1981.

- адекватность, т.е. соответствие модели исходной реальной системе и учет, прежде всего, наиболее важных качеств, связей и характеристик;
- точность, т.е. степень совпадения полученных в процессе моделирования результатов с заранее установленными, желаемыми;
- универсальность, т.е. применимость модели к анализу ряда однотипных систем в одном или нескольких режимах функционирования. Это позволяет расширить область применимости модели для решения большего круга задач;
- целесообразная экономичность, т.е. точность получаемых результатов и общность решения задачи должны увязываться с затратами на моделирование и др.

В целом моделирование — это исключительно научный способ познания сложных предметов и явлений окружающего мира. Примером тому служат модели процесса социальной коммуникации, которые существенно облегчают установление сходств и различий между различными видами коммуникации, а также помогают продемонстрировать механизм различных по характеру коммуникативных процессов⁴⁴.

В отличие от типологизации и моделирования, стереотипизация всегда включает в себя оценку, часто эмоциональную, какого-либо объекта или явления. Эта оценка, в свою очередь, зависит от целого ряда факторов и носит необъективный характер, так как часто зависит от стереотипов тех, кто оценивает. При единичной оценке неизбежно упускаются из виду многие объективные признаки оцениваемого субъекта, а получившееся стереотипное суждение наполняется ошибочными представлениями. Кроме того, эта оценка обладает свойством однозначности: по поводу одного и того же объекта не могут одновременно появиться два противоречащих друг другу суждения. “Социальные стереотипы — образы, полярные по знаку оценки, жестко фиксированные, не допускающие малейшего сомнения в его истинности, побуждающие к строго однозначному действию”⁴⁵.

Таким образом, второй аспект стереотипа состоит в том, что стереотипы в большей степени выражают оценочное (позитивное или негативное) отношение к объекту, посредством конструирования соответствующего утверждения. Оценочная окрашенность, как

⁴⁴ См.: *Осипова Н.Г.* Социология массовой коммуникации: Уч. М., 2025. С. 85–106.

⁴⁵ *Шихирев П.Н.* Стереотип социальный. С. 503.

одно из значимых свойств социальных стереотипов, проявляется главным образом в их наглядности, в реальных действиях и поступках людей. Например, стереотип негативного отношения к каким-либо индивидам или группам приводит к напряжению между ними со всеми вытекающими последствиями — от оскорблений до физического насилия.

На наш взгляд, вполне обоснованным представляется подход, согласно которому социальный стереотип — стандартизированный, устойчивый, эмоционально насыщенный, ценностно определенный образ, представление о социальном объекте. В основе социального стереотипа находится реальный психологический феномен генерализации, обобщения, схематизации данных своего и чужого опыта⁴⁶.

Как отмечают исследователи — самая яркая и первостепенная особенность стереотипов — генерализация, их обобщающий характер, который, однако, сводится к упрощенному соединению какого-либо множества явлений, черт, признаков и т.п. При этом несколько характеристик соединяются в один, довольно простой образ, который представляет и выражает сущность предмета или явления. Так, “очень часто, принимая решение относительно кого-либо или чего-либо, мы не используем всю имеющую отношение к делу доступную информацию. Вместо этого мы учитываем только один элемент целого, который кажется нам чрезвычайно важным”⁴⁷. Тем самым люди совершают серьезные ошибки: “...нас нередко призывают верить тому, что нам говорят, или делать то, что нам предлагают. <...> мы используем смех других, чтобы помочь себе решить, что является смешным; глупость имеет место тогда, когда мы поступаем таким образом, слыша явно искусственный смех”⁴⁸.

Еще одной яркой и четкой особенностью стереотипа является предвзятость, которую в свое время убедительно обосновал У. Липпман. Люди априори, не познавая объект, уже имеют к нему сформированное, положительное или отрицательное отношение. Это отношение основано на обобщенном опыте других или личном, но единичном и фрагментарном опыте. Кроме того, они пребывают в полной уверенности, что их негативное отношение к человеку, группе людей или событию вызвано их отрицательными свойствами или плохим поведением. При этом важным механизмом формирования подобной предвзятости является принцип соци-

⁴⁶ Шихирев П.Н. Стереотип социальный. С. 503.

⁴⁷ Чалдини Р. Психология влияния... С. 326.

⁴⁸ Там же. С. 144.

ального доказательства. Согласно этому принципу, “мы определяем, что является правильным, выясняя, что считают правильным другие люди. Мы считаем свое поведение правильным в данной ситуации, если часто видим других людей, ведущих себя подобным образом”⁴⁹.

Еще одним существенным свойством стереотипов является их “ригидность” — стабильность и консервативность на протяжении длительного времени. Стереотипы могут сохраняться даже при наличии опровергающей их информации. Именно поэтому люди со стереотипным мышлением и поведением могут успешно противостоять рациональным доводам, любой информации, направленной на их изменение. “Коль скоро мы приняли какое-то решение в отношении данных вопросов, упрямая последовательность предлагает нам чрезвычайно привлекательную роскошь: мы больше не должны упорно думать над каждой незначительной проблемой”⁵⁰, — подчеркивал Р. Чалдини.

В то же время, ученые отмечают и определенную пластичность, гибкость и подвижность социальных стереотипов — они подвержены трансформации, хоть и медленной, под влиянием объективных социально-экономических и политических факторов. Например, гибкость стереотипов проявляется в корректировке ценностей, установок, мотиваций, моделей поведения в той или иной ситуации. Если человек готов воспринимать информацию, которая не совпадает с его стереотипными представлениями и суждениями, то происходит постепенная “ломка” стереотипного мышления. При этом многие исследователи разделяют мнение, что несмотря на то, что с течением времени стереотипы изменяют свое содержание, полностью исчезнуть не могут, так как выступают инструментами сознания и деятельности.

Стереотип — это социально и культурно обусловленный феномен, следовательно, формирование стереотипов — результат процессов социализации и аккультурации. В ходе этих процессов человек не только начинает осознавать себя членом определенной группы, но и принимает уже существующие социальные стереотипы мышления и поведения данной группы. К этому добавляется принцип социального авторитета, поскольку в обществе существует тенденция принимать без раздумий утверждения и указания индивидов, которые кажутся авторитетами в данной области: “...если так говорит авторитетное лицо, это, должно быть верно”. Вместо

⁴⁹ Чалдини Р. Психология влияния... С. 143.

⁵⁰ Там же. С. 80–81.

того чтобы обратиться к логически обоснованной процедуре аргументированного доказательства, люди позволяют убедить себя за счет простого упоминания статуса “эксперта”⁵¹. Социальные стереотипы, бытующие в том или ином обществе, усваиваются, прививаются в процессе социализации. Некоторые из них становятся “личностными” и регулируют индивидуальное поведение. В то же время человек может сам продуцировать стереотипы (автостереотипы), которые усваивает и передает, в ходе распространения своего социального опыта своему непосредственному окружению (семье, коллегам и т.п.). Но при этом содержание стереотипов в большой степени определяется культурным и историческим контекстом, господствующей идеологией и ценностями общества.

Следует отметить, что мнения исследователей относительно генезиса стереотипов неоднозначны. Одни считают, что стереотипы, бытующие в общественном сознании, общественного сознания создаются специально и действуют на основе какого-либо определенного социального запроса, который полностью зависит от процесса социализации и не предполагает наличия чувственных аспектов восприятия. Другие, наоборот, отводят большую роль чувственному опыту в формировании стереотипа. Третьи, соглашаясь с мнением о стихийности возникновения стереотипного мышления, акцентируют внимание на сознательной поддержке и подпитке стереотипов с помощью априорных суждений, специально внедряемых в массовое сознание. Такие суждения со временем проникают во все сферы жизни (в том числе в политику и искусство) и в итоге приобретают силу нравственного правила или даже закона⁵².

С одной стороны, стереотипы выполняют определенные социальные и психологические функции, помогая людям быстро ориентироваться в социальном мире и экономить когнитивные ресурсы. С другой стороны, подобное упрощение приводит к искаженному, неполному восприятию реальности, сводя ее к набору легко воспринимаемых характеристик, которые приписываются всем членам определенной группы без учета их личных качеств и особенностей. Стереотипам присуща автоматическая активация, которая может происходить спонтанно, без участия сознания и критической оценки, что и становится основой для ошибок социального восприятия, предубеждений и дискриминации. Этот автоматизм делает стереотипы особенно устойчивыми и трудно поддающимися изменению. Люди часто не осознают, что их суждения основаны на стереотипах,

⁵¹ Чалдини Р. Психология влияния... С. 81.

⁵² Мельник Г.С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. СПб., 1996.

и могут рационализировать свои предвзятые мнения, находя им логические объяснения.

К сожалению, стереотипы проявляются не только на уровне суждений и оценок, но могут влиять или реально влияют на индивидуальное поведение в отношении представителей тех или иных социальных групп, а в конечном счете, существенно обуславливают такое социальное поведение, которое принимает нежелательные для общества формы.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Ворожко К.Д. Стереотип как социокультурный феномен в трудах отечественных и зарубежных исследователей // Интерактивная наука: журнал. 2016. № 6. С. 82–84.

Дидо Фирмен (Firmin Didot) 1764–1836. URL: <https://impereur.blogspot.com/2024/06/firmin-didot-1764-1836.html> (дата обращения: 23.02.2025).

Кон И.С. Психология предрассудка: о социально-психологических корнях этнических предрассудков // Новый мир. 1966. № 9. С. 187–205.

Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т.В. Барчуновой. М., 2004.
Мельник Г.С. Mass Media: психологические процессы и эффекты. СПб., 1996.

Никитина С.Е. Стереотипные суждения и речевые клише как культурные барьеры // Речевые и ментальные стереотипы в синхронии и диахронии. М., 1995. С. 81–83.

Осипова Н.Г. Ренессанс личности в современной социологии: теоретико-методологическая рефлексия // Современная социология: ключевые направления и векторы развития / Под общ. ред. Н.Г. Осиповой. М., 2018. С. 10–70.

Осипова Н.Г. Социология массовой коммуникации: Уч. М., 2025. С. 85–106.

Питерова А.Ю., Тетерина Е.А. Социальные стереотипы: особенности формирования и изучения // Наука. Общество. Государство. 2016. Т. 4. № 1. URL: <http://esj.pnzgu.ru> (дата обращения: 23.02.2025).

Прохоров Ю.Е. Национальные социокультурные стереотипы речевого общения и их роль в обучении русскому языку. М., 1996.

Сорокин Ю.А. Стереотип, штамп, клише: к проблеме определения понятий // Общение: теоретические и прагматические проблемы. М., 1978. С. 133–138.

Социологический энциклопедический словарь / Ред.-координатор Г.В. Осипов. М., 1998.

Чалдини Р. Психология влияния. Убеждай, воздействуй, защищайся. СПб., 2017.

Шихирев П.Н. Стереотип социальный // Социологический словарь / Отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М., 2010.

Штомпка П. Социология. М., 2005.

Щеголев И., Людвич В. 16 типов личности: почерк и характер. Ростов н/Д., 2010.

Щекотихина И.Н. Стереотип: аспекты и перспективы исследования // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. 2008. № 5 (19). С. 69–80.

REFERENCES

- Allport G.W.* Pattern and growth in personality. New Heaven, 1961.
- Cattell R.* Personality: a systematic theoretical and factual study. N.Y., 1950.
- Chaldini R.* Psihologiya vliyaniya. Ubezhdaj, vozdejstvuj, zashchishchajsa [Psychology of influence. Convince, influence, defend yourself]. SPb., 2017 (in Russian).
- Dido Firmen (Firmin Didot) 1764–1836 [Didot Firmin (Firmin Didot) 1764–1836].* URL: <https://impeureur.blogspot.com/2024/06/firmin-didot-1764-1836.html> (data obrashcheniya: 23.02.2025) (in Russian).
- Eysenck H.G.* A model of personality. N.Y., 1981.
- Katz D., Braly K.W.* Racial stereotypes in one hundred college students // Journal of Abnormal and Social Psychology. 1933. Vol. 28. P. 288–289.
- Kon I.S.* Psihologiya predrassudka: o social'no-psihologicheskikh kornyah etnicheskikh predubezhdenij [Psychology of prejudice: on the socio-psychological roots of ethnic prejudices] // Novyj mir. 1966. N 9. C. 187–205 (in Russian).
- Lippmann W.* Public opinion. N.Y., 1922.
- Lippman U.* Obshchestvennoe mnenie [Public opinion] / Per. s angl. T.V. Barahunovoj. M., 2004 (in Russian).
- Mel'nik G.S.* Mass Media: psihologicheskie processy i efekty [Mass Media: Psychological Processes and Effects]. SPb., 1996 (in Russian).
- Nikitina S.E.* Stereotipnye suzhdeniya i rechevye klishe kak kul'turnye bar'ery [Stereotypical judgments and speech cliches as cultural barriers] // Rechevye i mental'nye stereotipy v sinhronii i diahronii. M., 1995. S. 81–83 (in Russian).
- Osipova N.G.* Renessans lichnosti v sovremennoj sociologii: teoretiko-metodologicheskaya refleksiya [Renaissance of personality in modern sociology: theoretical and methodological reflection] // Sovremennaya sociologiya: klyuchevye napravleniya i vektory razvitiya / Pod obshch. red. N.G. Osipovoj. M., 2018. S. 10–70 (in Russian).
- Osipova N.G.* Sociologiya massovoj kommunikacii [Sociology of mass communication]: Uch. M., 2025. S. 85–106 (in Russian).
- Park R.L.* Voodoo science: the road from foolishness to fraud. N.Y., 2000.
- Piterova A.Yu., Teterina E.A.* Social'nye stereotipy: osobennosti formirovaniya i izucheniya [Social Stereotypes: Features of Formation and Study] // Nauka. Obshchestvo. Gosudarstvo. 2016. T. 4. N 1. URL: <http://esj.pnzgu.ru> (data obrashcheniya: 23.02.2025) (in Russian).
- Prohorov Yu.E.* Nacional'nye sociokul'turnye stereotipy rechevogo obshcheniya i ih rol' v obuchenii russkomu yazyku [National Sociocultural Stereotypes of Speech Communication and Their Role in Teaching the Russian Language]. M., 1996 (in Russian).
- Shchegolev I., Lyudvich V.* 16 tipov lichnosti: pochерk i harakter [16 personality types: handwriting and character]. Rostov n/D., 2010 (in Russian).
- Shchekotihina I.N.* Stereotip: aspekty i perspektivy issledovaniya [Stereotype: aspects and prospects of research] // Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. 2008. N 5 (19). S. 69–80 (in Russian).
- Shihirev P.N.* Stereotip social'nyj [Social stereotype] // Sociologicheskij slovar' / Otv. red. G.V. Osipov, L.N. Moskvichev. M., 2010 (in Russian).
- Shtompka P.* Sociologiya [Sociology]. M., 2005 (in Russian).
- Sociologicheskij enciklopedicheskij slovar' [Sociological encyclopedic dictionary] / Red.-koordinators G.V. Osi-pov. M., 1998 (in Russian).*

Sorokin Yu.A. Stereotip, shtamp, klishe: k probleme opredeleniya ponyatij [Stereotype, Stamp, Cliché: on the Problem of Defining Concepts] // *Obshchenie: teoreticheskie i pragmaticheskie problemy*. M., 1978. S. 133–138 (in Russian).

Taverne D. The march of unreason. Science, democracy and the new fundamentalism. N.Y., 2006.

Vorozhko K.D. Stereotip kak sociokul'turnyj fenomen v trudah otechestvennyh i zarubezhnyh issledovatelej [Stereotype as a socio-cultural phenomenon in the works of domestic and foreign researchers] // *Interaktivnaya nauka: zhurnal*. 2016. N 6. S. 82–84 (in Russian).