0-779876

*На правах рукописи*

**КОВАЛЕВ Виталий Владимирович**

# АКСИОЛОГИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОСТИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

**Специальность 22.00.06 – социология культуры, духовной жизни (социологические науки)**

**АВТОРЕФЕРАТ**

**диссертации на соискание ученой степени доктора социологических наук**

**Ростов-на-Дону**
**2009**

Работа выполнена в Педагогическом институте
ФГОУ ВПО «Южный федеральный университет»
на кафедре социологии, политологии и обществоведческого образования

**Научный консультант**:
доктор философских наук, профессор
**Радовель Михаил Рувинович**

**Официальные оппоненты:**
член-корреспондент РАО, доктор социологических наук, профессор
**Григорьев Святослав Иванович**

доктор социологических наук, профессор
**Бондаренко Ольга Васильевна**

доктор философских наук, профессор
**Герасимов Георгий Иванович**

**Ведущая организация**:
Институт социально-политических исследований РАН

Защита состоится «_23_» декабря 2009 г. в 15.00. часов на заседании диссертационного совета Д. 212.208.19 по социологическим наукам при ФГОУ ВПО «Южный Федеральный университет» по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33, ауд. 202.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Педагогического института ФГОУ ВПО «Южный Федеральный университет» по адресу: г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КГУ
0000621225

Автореферат разослан 23 ноября 2009 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета Л.Я. Хоронько

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

***Актуальность темы исследования.*** Одной из проблем современного российского общества является отсутствие четких и ясных стандартов и формул социального взаимодействия, которые были бы понятны большинству его членов и не требовали бы от людей «творческого» реагирования на типизированные социальные ситуации. Речь идет о том, что отечественный социум испытывает существенный недостаток в так называемых ценностных типизациях. Потребность в них определяется тем, что они обеспечивают возможность создания единого аксиологического поля для коммуникации в нем социальных акторов. Наличие обозначенного поля служит своеобразным гарантом от создания негативного фона, порождающего такие издержки социального взаимодействия, как повышенная конфликтность, преступность и иные формы девиации. Между тем, конфликтогенность российского общества имеет высокую степень выраженности, а преступность, несмотря на значительное число проектов, направленных на борьбу с ней, по-прежнему остается одной из ведущих проблем жизни современной России.

В российском обществе наблюдается отсутствие тех единообразных социальных норм, представлений и ценностей, наличие которых позволяет говорить о его устойчивости. Между тем, стабильность общественного развития зависит от того, в какой степени коммуникация между индивидами обусловлена солидарным отношением к социальным ценностям. Их отсутствие является базовой причиной для возникновения неопределенности в процессе социальной коммуникации и непонимания между субъектами взаимодействия, а в итоге приводит к конфликтам, девиации, преступности.

Социальная согласованность зависит от разных коммуникативных оснований: ценностных типизаций, социальных установок, идеологии. В этом ряду значительную роль играют социальные стереотипы. Их основная задача состоит в том, чтобы обеспечивать в обществе необходимое единообразие в понимании и оценке базовых ценностей культуры. Наличие в социуме общих стереотипов способствует осуществлению идентификации на социетальном уровне по таким важным каналам отождествления, как этничность, социальный статус, базовые ценности и т.п. Именно стереотипы во многом доводят наше взаимодействие с иными акторами до автоматизма, а следовательно, их отсутствие порождает проблему недостатка предсказуемости в социальном действии.

Однако функционирующие ныне в российском социуме стереотипы имеют разрозненный, несогласованный характер, что определяется либо эклектичным сочетанием у носителей стереотипов ценностей традиционного и модернистского обществ, либо вовсе ценностным вакуумом. Следует заметить, что в последнем случае имеется в виду не отсутствие ценностей как таковых, а дефицит некоего внутреннего стержня, вокруг которого эти ценности могли бы формироваться.

Избранная нами тема представляется достаточно актуальной и в собственно теоретическом отношении. Прежде всего, необходимо обратить внимание на то обстоятельство, что в социологии малоизученным остается вопрос, каким образом ценности трансформируются в стереотипные представления. Между тем, этот аспект проблематики социальных стереотипов представляется чрезвычайно важным. Ана-

лиз его механизма даст возможность влиять на характер становления социальных стереотипов и восполнять пробелы социальной регуляции в желательном направлении.

В тех обществах, где колебания эволюции ценностей едва заметны, отсутствует пропасть между поколениями и существует преемственность в трансляции определенных типажей поведения, в том числе характерных для каких-либо отдельных страт, социальные стереотипы имеют однородный характер (несоответствия в данном случае легко прогнозируются и объясняются региональными особенностями социума, разными стратами, типами поселения и т.п.). Столь благоприятная ситуация объясняется интегративной функцией социального стереотипа, поскольку интеграция предполагает согласованность социальных представлений стереотипного характера. Для современных обществ это верно, ибо доминирование в социальной структуре среднего класса определяет базовую основу для возникновения так называемой господствующей культуры, где социальные стереотипы могут формироваться в виде неких однородных пластов, обусловливающих единообразное отношение к социальным ценностям.

Что касается обществ с неустойчивой, размытой социальной структурой, то в них стереотипизация ценностей не будет иметь четких логических формул. Россия относится именно к этому типу обществ, где социальные стереотипы не выполняют в полной мере присущих им функций. Не случайно, что в механизме стереотипизации, то есть трансформации ценностей в стереотипные представления, по отношению к отечественному социуму наблюдается слишком много случайного, трудноуловимого для исследователя.

Стереотипы современного социума России образовывались в результате как взаимодействия сложносочетаемых ценностей традиционного общества и модернизационных устремлений последних лет реформ, так и особого характера складывания социальных стереотипов под воздействием собственно реформаторского процесса. Этим объясняется тот факт, что особенности российской трансформации стали, пожалуй, наиболее востребованной темой отечественной социологии последних лет. В то же время степень изученности такого аспекта проблематики, как соотошение ценностей и социальных стереотипов (продукт данного синтеза мы называем аксиологическими стереотипами) и их влияние на динамику и статику социокультурной системы остается по-прежнему невысокой.

***Степень разработанности проблемы.*** В социальной науке понятие «социальный стереотип» имеет давнюю историю. Однако необходимо заметить, что еще до его появления в социологии в виде указанного наименования, он уже употреблялся социологами в характерных для него смысловых границах, но под другим названием. Речь идет о конструкте «коллективные представления», введенном в научный оборот французским социологом Эмилем Дюркгеймом в работе «Об общественном разделении труда», впервые вышедшей в свет еще в 1893 году. С помощью данного понятия Э. Дюркгейм рассматривал и анализировал коллек-

тивное (общее) сознание, которое, в свою очередь, оценивалось как «совокупность верований и чувств, общих в среднем членам одного и того же общества, образующую определенную систему, имеющую свою собственную жизнь...»[1].

Социальные стереотипы обнаруживают функциональное сходство с «коллективными представлениями» Э. Дюркгейма. Мы имеем в виду идентификационную и интеграционную функции. Их общая направленность проявляется в формировании и поддержании солидарности (согласно терминологии Э. Дюркгейма) или, что ближе для тезауруса современной социологии, – устойчивости. Посредством идентификации и интеграции коллективные представления (а, равным образом, и социальные стереотипы) способствуют обретению устойчивых социальных ролей, правила поведения в рамках которых передаются по каналам социальных институтов, а также восприятию социальных ценностей, признаваемых значимыми для доминирующей массы социальных акторов[2]. В данном контексте коллективные представления обладают всеми признаками социального стереотипа: они стандартизированы, находятся на подсознательном уровне, устойчивы и, наконец, характеризуют особенности поведения масс.

Таким образом, становится очевидно, что социальные стереотипы как понятие необходимо изучать в рамках проблематики группового и, преимущественно, массового сознания.

В науке сложились два основных подхода к определению предметной природы массового сознания: социологический и социально-психологический. Предметное размежевание происходило в 60-70-е годы прошлого столетия. У истоков первого подхода стояли социологи Ю.А. Левада, Б.А. Грушин и Б.З. Докторов. Второй поддерживался А.К. Уледовым, Г.Г. Дилигенским и А.Г. Здравомысловым.

Б.А. Грушин в ряде работ предпринял попытку создать интегративную теорию массового сознания. Прежде всего, он отказался от установки на вычленение неких доминирующих акцентов в массовом сознании. При изучении его структуры, Б.А. Грушин выделил в нем три основных аспекта: аффективный, состоящий из эмоций, импульсов, переживаний и т.д.; когнитивный, куда включались ценности, идеалы, идеологии, потребности; коннотивный, выявляемый, преимущественно, на основе изучения общественного мнения[3].

В этом делении обнаруживается и интегративность самого понятия социального стереотипа, состоящего, так же как и массовое сознание в понимании Б.А. Грушина, из трех указанных выше аспектов. Вот почему социальные стереотипы давно и успешно изучаются как психологами, так и социологами, которые в ходе

---

[1] *Дюркгейм, Э.* О разделении общественного труда. [Текст] / Э. Дюркгейма. – М.: Канон, 1996. – С. 87.

[2] *Дюркгейм, Э.* Указ. соч. – С. 141.

[3] *Грушин, Б.А.* Мнение о мире и мир мнений. Проблемы методологии исследования общественного мнения. [Текст] / Б.А. Грушин. - М.: Политиздат, 1967. – С. 60-67; *Грушин Б.А.*, Логические принципы исследования массового сознания. [Текст] / Б.А. Грушин // Вопросы философии. – 1970. - №8. – С. 76; *Грушин, Б.А.* Массовое сознание: опыт определения и проблемы исследования. [Текст] / Б.А. Грушин. – М.: Политиздат, 1987. – С. 292-296.

своих исследований определяют соответствующую предметность в зависимости от акцента на том или ином аспекте социального стереотипа.

Связь между массовым сознанием и социальными стереотипами проявляется также в том, что от последних зависит его устойчивость. Роль стереотипов в этом плане сугубо инструментальна. Они стандартизируют роли, представления, характер психологических реакций, но, прежде всего, социальные ценности, превращая их через ценностные типизации в стереотипные ценности. За счет процессов стереотипизации массовое сознание становится более однородным и, соответственно, устойчивым. Такая устойчивость связана со стандартизированностью, упрощенностью и неосознаваемостью коллективных представлений.

Говоря об устойчивости массового сознания, следует обратить внимание на то, что стереотипизированными должны быть социальные ценности. Именно они самым эффективным образом могут формировать устойчивость через функции интеграции и идентификации. Подобные стереотипы, связанные с разными объектами социокультурного восприятия и оценки, мы называем аксиологическими, имея в виду их симбиотическую связь с ценностями.

Следовательно, искомая устойчивость массового сознания зависит от степени развитости и сформированности в нем именно аксиологических стереотипов.

Поиски этой устойчивости с учетом взаимосвязи массового сознания и стереотипов осуществляются в рамках нескольких подходов: актуализации исторической памяти (Ж.Т. Тощенко[4]), изучения коллективного бессознательного (З.В. Сикевич, О.К. Крокинская, Ю.А. Посеель[5]), конструирования интегративной идеологии (напр., В.Н. Кузнецов[6]).

В качестве особо перспективного направления в данной области хотелось указать на интегративный подход, который развивает школа В.Г. Немировского[7]. В его рамках предлагается расширить изучение массового сознания за счет включения в него категорий «эмоциональные ценности», «сфера бессознательного», «религиозные» и «квазирелигиозные» феномены.

Сам термин «социальный стереотип» в научный оборот был введен американским журналистом У. Липманом еще в 20-е годы прошлого столетия. Им же были заложены основания для изучения социального стереотипа с позиций бихевиористской парадигмы. С точки зрения данного подхода, социальный

---

[4] *Тощенко, Ж.Т.* Историческое сознание и историческая память: анализ современного состояния [Текст] / Ж.Т. Тощенко // Новая и новейшая история. – 2000. – №4; Фантомы общественного сознания и поведения // Социол. исслед. - 2004. - № 12.

[5] *Сикевич, З.В.*, Социальное бессознательное. [Текст] / З.В. Сикевич, О.К. Крокинская, Ю.А. Посель. – СПб., 2005.

[6] *Кузнецов, В.Н.* Идеологическая культура как актуальная научная проблема и новая социологическая научная дисциплина [Текст] / В.Н. Кузнецов // Научный альманах высоких гуманитарных технологий. Приложение к журналу «Безопасность Евразии». - М., 2005. - №1; Российская идеология: Опыт социологического исследования российской идеологии XXI века. – М.: Книга и бизнес, 2004; Идеология. Социологический аспект. – М.: Книга и бизнес, 2005.

[7] *Немировский, В.Г.* Массовое сознание и бессознательное как объект постнеклассической социологии [Текст] / В.Г. Немировский // Социолог. исслед. – 2006. - №2; Базовые ценности в массовом сознании. – Красноярск, 2002; *Немировский, В.Г.* Социология. Классические и постнеклассические подходы к анализу социальной реальности. [Текст] / В.Г. Немировский, Д.Д. Невирко, С.В. Гришаев. - М.: РГСУ, 2003; *Невирко, Д.Д.* Основы универсумной теории социализации человека. [Текст] / Д.Д. Невирко. – Красноярск, 2004.

стереотип является определенным отпечатком в сознании, продуцированным особенностями социализации, который обусловливает рефлекторный тип мышления с минимумом допускаемых опосредований.

Несмотря на то, что в первые десятилетия после возникновения данного понятия оно не пользовалось особо пристальным вниманием со стороны ученых, в целом его научную судьбу следует признать удачной. Первые исследования появились еще до Второй мировой войны. После окончания военных действий проблематика социальных стереотипов начинает активно разрабатываться сначала социологами, а затем и психологами. Создаются разные научные школы, вырабатываются основные концептуальные подходы к изучению.

Первоначально, социальный стереотип рассматривался учеными однобоко. В проводившихся в 50-е годы XX века исследованиях данное понятие практически полностью отождествлялось с предрассудками, которые бытовали по отношению к нереферентным социальным группам, в основном по этническому или расовому типу[8]. Такой подход в отечественной научной традиции был поддержан С.А. Мурадяном и И.С. Коном.

В конце 40-х гг. XX века в США и Великобритании складывается еще одно направление в изучении социальных стереотипов, в рамках которого процесс стереотипизации представлен как продукт манипулятивного воздействия средств массовой информации. Согласно этому подходу, социальный стереотип представляет собой социальную установку, сформированную в сознании средствами массовой информации под воздействием потребностей политической или коммерческой рекламы[9].

В 70-80-е годы вектор изучения социальных стереотипов приобрел новое направление: они стали рассматриваться как понятие, способствующее становлению групповой идентичности. В этом качестве социальный стереотип оценивается с точки зрения его функциональной предопределенности как механизм, увеличивающий степень групповой сплоченности. Наиболее видным представителем данного направления является английский социальный психолог Г. Тажфел[10]. Его идеи оказали также сильное влияние на отечественную социальную науку. Среди советских ученых, разрабатывавших идеи Г. Тажфела, были В.С. Агеев, В.Н. Панферов, В.Ф. Петренко, Н.А. Рождественская, В.С. Собкин, А.Г. Шмелев.

В последнее десятилетие XX века в изучении социальных стереотипов начали открываться новые горизонты. Рядом исследователей (в их числе, прежде всего, необходимо обратить внимание на концепцию швейцарского социального психолога

---

[8] *Clark, W.* Portrait of the Mythical Gentile. [Text] / W. Clark. // Commentary, 1949; *Hayakawa, S.* Recognisig Stereotypes as substitutes for Thought. [Text] / S. Hayakawa // "Review of General Semantics", 1950; *Bogardus, E.* Stereotypes versus Sociotypes. [Text] / E. Bogardus E. // "Sociological and Social Recearch", 1950.

[9] *Doob, L.* Public Opinion and Propaganda. [Text] / L. Doob. L. 1949; *Allbigg, U.* Modern Public Opinion. [Text] / U. Allbigg. N.Y., 1946; *O'Hara.* Media for the Millions. [Text] / O'Hara. N.Y. 1961.

[10] *Tajfel, H., Figment, C., Billig, M., Bundy, R.* Social categorization and intergroup behaviour [Text] / H. Tajfel. // Europ. J. Of Soc. Psychol. 1971. № 1; *Tajfel, H.* Social identity and intergroup relations. [Text] / - Cambridge - Paris, 1982; *Tajfel, H.* Social stereotypes and social groups [Text] / H. Tajfel. / Intergroup behavior. Oxford, 1984.

В. Дуаза) была предпринята попытка вывести рассмотрение социальных стереотипов за рамки проблематики групповой идентичности на уровень их оценки в контексте межгрупповых и метасоциальных отношений, то есть на социетальный уровень.

Таким образом, было предложено отойти от изучения исключительно антропостереотипов (представлений о «другом» и представлений о «себе») и проанализировать в их когнитивном аспекте аксиологическое содержание. Однако здесь исследователи столкнулись с целым комплексом сложностей, в числе которых главной следует назвать неудовлетворительное положение дел при объяснении механизма трансформации ценностей социетального сообщества в стереотипные представления. Иными словами, в науке пока не найдено ответа на вопрос о том, за счет чего имеет место развитие процесса стереотипизации.

Между тем, значимость ясного понимания внутренних механизмов процесса стереотипизации для ликвидации «белых пятен» в изучении анализируемой проблематики представляется более чем существенной. Это заставляет обратиться к уже нашим, российским реалиям.

Подобный тематический переход предполагает необходимость акцентировать внимание на состоянии степени изученности социальных стереотипов в отечественной социологической науке на современном этапе ее развития.

В российской социологии, если иметь в виду конкретно-прикладные исследования, явно доминирует изучение антропостереотипов. В рамках этого подхода можно выделить аналитику двух основных групп: гендерных и этнических стереотипов.

Научный интерес к стереотипам первой группы подчеркивается явно выраженной гендерной асимметрией, имеющей место в современном российском социуме. Среди специалистов следует обратить внимание на таких ученых, как А.А. Абрамян, Н.И. Ажгихина, А.А. Альчук, С.Ю. Барсукова, О.А. Воронина, Е. Гапова, И.В. Грошев, И.М. Козина, Д.Л. Нечаевский, В.В. Радаев, Т.В. Рябова, З.А. Хоткина и др.

Не меньший интерес наблюдается и по отношению к проблематике второй группы, то есть к этническим стереотипам. Можно назвать следующих социологов, которые специализируются по проблематике этнических стереотипов: М.Г. Герасимова, С.В. Гладких, Н. Гусарова, К. Касьянова, В.Н. Куницына, Г.У. Кцоева (Солдатова), Н.М. Лебедева, В.А. Маслова, С. Литвинова, Л.Г. Почебут, Ю.Е. Прохоров, Е.В. Савва и М.В. Савва, З.В. Сикевич, Т.Г. Стефаненко, А.Г. Шмелев и др.

Значительно менее изученной является вторая разновидность стереотипов – аксиологические. Из числа специалистов, занимающихся изучением аксиологических стереотипов, следует отметить О.Н. Ванина и А.В. Меренкова, которые анализируют экономические стереотипы, а также О.В. Попова, Е.М. Долинского, Ю.А. Леваду и Т.Е. Ястребова, исследующих политические стереотипы, Н.С. Речкина и С.Б. Коржову, изучающих стереотипы в области образования. В то же время, важнейшие стереотипы, определяющие отношение к собственности, труду, праву и религии либо вовсе не исследованы, либо являются изученными слабо, поскольку их анализ осуществлялся не в специальных работах, а в сопутствующих, где стереоти-

пам отводилась вспомогательная роль (А.Л. Темницкий, В.С. Магун, П.М. Козырева).

Что касается работ теоретического плана, в рамках которых мог быть предложен «свежий» взгляд на аксиологические стереотипы, раскрыты их конструктивные особенности и отличия от антропостереотипов, то подобного рода исследований практически нет.

Подводя общий итог, отметим следующее. Степень изученности стереотипов второй разновидности – аксиологических – несоизмеримо мала. Конкретно-эмпирических исследований в этом направлении практически не ведется, их теоретическая база слаба, нет ни одной классификации, не подведены гносеологические основания для выделения их отличительных особенностей от антропостереотипов. И, наконец, на что необходимо обратить особое внимание, практически неизученным остается потенциал интеграционной функции аксиологических стереотипов в установлении баланса «устойчивости-неустойчивости» на социетальном уровне. Между тем, такая функция социальных стереотипов, как формирование групповой идентичности, социальными психологами изучена полно и обстоятельно.

***Объектом исследования*** являются аксиологические стереотипы в структуре массового сознания, анализ которых осуществляется для оценки их функции укрепления устойчивости российского общества.

***Предметом исследования*** выступают процессы стереотипизации на групповом, институциональном и социетальном уровнях, анализируемые в контексте выявления их потенциала укрепления устойчивости российского общества.

***Гипотеза исследования*** состоит в том, что основная функция аксиологических стереотипов заключается в поддержании социальной устойчивости. Между тем, отсутствие в российском обществе ценностных типизаций, слабая выраженность институционализации ролей, размытость социальной структуры, резкое ослабление неформального контроля приводит к уменьшению потенциала интеграционной функции аксиологических стереотипов. Вследствие этого проблемы укрепления социальной устойчивости решаются манипуляционно-игровыми способами через актуализацию исторического опыта и апелляцию к культурным традициям, которые транслируются в массовое сознание как прескриптивно заданные стандарты поведения средствами массовой информации.

***Цель и задачи диссертационного исследования.*** Основная цель настоящего диссертационного исследования - выявление интеграционного потенциала аксиологических стереотипов в современном российском обществе.

Для достижения этой цели необходимо решить следующие задачи:

1) осуществить типологизацию социальных стереотипов на основе их векторности (направленности на субъект или объект стереотипной оценки);

2) проанализировать основные признаки социального стереотипа, формирующие его конструктивный концепт;

3) выделить и проанализировать частные признаки аксиологических стереотипов; дать теоретическое обоснование разделения аксиологических стереотипов на два основных типа: естественный и искусственный

4) определить механизм устойчивости (неустойчивости) внутригрупповых отношений, исходя из особенностей процесса стереотипизации в российском обществе;

5) охарактеризовать особенности формирования стереотипных представлений на институциональном уровне с точки зрения их функциональной способности поддерживать устойчивость существования социальных институтов;

6) проанализировать процесс стереотипизации на уровне социального взаимодействия «власть-общество»;

7) выделить антиномии в стереотипных оценках россиян их отношения к власти;

8) раскрыть механизм рассогласованности естественных стереотипов в системе социальных институтов современного российского общества (на примере институтов собственности, труда и права);

9) обосновать концепт искусственных стереотипов как отражение формального синтеза традиционализма и модернизма в реализации их функции повышения интеграционного потенциала современного российского общества;

10) показать значение метода контент-анализа художественных фильмов (в авторской интерпретации) для выявления условий формирования искусственных стереотипов;

11) раскрыть методом группового интервью механизм формирования искусственных стереотипов в практиках функционирования современных коммуникативных технологий.

***Теоретико-методологическая основа.*** Настоящее диссертационное исследование осуществлено в опоре на общенаучные принципы историзма, сравнительно-исторический анализ, компаративистский анализ, метод типологизации.

При выборе методологии первоначально были определены критерии, которым она должна соответствовать для полного и исчерпывающего обоснования нашей теоретической концепции. В ходе достижения этой цели мы установили четыре базовых критерия, предопределив выбор методологии соответствию:

- содержательной сущности социальных стереотипов;
- их функциональной направленности;
- характеру трансформации ценностей в стереотипные представления (процессу стереотипизации);
- особенностям стереотипизации в современном российском обществе.

Руководствуясь этими параметрами, в методологическом плане решались две задачи: во-первых, обосновать статичный аспект конструирования понятия «стереотип» и осуществить его типологию; во-вторых, проанализировать динамику процесса стереотипизации. Поиск был ориентирован на такие социологические теории, в рамках которых через проблематику ценностных типизаций анализировались процессы социальной динамики и статики, устойчивости и неустойчивости социальных отношений, функциональности и

дисфункциональности в ходе взаимодействия акторов в социуме. Иными словами, речь идет о формировании групповой и межгрупповой сплоченности, а также интеграционных факторов на социетальном уровне. Связь этих процессов с социальными стереотипами очевидна, так как их роль в обществе также следует рассматривать в качестве условий, способствующих установлению оснований для социальной сплоченности.

В этом плане, для решения первой задачи идеально подходит феноменологическая социология А. Шюца. Его методология разработана для выявления механизма социальной интеграции и факторов, способствующих ее достижению, а сформулированная ученым концепция ценностных типизаций легко может быть использована при анализе как общих признаков социальных стереотипов, так и частных признаков стереотипов аксиологических. Действительно, если сравнить социальные стереотипы с типизациями Шюца, то получим готовую социальную матрицу подобную той, что описывал Липман при конструировании концепции социального стереотипа.

Динамический процесс стереотипизации осуществлялся нами на основе иной методологии – структурного функционализма Т. Парсонса. При этом его воззрения были нами взяты для анализа некоей идеальной модели стереотипизации, которую мы не применяли на практике ни к одному из типов современных обществ. Теоретическая модель Парсонса использовалась для описания процесса стереотипизации, который проходил бы в идеальных условиях, когда динамические процессы развития социальных систем не являются разрушительными для сохранения их ценностного каркаса. Иначе говоря, речь идет о том, что методология структурного функционализма является наиболее удобным подспорьем для раскрытия механизмов процесса стереотипизации в обществах стабильных, где элементы статики преобладают над элементами динамики.

Очевидно, что использовать только такой подход при оценке процесса стереотипизации в России было бы неправильно. Поэтому выделенную идеальную модель процесса стереотипизации мы применяли с учетом некоторых особенностей постмодернистской парадигмы, использование которой посчитали необходимым для выяснения особенностей процесса стереотипизации, характерного для отечественного социума. Недостаточность концепций Парсонса и Шюца в объяснении процесса стереотипизации применительно к России связано тем, что в российском обществе отсутствуют нормативные основания для единообразного понимания социальных ценностей, то есть слабо выражены ценностные типизации, ослаблен пресс неформального контроля, существует нечеткая институционализация ролей. С учетом этих обстоятельств, для российского общества решающим в обретении способов усиления социальной устойчивости и повышения потенциала интеграционной функции социальных стереотипов имеют формально-игровые способы, формируемые посредством поверхностной актуализации традиционных ценностей. Обоснование данного процесса стереотипизации (через раскрытие интегративной функции социальных стереотипов на примере выделения концепта искусственного стереотипа) осуществлялось в опоре на положения постмодернистской парадигмы П. Бурдье и Ж.-Ф. Лиотара.

***Эмпирическую базу*** диссертационной работы составляют как вторичный анализ массовых опросов, проведенных соответствующими социологическими центрами и организациями, так и собственные исследования.

Вторичному анализу подвергались следующие массовые опросы:

- Левада-центр (1999-2007 гг.);
- ВЦИОМ (1999-2007 гг.);
- опрос «Власть и общество», проведенный Московской школой политических исследований в 1998 году;
- опрос Института социологии РАН и Представительства Фонда им. Фридриха Эберта (Германия), проведенный в 2005 году (N=1750);
- опрос «Поколение и гендер», проведенный в 2004 году под руководством В.С. Могуна (N=2250);
- мониторинговое исследование Института социологии РАН, исследовательского центра «Демоскоп», Института питания РАМН и Университета Северной Каролины (США), проведенное в 2004 году;
- опрос социологического центра РАГС при Президенте РФ, проведенный 3-10 декабря 2004 года;
- опрос Центра социального прогнозирования, проведенный в 1999 году (N=3000);
- опрос Центра социального прогнозирования, проведенный в мае-июне 2001 года (N=3600).

Что касается анализа первичного материала, следует обратить внимание на такие исследования, как:

- экспертный опрос на тему «Молодежь в политических процессах современной России», проводившийся в четырех регионах Российской Федерации по гранту в рамках МИОН: Ростове-на-Дону, Саратове, Воронеже и Иркутске (май-июнь 2007 года, N=80);
- контент-анализ художественных фильмов (по разработанной автором методике);
- тридцать групповых интервью с десятью группами (май 2006 - май 2008 годов). Общая выборка - N=185. Исследование проводилось в течение трех лет на базе трех факультетов Педагогического институтта Южного федерального университета: естествознания (май 2007 года, N=21); ХГФ (май 2008 года, N=26); исторического (ноябрь 2006 года, N=40; май 2007 года, N=14; ноябрь 2007 года, N=40; май 2008 года, N=14; ноябрь 2008 года, N=30). Цель исследования: выявление суггестивной силы искусственных стереотипов, сформированных художественными фильмами в практике их просмотра отдельных групп. Иными словами, в задачу входила проверка того, как совмещается симулякр реальности с самой реальностью.

***Научная новизна диссертационного исследования*** заключается в следующем:

- разработана социологическая концепция исследования процессов стереотипизации с точки зрения аксиологического подхода, что позволило осуществить типологию социальных стереотипов на основе выделения векторов субъект-

ной направленности (антропостереотип) и объектной направленности (аксиологический стереотип);

• дана характеристика конституирующим признакам социального стереотипа с использованием концепции ценностных типизаций А. Шюца;

• выделены и описаны базовые признаки аксиологических стереотипов;

• разработан механизм трансформации социальных ценностей в стереотипные представления (процесс стереотипизации) на основе структурно-функциональной теории Т. Парсонса;

• на основе применения методологии Т. Парсонса выявлен механизм неустойчивости социальных отношений в модели группового взаимодействия, обусловленный рассогласованностью трех аспектов социального стереотипа с факторами, определяющими стабильность функционирования группы;

• осуществлена эмпирическая верификация аксиологических стереотипов, разработана методика исследования аксиологической стереотипизации в современном обществе;

• осуществлена типология социальных стереотипов на естественные как продукт социализации в результате интериоризации ценностей и на искусственные, сформированные посредством манипулятивного воздействия на сознание;

• показана социальная функция искусственных стереотипов, назначение которых состоит в поддержании устойчивости развития социальной системы, а также механизм их трансформации из социальной ценности в стереотипное представление;

• обоснована модель оценки искусственных стереотипов с позиции постмодернистского концепта Ж.-Ф. Лиотара как разновидности языковых игр;

• выявлен антиномичный характер оценки власти россиянами, свидетельствующий об отсутствии согласованности стереотипов восприятия власти в российском обществе;

• раскрыто состояние рассогласованности естественных стереотипов в системе таких социальных институтов, как собственность, труд и право;

• показано, что искусственные стереотипы, сформированные в результате формального синтеза традиционализма и модернизма, выступают фактором повышения интеграционного потенциала современного российского общества;

• обоснована правомерность использования контент-анализа художественных фильмов в авторской интерпретации для выявления условий и факторов образования искусственных стереотипов;

• обосновано применение групповых интервью для выявления механизма формирования искусственных стереотипов в практиках работы средств массовой информации (на примере влияния художественных фильмов).

***На защиту выносятся следующие основные положения:***

1. Социальные стереотипы являются неоднородным смысловым образованием. Их характеристика определяется подходом к типологизации данного понятия. В зависимости от направленности – на субъект или объект – они подразделяются на антропостереотипы, состоящие, в свою очередь, из автостереотипов (представление о себе) и гетеростереотипов (представления о других), а также на аксиологические

стереотипы, которые образуют в групповом или массовом сознании четко фиксированное представление о какой-либо ценности. В социологической науке высокую степень разработанности имеют антропостереотипы, прежде всего гендерные и этнические, которые нередко отождествляются с предрассудками и предубеждениями. Что касается аксиологических стереотипов, то они значительно реже являются объектом внимания со стороны специалистов и, соответственно, нуждаются в более фундаментальной проработке.

2. В практиках изучения социального стереотипа последних лет начинает доминировать тенденция определять его как «динамичный», «саморазвивающийся феномен». В отличие от этого, мы настаиваем на традиционно сложившемся подходе, в соответствии с которым социальный стереотип следует анализировать как устойчивый, схематично упрощенный, не подвергаемый критическому анализу образ-отпечаток в индивидуальном, групповом и массовом сознании, посредством которого через стандартизацию социального пространства его субъективные носители в процессе социальной деятельности объясняют и выражают свою оценку субъектам, объектам или явлениям общественной реальности, в которой протекают коммуникационные процессы.

3. Основанием для выделения аксиологического стереотипа как нового теоретического конструкта социологии является характер направленности субъекта оценки (социального актора) в отношении объекта оценки (социальной ценности). Социальная коммуникация опосредуется устоявшимися в массовом сознании стереотипными представлениями, отражающими систему социально значимых ценностей отдельных индивидов, социальных групп и общества в целом. Данная система ценностей, после трансформации в аксиологические стереотипы, реализуется в ходе социальной коммуникации через функции идентификации и интеграции, которые в совокупности ориентированы на поддержание стабильности существования социальной системы. В аксиологических стереотипах следует выделять две разновидности: естественные и искусственные. Естественные стереотипы, будучи производными от воспринимаемых в ходе первичной социализации ценностей, не рефлексивны и воспринимаются социумом как данность. Стереотипы искусственные выступают как порождение дуализма символа первичного и вторичного порядка. Первичный порядок отражает процесс становления субъектного общества, где аксиологические стереотипы воспринимаются осознанно как внутренне принятая ценность, а вторичный порядок образует манипулятивная трансляция в массовое сознание искусственных стереотипов как продукта новой для социума мифологической системы, создаваемой в целях поддержания стабильности и устойчивости.

4. Механизм трансформации социальных ценностей в стереотипные представления состоит из четырех уровней: 1) индивидуальный, стохастичный по своей природе и мало поддающийся рациональной оценке; 2) групповой, где стереотипные представления складываются в процессе интериоризации групповых норм и ценностей; 3) система социальных институтов, в рамках которых аксиологические стереотипы формируются в процессе следования предписанным стандартам ролевого поведения; 4) социетальный, где процесс образования аксиологических стереотипов осуществляется посредством манипулирования массовым сознанием.

5. Основой интериоризации ценностей на групповом уровне является органичное сочетание «аспекта-удовлетворения» и «аспекта-ориентации». От их сочетания зависит поддержание баланса «устойчивости-неустойчивости», необходимого для стабильного функционирования группы. В обществах модерна существовал равновесный баланс трех аспектов социального стереотипа при их совмещении с ценностями группы: аффективный аспект – катексис; когнитивный – ценностные типизации; коннативный – прочная готовность к идентификации с ценностями группы. В обществах постмодерна преобладание стал получать аффективный аспект как определенный эмоциональный фон для получения удовольствий (катексис). В результате, из-за формального восприятия ценностей в группах процесс стереотипизация не определяет необходимой степени устойчивости для нормального функционирования групп.

6. Определенность аксиологических стереотипов на институциональном уровне обусловливает соответствующую степени этой определенности социальную устойчивость; замер баланса устойчивости-неустойчивости необходимо проводить в процессе выявления стереотипных представлений, присущих субъектам группового взаимодействия в рамках социальных институтов. Особая роль социальных институтов в оценке характера стереотипизации предопределяется тем, что они складываются на основе ясно установленной системы ролевых ожиданий, дисфункции в которой четко фиксируют возникновение и степень неустойчивости в их развитии. В социальной коммуникации российского общества имеет место явно выраженное доминирование индивидуальных стереотипов над групповыми, что определяет институциональную неустойчивость российского общества и, подобно группе, девальвирует значение социального института как ценности.

7. На социетальном уровне реализуется интегративная функция аксиологических стереотипов. Здесь происходит образование стереотипов искусственных. Механизм стереотипизации на этом срезе социокультурного пространства состоит из следующих элементов:

1) тесная связь с идеологией;

2) возрождение патриотических чувств;

3) апелляция к традиционным ценностям;

4) транслирование в массовое сознание образа врага;

5) широкое использование манипуляций для управления массовым сознанием.

8. В российском обществе отсутствует сколько-нибудь четкое единообразие естественных стереотипов, которые можно выделить в связи с выявлением отношения россиян к власти. Эмпирический замер позволяет выявить следующие параметры несоответствия:

- оценка власти в России имеет антиномичный характер (четыре антиномии);
- мнения респондентов о различных властных институтах имеют полярный характер;
- оценка респондентами собственной политической культуры обладает антиномичным характером (восемь антиномий).

9. В отечественном социуме отсутствует единообразие естественных стереотипов, которые можно выделить в системе взаимодействия в рамках социальных

институтов. Это проявилось в отношении таких социальных институтов, как собственность, труд и право.

*Социальный институт собственности.* По критерию «признание-отрицание» имеет место неоднозначное отношение к частной собственности, которое определяется: 1) доходами; 2) социальной неоднородностью противников и защитников частной собственности; 3) рассогласованностью во мнениях между разными поколениями;

*Социальный институт труда.* Установлен разноплановый ценностный базис, лежащий в основании трудовых стереотипов, позволяющий выделить три типичные группы реагирования.

*Социальный институт права.* В стереотипных оценках выявлено признание незначительности института права для регулирования социальных отношений.

10. Стереотипные представления традиционного общества входят в явный диссонанс с основными тенденциями современной жизни, задаваемыми ценностями модернизма. Подобного рода ситуация обусловливает распад российского общества на традиционалистов и модернистов, что подрывает его устойчивость. Задачи интеграции определяют потребность в предельно формализованных стереотипных представлениях, которые дожны нивелировать ценностный диссонанс. Такими стереотипными представлениями являются искусственные стереотипы. Они выступают в качестве разновидности постмодернистской игры в смыслы и содержания, формируя ту степень интегрированности, которая необходима для выживания в условиях кризиса.

11. Художественные фильмы следует рассматривать как симулякр реальности, четко фиксирующий ценностные типизации посредством ролевой персонификации. Они являются элементом механизма СМИ для формирования искусственных стереотипов. Когда художественный фильм используется как фактор, формирующий общественное мнение, он содержит в себе скрытые манипуляции, призванные создать искусственные стереотипы, ориентированные на повышение интегративного потенциала стереотипных представлений. С помощью художественных фильмов, обусловливающих возможность означивать восприятие социальных смыслов, создаются готовые, прескриптивно заданные стандарты поведения и мышления. Их трансляция в массовое сознание позволяет формировать в российском социуме объектное общество, в котором сознание социальных акторов находится под воздействием четко заданных и означенных когнитивных сущностей.

***Практическая значимость работы и внедрение результатов исследования*** определяются потребностью изучения особенностей социокультурного развития современного российского общества, необходимостью формирования типизированных ценностей в целях снижения конфликтогенного поля в отечественном социуме, закреплением культурных универсалий посредством стереотипизации мышления и действия на основе аксиологических стереотипов. Полученные в ходе исследования выводы имеют практическое значение и внедрены в учебном процессе в курсы «Личность и культура» и «Государство и общество» в ходе реализации магистерской программы «Обществоведческое образование» Педагогического института Южного Федерального университета, а также в учебный процесс Донского

педагогического колледжа в курсах «Социальная психология», «Педагогика», «Основы социологии и политологии», «Правовое обеспечение образования». Результаты исследования могут быть использованы в процессе преподавания общего курса социологии и политологии в системе высшего образования при подготовке специалистов-социологов и политологов, а также при разработке таких специальных курсов как «Социология культуры», «Особенности социальной коммуникации в современной России».

***Апробация исследования.*** Основные положения, выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертации, докладывались на заседаниях кафедры социологии и политологии Педагогического института Южного федерального университета, на отечественных и международных научных конференциях, Интернет-конференциях, чтениях и семинарах: на Межрегиональном семинаре «Молодежь в политических процессах современной России» (Саратов, 30 сентября – 1 октября 2007 г.), Всероссийской научно-практической конференции «Национальная идентичность России и демографический кризис» (Москва, 15 ноября 2007 г.), Международной научно-практической конференции «Инновационные технологии – основной ресурс социально-экономического развития» (Ростов-на-Дону, 13-14 декабря 2007 г.), Всероссийской научно-практической конференции «Актуальные проблемы философии социально-гуманитарных наук» (Ростов-на-Дону, 20-28 марта 2008 г.), XXVII психолого-педагогических чтений Юга России (Ставрополь, март 2008 г.), Международной научно-практической конференции «Культура. Образование. Право» (Екатеринбург, апрель, 2008 г.), Всероссийской Интернет-конференции «Социальное доверие в современной России» (Екатеринбург, 28 апреля - 31 мая 2008 г.), Международном научно-практическом семинаре «Развитие научно-образовательного сотрудничества вузов России и США в области гуманитарных наук» (Ростов-на-Дону, 3 октября 2008 г.), III Всероссийском социологическом конгрессе (Москва, 21-24 октября, 2008 год), Международной научной конференции «Общество, общности, человек: в поисках «вечного мира» (Тамбов, 4-5 ноября 2008 г.).

Основные положения диссертационного исследования отражены в научных публикациях общим объемом около 30 п.л., в том числе в двух авторских монографиях, научных публикациях в статьях в научных журналах (одиннадцать из них в ведущих рецензируемых научных журналах, рекомендуемых Перечнем ВАК) и сборниках.

**Структура работы**. Диссертация состоит из введения, пяти глав, включающих тринадцать параграфов, заключения, списка литературы (290 источников, из них 12 на иностранном языке) и приложения (стенограммы трех групповых интервью). Общий объем диссертационного текста – 340 стр.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ДИССЕРТАЦИИ

Во **Введении** обоснована актуальность темы исследования, показана степень ее научной разработанности, определены объект и предмет исследования, его цель, задачи и гипотеза, указаны теоретико-методологическая основа и эмпирическая база, показана научная новизна, раскрыты выносимые на защиту тезисы, обоснована практическая значимость, дана апробация результатов исследования.

В первой главе – **«Социальные стереотипы в системе факторов интеграции-дезинтеграции социокультурной системы»** - нами было определено место социального стереотипа в системе социологического знания и проанализированы его понятийный конструкт, общие и частные признаки, функциональная направленность, эволюция данного понятия в исследовательских практиках с момента введения в научный оборот.

**1.1. Основные проблемы изучения социальных стереотипов**

В ходе исследования было установлено, что социальные стереотипы следует изучать в контексте проблематики массового сознания. Взаимосвязь между ними заключается в том, что от социальных стереотипов зависит устойчивость массового сознания. Они стандартизируют роли, представления и характер психологических реакций, но, прежде всего, социальные ценности, превращая их через ценностные типизации в стереотипные ценности. За счет процессов стереотипизации массовое сознание становится более однородным, следовательно, устойчивым.

Говоря об устойчивости массового сознания, следует обратить внимание на то, что стереотипизированными должны быть социальные ценности. Именно они самым эффективным образом могут с помощью функций интеграции и идентификации формировать устойчивость. Такие стереотипы, связанные с разными объектами социального восприятия и оценки, нами были названы, в силу особой связи с ценностями, аксиологическими. На этом основании был сделан вывод, что искомая устойчивость массового сознания зависит от степени развитости и сформированности в нем именно аксиологических стереотипов.

Впервые понятие «социальный стереотип» было введено в научный оборот американским журналистом, социологом Уолтером Липманом. Ему же принадлежит и выделение трех базовых признаков данного понятия: иррациональность, массовость, устойчивость. Одним из оппонентов У. Липмана был О'Хара, автор широко известной работы «Медиа для миллионов». Исследователь обратил внимание на то, что стереотип представляет собой не только и не столько продукт социализации, сколько результат воздействия на социальную сферу средств массовой информации. Значительный вклад в изучение социальных стереотипов внес Г. Тажфел, связавший процесс стереотипизации с формированием социальной идентичности. Ученый исходил из того, что основой формирования стереотипов является образование когнитивной «Я-концепции», базирующейся на организации социальной памяти субъекта, в первую очередь, через соотношение вербальных и образных компонентов в процессе запоминания и мышления. Попытку проанализировать влияние метакультуры на характер и особенности стереотипизации в науке предпринял В. Дуаз. Исследователь подчеркивал необходимость проведения научных изысканий в сфере анализа влияния идеологии на процесс формирования социальных стереотипов в едином стратифицированном пространстве с учетом особенностей восприятия социальных установок в разных стратах общества.

Изучение социальных стереотипов в нашей стране имеет недолгую историю. Если в зарубежной социологии стереотипы стали активно изучаться еще до Второй мировой войны, то всплеск интереса к данной проблематике в России можно констатировать лишь с начала 90-х годов прошлого века. Однако первые попытки

изучить процесс стереотипизации были предприняты еще в советской науке. Основоположником отечественной школы анализа социальных стереотипов по праву следует считать П.Н. Шихирева. С.А. Мурадяну принадлежит заслуга комплексного изучения социального стереотипа. К числу первооткрывателей изучения проблематики социальных стереотипов в отечественном обществоведении также относится выдающийся российский социолог В.А. Ядов. В 80-е годы прошлого столетия ситуация с анализом процесса стереотипизации в советской науке начала меняться. Появились работы, в которых акцент при изучении социальных стереотипов от оценки их как преимущественно отрицательного феномена стал смещаться в сторону поиска социальной значимости и полезности стереотипов. Одним из представителей этого направления является В.С. Агеев.

Зародившаяся в 80-е годы тенденция отношения к стереотипам как к сложному многофункциональному понятию, лежащему за пределами оценочных координат на плоскости «позитив-негатив», в 90-е годы значительно окрепла. В социологической науке эта тенденция привела к появлению интересных исследований, по-новому раскрывающих проблематику социальных стереотипов. Одними из наиболее ярких представителей данного направления являются Ж.Т. Тощенко, Н.С. Речкин и А.В. Меренков.

Обращение к конкретно-прикладным исследованиям, в которых анализируются роль и характер социальных стереотипов, позволило выделить две доминирующие группы стереотипов. К первой группе относятся антропостереотипы, представленные, в первую очередь, этническими и гендерными стереотипами. Их изучение в настоящее время ведется наиболее интенсивно.

По сути, мы можем констатировать две сложившиеся крайности в изучении социальных стереотипов. Во-первых, они рассматриваются как способ групповой идентификации личности. В связи с этим их функциональная обусловленность определяется как встраивание «Я-образа» в систему координат «Мы-образ» и «Они-образ». Здесь выделяются и анализируются возрастные, гендерные, этнические и профессиональные стереотипы. Во-вторых, социальные стереотипы изучаются как продукт целенаправленного воздействия на иррациональные области мышления человека, находящиеся в подсознании, со стороны классовых, метагрупповых установок (У. Липман) либо коммерческих и властных структур (О'Хара). С точки зрения упомянутых авторов стереотипы определяют наши ценности и не связаны исключительно с коммуникативным аспектом. Однако здесь недостаточно четко отражен когнитивный аспект стереотипизации. Личность представляется как статичный субъект производных социальных отношений, а нередко и просто как объект манипулятивного воздействия со стороны власти и деловых кругов.

Базовым дефектом существующих концепций социального стереотипа является нечеткое понимание роли социальных ценностей в конструировании содержательного ядра социальных стереотипов.

### 1.2. Понятие и признаки социального стереотипа

Общие признаки социального стереотипа выявлялись в контексте научных парадигм, разработчиками которых ставилась задача вывода и конструирования неких типичностей, рассматриваемых в качестве основы описания концепции социального действия. В этом смысле типизации оценивались как готовая матрица для

формирования устойчивых социальных релевантностей, необходимых для такого характера коммуникативного процесса, который обеспечивал бы нормальную прогнозируемость заданных общественных ожиданий. С учетом этих особенностей содержание социального стереотипа анализировалось через теорию ценностных типизаций Альфреда Шюца.

Формирование стереотипов нами связывается с наличием у социальных акторов устойчивых релевантностей, проявляющихся в готовности признавать существование типичных форм внешнего реагирования и внутренней оценки. Появление подобной устойчивости предполагает, что значительная часть социальных интеракций будет осуществляться на неосознаваемом уровне, без включения рассудочного компонента, подвергающего критической оценке тот или иной шаг актора в социальной реальности. Данная методологическая установка вывела нас на оценку первого признака социального стереотипа, который мы определили как *«неосознаваемость»*. Вторым выделенным признаком социального стереотипа является *массовость*. Массовым он должен быть по своей природе. В противном случае он утрачивает признак устойчивости (о нем – ниже по тексту), либо перестает быть социальным. Собственно говоря, сама этимология термина «социальный стереотип» свидетельствует о том, что он адресован обществу, существует в обществе и действует во имя достижения общественных целей. Массовость основана на возможности интериоризации ценностных типизаций каждым социальным актором как своих собственных. Следующим признаком социального стереотипа является *устойчивость*. Это его свойство отражено в самом названии. Стереотип не может быть подвижным, ибо в этом случае он превратится в знания, представления, убеждения. Данный вывод имеет важное методологическое значение. Устойчивый характер социальных стереотипов формирует устойчивую социальную систему за счет сплочения, интегрированности между собой социальных групп и образования между ними посредством ценностных типизаций и идеологем единого структурированного социетального сообщества. Последним в ряду обозначенных признаков социального стереотипа мы назвали *упрощенность*. Упрощенность характера социального стереотипа определяется такой его базовой функцией, как экономия времени. Посредством стереотипа индивид стремится воссоздать для себя привычную, понятную, в каком-то смысле – незатейливую картину мира, основанную на четко и просто сконструированных схемах.

На основе анализа общих принципов социального стереотипа нами было дано его следующее определение: это устойчивый, схематично упрощенный, не подвергаемый критическому анализу образ-отпечаток в индивидуальном, групповом и массовом сознании, посредством которого через стандартизацию социального пространства его субъективные носители объясняют и выражают свою оценку субъектов, объектов или явлений социальной реальности, в которой протекают коммуникационные процессы.

### 1.3. Проблемы конструирования содержания и типологии аксиологических стереотипов

Аксиологическому стереотипу свойственны все те же признаки, которые мы проанализировали примирительно к универсальному понятию «социальный стереотип». Это: неосознаваемость, массовость, устойчивость, упрощенность. Мы

назвали их *общими признаками*, которые могут находиться в основе любой типологии социальных стереотипов. Выделенные нами стереотипы аксиологические обладают характерными только для них признаками, которые мы в системе данной типологии обозначили *признаками частными*. К их числу отнесен следующий концептуальный ряд:

1) сущностная производность от социальных ценностей;

2) естественный или искусственный характер происхождения;

3) функциональная связь с социальными системами и институтами;

4) выстраиваемость векторов социального сознания на креативность или повседневность.

*1. Сущностная производность аксиологических стереотипов от социальных ценностей* нами раскрыта в контексте выработки обществом различных прескрипций, функциональная направленность которых состоит в том, чтобы сформировать некую однородность в понимании ценностных релевантностей, причем данная однородность находится за пределами когнитивных рационализаций. Именно этот процессуальный аспект в трансформации ценностей становится отправной точкой для образования аксиологического стереотипа. Сформировавшаяся система значимостей обладает большим потенциалом прескриптивности, образующим потребность обретения через признание ценностей той или иной модели идентичности. Поддерживаемые группой ценностные основания для идентификации переводят сферу оценки в область бессознательного, где ценность не требует постоянной проверки через «рацио» своей социальной состоятельности. Представление о ценности приобретает черты стереотипа, который уже живет своей жизнью, поддерживая и устоявшуюся систему релевантностей и прочность социальных связей. Ценность формирует оценочные свойства стереотипа, то есть его когнитивный аспект. Она является ядром аксиологического стереотипа, отпечатком в подсознании, откуда она извлекается как вектор-отношение при наличии внешнего импульса, способного сформировать соответствующую реакцию-ответ.

*2. Естественный или искусственный характер происхождения* аксиологического стереотипа определяется через систему ряда факторов, связанных с его источниками происхождения, силе воздействия как средства культурной идентификации и устойчивости к влияниям внешней социокультурной среды. *Естественные стереотипы* есть продукт социального развития, сформировавшийся под воздействием потребностей социальной коммуникации. Эти аксиологические стереотипы выступают в качестве важнейшего механизма социальной идентификации. Они формируются сами по себе, в силу наличия в социуме определенной системы релевантностей, которая является стержнем для протекания процессов идентификации. Второй тип выделенных нами аксиологических стереотипов мы определили как *искусственные*. Данные стереотипы выступают проявлением рефлексии образованных слоев общества на типизированные свойства национального характера. Эта рефлексия имеет обратный адрес в общество, которое готово воспринимать указанные стереотипы.

Для более четкого разделения понятий мы добавили в отношении искусственных стереотипов присущий только им признак. Этим признаком является

рефлексивность. Естественные стереотипы не осознаются, они существуют как данность. Искусственные же стереотипы имеют двойной аспект рефлексируемости. Во-первых, речь идет об осознанной рефлексии «творцов» стереотипов. С точки зрения их существования в социальном сознании акторов, рефлексирующих такие стереотипы, они являются квазистереотипами, поскольку не обладают двумя его важнейшими признаками - «бессознательность» и «массовость». Во-вторых, речь идет о навязанной рефлексии, чей вектор ориентирован по нисходящей, сверху вниз в социокультурной системе. Эта заданность образует искусственные стереотипы посредством социальных манипуляций массовым сознанием, когда представления верхних слоев общества искусственно передаются вниз по каналам социальных взаимосвязей.

*3. Функциональная связь с социальными системами и институтами* выявляется в обладании аксиологическими стереотипами двумя важнейшими функциями: идентификационной и интеграционной. Идентификация, то есть отождествление, осуществляется в системе малых групп и, в основном, связана с обретением в процессе социализации социальных ролей. Через стереотипизацию сознания процесс научения социальным ролям становится более эффективным и быстрым. Интегративная функция аксиологических стереотипов, в отличие от идентификационной, в значительной степени искусственна. Объяснение этому следующее. Идентификация происходит на личностной основе. Социальный актор, исходя из содержания своих ценностей, избирает для себя значимые социальные роли, и идентифицируется с ними. Между тем, процессы интеграции, как правило, «стимулируются», формируются манипуляционным образом. Не в последнюю очередь это связано с величинами, размерами социетальных сообществ. Искусственные стереотипы обладают большим интеграционным потенциалом, поскольку складываются не в ходе первичной социализации, а за счет актуализации потребности в социальном единстве. Побудительным импульсом формирования данных стереотипов становится борьба двух начал в современной российской ментальности: традиционализма и модернизма. Образование искусственных стереотипов представляется способом выхода из ценностного дуализма, стремлением преодолеть ценностный разлад с целью поиска оснований для интеграции через общее идентификационное пространство.

*4. Выстраиваемость векторов массового сознания на креативность или повседневность* в качестве признака, раскрывающего содержание аксиологического стереотипа была рассмотрена на основе нескольких дуализмов. Центральным из них является дуализм «субъект → объект», который важен для понимания типов массового сознания, формируемых стереотипами, - креативного или повседневного. Иными словами, мы анализировали соответствие характера стереотипа особенностям типа общества с точки зрения их способности к саморефлексии. В качестве второго дуализма следует обозначить иной аспект рефлексии – осмысленность социального действия. Он формулируется нами как «знание → понимание». Это когнитивный параметр оценки способности социального актора быть субъектом или объектом в системе социальных процессов. И, наконец, третий дуализм, - «знак → символ». Этот дуализм проявляется в обладании данными понятиями

интеграционным потенциалом, способным стимулировать процессы социальной организации и самоорганизации.

На основе проанализированных признаков был сделан следующий вывод. Аксиологический стереотип представляет собой особую разновидность стереотипа социального, который отражает в сознании субъекта, группы или общества оценочный вектор в отношении объекта оценки. Посредством аксиологических стереотипов осуществляется социальная коммуникация, опосредованная устоявшимися стереотипными представления, когнитивно связанными с четко зафиксированными в сознании социальными ценностями. Их функциональная направленность реализуется через идентификацию и интеграцию. Успешность осуществления данных функций, в свою очередь, обусловлена наличием общей для социальных акторов системы ценностных релевантностей. Порядок включенности в социальную систему ценностных релевантностей зависит от разновидности воспринимаемых аксиологических стереотипов, естественных или искусственных. Критерием для их типологии выступает категории рефлексивности. На ее основе естественные стереотипы рассматриваются как продукт включенности в систему релевантностей единого знакового пространства через механизмы социализации, а искусственные стереотипы – как порождение дуализма символа первичного и вторичного порядка, в числе которых первичный порядок отражает процесс становления субъектного общества, где аксиологические стереотипы воспринимаются осознанно как внутренне воспринятая ценность, а вторичный порядок образует трансляцию в массовое сознание искусственных стереотипов в качестве продукта новой для социума мифологической системы, создаваемой в целях поддержания стабильности и устойчивости.

***Схема отличий между естественными и искусственными стереотипами***

| **Параметры оценки** | **Аксиологические стереотипы** | |
|---|---|---|
| | *1.Естественные* | *2.Искусственные* |
| *1.Функции* | Идентификация | Интеграция |
| *2.Уровни осознания* | Неосознаваемые | Рефлексируемые |
| *3.Уровни стереотипизации* | Группы и институты | Социетальное сообщество |
| *4.Источники происхождения* | Социализация | Манипуляция |

Во второй главе – **«Уровни стереотипизации социокультурного пространства: выявление потенциалов общественной устойчи-вости»** нами был проанализирован процесс стереотипизации на трех уровнях: групповом, институциональном и социетальном.

**2.1. Групповой уровень стереотипизации**

В основании процесса стереотипизации в группе находится ряд факторов. Прежде всего, необходимо обратить внимание, что на данном уровне происходит замена индивидуальных стереотипов на групповые. В обществе модерна эта замена основана на поиске соотносимости двух уровней стереотипизации через обнаружение в них общих ценностных типизаций. Продуктом такой соотносимости становится формирование условий для социальной солидарности на основе общих идентификаций. Общество постмодерна дает несколько иной стимул для складывания соотносимости индивидуальных стереотипов и групповых, социальных. Здесь имеет место наличие диссонанса между индивидуальными и групповыми стереотипами, что приводит к образованию уже не солидарности, а лояльности в модели групповых отношений. В основе лояльности лежит стремление к удовлетворению катектических потребностей членов группы. В связи с этим, группа рассматривается не как самоценность, а в качестве инструмента для целедостижительной деятельности. Сама же стереотипизация базируется на смешении ценностных стандартов и экспрессивных символов, что, в итоге, приводит к формированию неустойчивой модели группового взаимодействия.

Было также установлено, что в процессе группового взаимодействия стереотипизация осуществляется в целях удовлетворения катектических потребностей акторов социального действия. Носители аксиологических стереотипов не имеют четкой привязанности собственно к самим групповым стереотипам. Последние обладают исключительно инструментальным характером и ориентированы на облегчение взаимодействия субъектов определенной группы, где каждый субъект признает ценности группы, лишь когда они в состоянии удовлетворять катектические потребности данного субъекта. Это определяет в некоторой степени стохастичный характер состава группы, высокий уровень горизонтальной мобильности. Таким образом, на групповом уровне стереотипы не формируют явно выраженной тенденции к устойчивости социальных отношений.

Выделение признака неустойчивости как базового для характеристики современной групповой динамики в российском обществе признака является основным выводом по итогам анализа проблематики данного раздела диссертационной работы.

**2.2. Особенности процесса стереотипизации в системе социальных институтов**

В настоящем разделе исследования, при переходе на институциональный уровень, мы выдвинули задачу установить, насколько аксиологические стереотипы способны функционально содействовать формированию прочных идентификаций в системе социальных институтов. Другими словами, предстояло определить, обладают ли они потенциалом поддержания устойчивости и способны ли быть катализатором складывания прочных связей между субъектами социального действия.

Выявление потенциала поддержания социальной стабильности в функциональной направленности аксиологических стереотипов на институциональном уровне осуществлялось через следующий понятийный аппарат:

1) социальная роль;

2) социальная значимость;

3) ценностная акцентуированность.

1. *Социальная роль.* Коммуникативная значимость социальной роли определяется категорией предписанности. Из этого определения была вычленена следующая связь между социальной ролью и аксиологическими стереотипами. Во-первых, успешность соблюдения правил исполнения социальной роли зависит от прочности ее интегрированности в систему ценностей индивида. Во-вторых, как социальные роли, так и аксиологические стереотипы обладают одинаковой общественной значимостью. Их функциональная направленность ориентирована на поддержание социальной стабильности, устойчивости.

*2. Социальная значимость.* Потребность в идентификации на уровне внутригрупповых контактов определяется необходимостью вхождения в установленный механизм ролевого взаимодействия. Стремление к идентичности выступает в качестве механизма формирования социальных стереотипов на институциональном уровне.

*3. Ценностная акцентуированность.* Социальные идентификации обретаются на основе определенных ценностей. Между тем, социальные институты представляют собой не столько группы, сколько сферы социальной реальности, в которых протекает социализация, достигаются социально значимые цели, реализуется практика социального научения и т.д. В этом смысле важнейшее значение приобретает то, насколько согласованным относительно всего спектра социальной протяженности является ценностная трансформация, протекающая в социальных институтах. Сам процесс стереотипизации здесь подчинен задачам социализации и реализуется через образование трех компонентов социального стереотипа: когнитивного (признание ценностей социума как своих собственных), аффективного (закрепление этих ценностей в сознании посредством установления устойчиво положительного к ним отношения) и коннативного (реализация ценностей в модели ролевого взаимодействия с участниками социального действия). Однако состояние аномии, которое переживает современное российское общество, приводит к уменьшению интегративного потенциала аксиологических стереотипов в системе социальных институтов.

Процесс стереотипизации на этом уровне не находит того должного развития, когда наличие стереотипов определяет устойчивость социальной системы. Поскольку мы констатируем доминирование в социальном действии аспекта катектических потребностей, то универсалистские ценности редуцируются в элементарную борьбу за деньги, власть и престиж, а партикуляристские отражают индивидуальные стереотипы, которые не находятся в согласованном со стереотипами других акторов социального действия состоянии. При такой оценке в обществе будет отсутствовать единообразное понимание как ценности семьи, собственности, власти, права, и, что еще важнее, - отрицание данных социальных институтов как самоценности.

В качестве вывода, предшествующего исследованию эмпирических показателей развития российского общества, отметим в структуре естественных стереотипов преобладание индивидуальных стереотипов над групповыми.

**2.3. Процесс стереотипизации в системе взаимоотношений «власть-общество»**

Согласно нашей социологической модели аксиологических стереотипов, на данном уровне социальной системы происходит образование искусственных стереотипов. Описание процесса их образования осуществлялось в системе определенного ряда координат, которые отражают усилия власти в ходе актуализации интегративного потенциала стереотипов. В числе таких координат в диссертации были рассмотрены:

- тесная связь с идеологией;
- возрождение патриотических чувств;
- апелляция к традиционным ценностям;
- транслирование в массовое сознание образа врага;
- широкое использование манипуляций для управления массовым сознанием.

Первые три аспекта имеют аксиологическую природу. Это нельзя считать случайным, поскольку в нашей типологии социальных стереотипов искусственные стереотипы являются разновидностью стереотипов аксиологических, то есть тесно связанных с социальными ценностями. Поэтому указанные аспекты определяют содержательное ядро процесса образования искусственных стереотипов. Четвертый аспект выступает катализатором процесса стереотипизации, четко артикулируя в социальном пространстве базовые ценности искусственного стереотипа. И, наконец, аспект пятый указывает на «искусственность» происхождения стереотипа как конструкта, который создан в модели взаимодействия «власть-общество» и ориентирован на достижение интеграционной функции.

Во второй главе диссертационного исследования мы пришли к следующим выводам. Процесс стереотипизации протекает на трех уровнях социокультурного пространства: групповом, институ-циональном и социетальном. Его характеристика осуществлялась с учетом содержательных особенностей двух разновидностей аксиологических стереотипов: естественных и искусственных. Механизм образования естественных стереотипов связан с социализацией, трансформацией культурного опыта в схематичные стандартизированные формы реагирования, генерирующие его в индивидуальные и групповые стереотипы. Их согласованность определяет наличие социальной солидарности и устойчивости социального развития групп и институтов. Рассогласованность между групповыми и индивидуальными стереотипами, напротив, обусловливает лояльность и отсутствие устойчивости социокультурной системы. Процесс образования искусственных стереотипов генерируется социальными манипуляциями, в основе которых лежит рефлексия власти на потребности в социальной интеграции. Посредством этого генезиса образуются искусственные стереотипы, функционально ориентированные на стимулирование социальной интеграции, но содержащие в себе опасность быть надуманными и потенциально выступающие в качестве препятствия социальному прогрессу. Механизм манипулирования массовым сознанием, продуктом которого становится образование искусственных стереотипов, обусловливает формирование объектного общества, не способного к саморазвитию, рефлексирующего на историческое прошлое и реализующее свой ин-

теграционный потенциал посредством коннотаций, постоянно нуждающихся в артикуляциях со стороны власти.

Основная цель, которая поставлена в главе 3 – **«Выявление рассогласованности естественных стереотипов в системе социальных институтов»** - следующая: проанализировать согласо-ванность стереотипных представлений россиян в контексте институциональных связей через отношение к власти, труду, собственности и праву.

**3.1. Аксиологические стереотипы отношения к власти**

В результате анализа было установлено, что в российском обществе отсутствует сколько-нибудь четкое единообразие естественных стереотипов, связанных с отношением россиян к власти. Изучение эмпирических данных, произведенное на основе вторичного анализа социологических исследований, позволяет выделить следующие параметры несоответствия: 1) оценка власти в России имеет антиномичный характер (выделено четыре антиномии); 2) мнения респондентов о различных властных институтах противоречивы; 3) оценка респондентами собственной политической культуры обладает антиномичным характером (выделено восемь антиномий).

Анализ аксиологических стереотипов власти, в конечном итоге, демонстрирует слабую выраженность в России механизмов социальной самоорганизации.

**3.2. Аксиологические стереотипы отношения к собственности и труду**

Было выявлено три уровня рассогласованного отношения к частной собственности со стороны россиян. Два из них предопределяются возрастом и материальным положением, еще один связан с отсутствием четкой распределенности оценок в зависимости от стратификационных показателей. Поэтому неслучайно россияне, позитивно относясь к собственности, относятся подобным образом лишь к своей собственности, но отрицательно - к чужой. Здесь мы находим комбинацию и старых стереотипов собственности общинных времен, когда земля регулярно перераспределялась на началах справедливости, и современных стереотипов эпохи модернити, которые обязывают нас относиться к частной собственности как к «священной корове» капитализма. Относительно трудовых стереотипов нужно заметить, что российское общество является расколотым на две примерно равные половины в связи с признанием его членами готовности воспринимать старую или новую системы трудового поведения. Эта рассогласованность стереотипов, к которой следует добавить стереотипы идеологических противников частной собственности, так же как и в отношении стереотипов власти, препятствует формированию в России саморегулирующегося социетального общества.

**3.3. Аксиологические стереотипы отношения к праву**

Общая оценка стереотипов отношения россиян к праву не может быть однозначной. Нами выделено два полюса формирования и функционирования данных стереотипов. На одном полюсе находятся стереотипы традиционного общества: неуважительное отношение к правовым нормам, недоверие к институционализированным структурам, которые в системе власти отвечают за реализацию правовых норм, патронажное отношение к функциям права, готовность решать спорные правовые ситуации внеправовыми способами. На другом полюсе

отмечается позитивное отношение к идее равноправия, уважительное отношение к демократическим ценностям, концепции правового государства и т.д. Такая дуалистичность правовых стереотипов, вкупе с наличием в массовом сознании правового нигилизма, порождает в обществе ситуацию разрегулированности, когда индивид не имеет в своем сознании четкой картинки, раскрывающей общественно одобряемый логарифм социального действия. Данная ситуация имеет аномичный характер, поскольку аномией является, прежде всего, распад четко синхронизированных в социальном действии и ожиданиях действия аксиологических стереотипов. Российская правовая культура поражена вирусом крайнего индивидуализма, когда каждый социальный актор реализует свою индивидуальную программу взаимодействия. Отсутствие синхронизированности этих программ обусловливает разрегулированность социальных ожиданий в моделях правового и внеправового поведения отдельных акторов российского социума.

Общий вывод по третьей главе нами был сделан следующий. В ходе эмпирического анализа мы проанализировали характер аксиологических стереотипов, которые действуют в системе институциональных отношений. Здесь мы акцентировали внимание на естественные стереотипы, то есть те, которые сформировались в ходе эволюционного процесса становления ценностей российского общества и правил коммуникации его акторов под воздействием процессов социализации. Естественные стереотипы анализировались в контексте институционального подхода именно потому, что они органично связаны с той системой социальных ролей и ценностных типизаций, которые определяют характер и особенности коммуникационных процессов в социальных институтах. Через социальные роли индивид воспринимает систему социальных норм, социализируется. Усваивая общественные ценности, он обретает совокупность устойчивых связей, которые предполагают согласованное отношение и действие. Ценности, находя в модели институциональных отношений признание и поддержку в ходе ролевого взаимодействия, приобретают устойчивый характер, особое состояние, не требующее ежедневной проверки их состоятельности и правильности. Так естественным путем в ходе социальной коммуникации формируются аксиологические стереотипы отношения к власти, праву, собственности, труду и т.д. Таким образом, внутри российского социума существует два типа обществ. Одно строится на началах архаики и является традиционалистским. Другое находится в состоянии модернизации. Принципы самоорганизации этих двух социумов обусловлены несогласованными друг с другом стереотипными представлениями о ценностях и правилах социальной деятельности. Все это свидетельствует о том, что российское общество нельзя рассматривать как самоорганизующуюся систему аналогичную той, что представлена в рамках методологии структурного функционализма.

В главе 4 – **«Стихийное образование искусственных стереотипов в массовом сознании в целях укрепления устойчивости российского общества»** - была поставлена цель понять те социокультурные процессы, которые обусловливают потребность в формировании искусственных стереотипов ради повышения интеграционного потенциала отечественного социума.

**4.1. Девальвация традиционных ценностей как источник образования искусственных стереотипов**

Проведенный анализ естественных стереотипов отношения к власти, собственности, труду и праву позволяет утверждать, что в современном российском обществе на данный момент отсутствует единое аксиологическое поле, на котором могли бы формироваться социальные стереотипы, обладающие необходимым для поддержания социальной стабильности потенциалом.

Подобного рода состояние обусловило необходимость изучения возможности совмещения традиционных и модернистских ценностей (и, соответственно, связанных с ними аксиологических стереотипов) в массовом сознании. Такое исследование важно для понимания перспектив формирования и поддержания социальной устойчивости в обществе, где действуют разнородные стереотипы.

На основе проведенного анализа совместимости базовых российских ценностей, как они понимаются в отечественной научной традиции, была установлена их противоположность основным тенденциям развития общества модерна. Эта рассогласованность обнаруживается также в аспекте принципиальной несовместимости традиционных стереотипов, характерных для российской ментальности, и стереотипов, формирующихся под воздействием современных перемен. Столь явная несогласованность привычных штампов реагирования на типичные ситуации с новыми требованиями, которые диктует современная эпоха, приводит к девальвации самой возможности находить нормативный консенсус между социальными акторами. В свою очередь, это с неизбежностью обусловливает девальвацию социальных ценностей, чья главная функция в контексте помещения их в систему общих релевантностей призвана обеспечивать прозрачность и ясность ответных поведенческих реакций на основе ценностных типизаций.

Принципиальная несовместимость аксиологических стереотипов модернистского общества и общества традиционалистского становится фактором усиления в социокультурной системе стохастичных процессов, снижая, тем самым, потенциал устойчивости и стабильности.

**4.2. Продуцирование в массовом сознании искусственных стереотипов как отражение стремления российского социума к выработке интеграционных потенциалов**

Особенности социального действия в сегодняшней России приобрели в своей ценностной основе релятивистский характер, связанный с отрицанием существования в обществе незыблемых правил, которым социальный актор в ходе коммуникации должен императивно следовать. Ранее эти императивы определялись аксиологическими стереотипами и социальным контролем. Последний в наши дни резко ослаб, и социальные стереотипы переходят в состояние индивидуальной оценки, переставая играть роль интегрирующих факторов. Рассогласованность ценностных установок и устремлений, наблюдаемая в современной отечественной ментальности, обусловливают глубокий духовный кризис российского общества. Сегодня наше общество начинает протестовать против тех стереотипных форм поведения, которые транслируются западной культурой. Именно борьба разнородных стереотипов порождает состояние неопределенности, приводящее к девальвации социальных ценностей. Человек же по сути своей не может долго находиться в

подобном состоянии. Ежеминутно творчески решать возникающие проблемные ситуации – задача непосильная практически для каждого.

Сочетание в системе социальных ценностей модернистского и традиционалистского векторов развития приводит к формированию удивительного нормативного синтеза, который следует рассматривать в качестве процесса самоорганизации российского общества в социетальное сообщество. Подводя итоги модернизации в России, пока, безусловны, промежуточные, поскольку общество еще не подошло к черте, за которой будет четко обозначен либо возврат к прежним ценностям, либо ясное видение контуров новой ментальности как оригинального продукта трансформационного процесса, следует отметить, что в российском обществе просматривается нехарактерная для целостной социетальной системы двойственность аксиологических стереотипов. С одной стороны, мы видим, что в обществе сохраняются традиционные для российской ментальности стереотипы, сфор-мировавшиеся еще в дооктябрьские и советские времена. С другой стороны, важной характерной чертой современных ценностей россиян становится формирование в их подсознании принципиально новых стереотипов, которые либо разрушительно действуют на старые, либо складываются уже на развалинах традиционных стереотипов, заново формируя готовые рецепты социального реагирования на внешние раздражители в социуме. Подобная двойственность стереотипно предопределенных социальных реакций продуцируется как в ценностной оболочке подсознания отдельного человека, так и на разных уровнях социальной системы - групповом, институциональном, социетальном.

С точки зрения нормального функционирования социальной системы такая ситуация является крайне неудовлетворительной. В условиях стереотипной предопределенности подобного несоответствия коммуникативных и оценочных стандартов российское общество утрачивает способности к функционированию в качестве саморегулирующегося механизма. Иными словами, оно не может быть саморазвивающейся системой. В нем изнутри заложен мощнейший потенциал деструкции, который сдерживается либо с помощью внешних факторов, например деятельности государства, либо посредством более или менее солидарного признания казалось бы явно деструктивных форм проявления социального действия в качестве имманентно присущих отечественному стереотипу поведения.

При объяснении данного процесса с позиции искусственных стереотипов следует отметить, что общество лишь играет в прошлое, создавая жесткие правила этой игры: что-то в ней является правильным, а что-то противоправным. Правилами в такой игре выступают ценностные типизации, конституирующие искусственные стереотипы. Их главная задача состоит в том, чтобы через выработку общих критериев оценки идентичности (соответствия другим акторам) формировать основания для социальной интеграции. В этом проявляется форма самоорганизации общественного единства, хотя подобного рода самоорганизация существенно отличается от той, которая в структурном функционализме Т. Парсонса рассматривалось в рамках концепции об обществе как о самоорганизующейся системе. В первую очередь потому, что в процессе такой игры не складывается системность, отсутствуют четко предписанные роли, не происходит структурации социальных институтов, не складывается, хотя бы на групповом уровне, единое ценностное по-

ле для действий социальных акторов. Искусственные стереотипы, посредством вольной постмодернистской игры в смыслы и содержания, формируют ту степень интегрированности, которая необходима для выживания в условиях кризиса.

Подобное социальное состояние легко объясняется с помощью концепции «играизации» С.А. Кравченко, выдвинутой социологом в ряде его работ 2002-2003 годов. Она сформулирована в рамках постмодернистской парадигмы. Искусственный стереотип сам в значительной степени является продуктом играизирующего общества, и прежде всего потому, что возник как негативная реакция на формирование несвойственных российскому сознанию идентичностей. Отсюда стремление к прошлому. Воспроизвести его в реальных формах, которые имели место в истории, невозможно. Однако возможным представляется «поиграть» в него, найдя те ориентиры и правила, которые более или менее единодушно могут быть признаны на социетальном уровне.

Впрочем, эти тенденции так и остались бы в зародышевом состоянии, если бы их значимость не была осмыслена властью. Давно подмечено, что власти более выгодно, когда общество подвержено легким и малозатратным способам управления: не надо бороться с преступностью (она сама понижается), нет необходимости тратиться на дорогие социальные программы (например, борьба с наркоманией, беспризорностью и т.п.). Чтобы добиться этого, власть должна иметь влияние на массовое сознание. Другими словами, для социальных манипуляций должен быть твердый базис. Именно таким базисом в нашем понимании являются искусственные стереотипы.

При анализе данного раздела диссертационного исследования в итоге мы пришли к следующему. Ситуация рассогласованности предполагает, что современному российскому обществу необходимы сдерживающие механизмы, которые выполняли бы функции скрепляющего материала в целях предотвращения распада. Естественные стереотипы не могут в полной мере справиться с этой функцией, поскольку они отражают ценности двух принципиально разных систем релевантностей - традиционного общества и общества модернистского. Их несочетаемость порождает рассогласованность в оценках социального действия, стимулирует повышенный уровень девиации в обществе. Более адекватно интегративную функцию аксиологических стереотипов выражают искусственные, согласно нашей терминологии, стереотипы. Именно они складываются под воздействием удовлетворения социальных потребностей в сплоченности и реализуются в повседневных практиках взаимодействия как мощный фактор, повышающий интеграционный потенциал российского общества.

В главе пятой – **«Применение манипуляционных способов формирования искусственных стереотипов в целях укрепления общественной устойчивости»** - была поставлена цель проанализировать возможности социальных манипуляций как условия образования искусственных стереотипов. Эти возможности нами апробировались на примере художественных фильмов.

**5.1. Опыт применения контент-анализа для выявления условий образования искусственных стереотипов**

При анализе данного аспекта мы брали в расчет, что осуществляется изучение не самого российского общества, а его искусственной имитации. Мы исходили из

идеи, что художественный фильм представляет собой некий завершенный и застывший в определенном историческом времени тип состояния общества как искусственно смоделированной реальности. Она не растворяется во времени, в многочисленных социальных институтах и группах, которые образуют миллионы людей, а представлена в нашем восприятии на четко установленном хронометраже кинокартины, а также в типизированных образах ограниченного количества персонажей. Мы исследовали аксиологические стереотипы, а в художественных фильмах их создатели заставляют героя мыслить именно стереотипно, отражая тот или иной фрагмент реальности, заключенной в соответствующих ей стереотипах. В целом, персонажи, являются носителями определенных совокупностей стереотипов, которые взаимодействуют с носителями других совокупностей стереотипов.

При отборе фильмов мы руководствовались следующими критериями.

В фильмах, подходящих для контент-анализа, их создатели четко выражали типизированные черты российской культуры, а также субъектных носителей данных черт. При таком подходе, который предполагает широкую операционализацию ценностей российского общества, применяя контент-анализ, очень легко выделять аксиологические стереотипы, ибо функция их, по замыслу сценариста и режиссера, состоит в том, чтобы подчеркивать определенные личностные черты персонажей фильма.

Отбираемые для контент-анализа фильмы включали в себя рефлексию их создателей на процессы, происходившие в российском социуме, и, одновременно, были мощным фактором социализирующего воздействия на общество. Говоря о социализации, мы имеем в виду способы манипулятивного воздействия на зрителей, используемые создателями картины. Манипуляции достигались за счет вторжения в ценностную сферу реципиента, которая трансформировалась посредством становления новых стереотипных способов оценки реальности.

Фильмы были поставлены профессионалами своего дела, и их создатели гарантируют высокое качество четкости картинки российского общества на момент их создания.

Важнейшим критерием отбора следует назвать и коммерческий успех выбираемых для контент-анализа фильмов. Этот критерий представляется нам особенно значимым, так как устойчивый зрительский интерес к кинокартине подтверждает, что фильм выступает не просто средством манипуляции массовым сознанием, но и отражает еще не устоявшуюся, но уже начавшую формироваться новую шкалу ценностей, которую кинокартина делает стереотипной. Достигается это прежде всего за счет резкого усиления аффективной составляющей создаваемого стереотипа.

Далее максимально кратко остановимся на механизме разработанного нами метода контент-анализа художественных фильмов.

Суть метода состоит в следующем. В ходе первичного просмотра фильма он делится на смысловые единицы, составляющие его элементарную матрицу. В качестве смысловых единиц выделяются те фрагменты фильма, которые несут в себе какую-либо смысловую нагрузку, связанную с развитием сюжета. Все эти смысловые единицы тщательно записывались по мере просмотра фильма. Им был присвоен номер в соответствии с порядком их появления в кадре. Фиксация

смысловых единиц осуществлялась в произвольной форме, но так, чтобы исследователю было понятно, какую содержательную нагрузку содержит данный фрагмент.

После этого смысловые единицы были объединены в смысловые линии фильма. Смысловая линия представляет собой определенную совокупность тождественных по содержанию смысловых единиц. Количество последних зависит от формальной степени значимости смысловой линии.

Следующий этап анализа - выявление корреляционных зависимостей между смысловыми линиями. Посредством корреляционного анализа были обнаружены явные и латентные содержательные векторы, а также установлен их суггестивный потенциал для формирования стереотипных представлений и оценок.

Описанный метод был использован при анализе трех фильмов: «Окно в Париж», «Особенности национальной охоты» и «Брат-2».

Проведенный контент-анализ указанных фильмов позволил нам сделать следующие выводы.

В начале 90-х годов российское общество находилось в состоянии деформации социальных связей и утраты ориентиров национальной идентичности. Отсутствовало понимание ценности национальной культуры, имел место распад привычных социальных норм и устойчивых ролей поведения (фильм «Окно в Париж»).

С середины 90-х годов в отечественном социуме начинает наблюдаться пробуждение понимания значения факторов, способствующих повышению социальной интеграции и устойчивости. В это время российское общество только приступает к поиску новых ценностей, которые позволили бы обрести новые импульсы к единению. Тогда же предпринимаются попытки взглянуть несколько иначе на собственную культуру. Ей уже не дают абсолютно негативистские оценки, однако и позитивных компонентов тоже еще не выделяют. Отсюда акцентуация в фильме «Особенности национальной охоты» на пьянство, которое героями рассматривается как условие, способствующее социальной интеграции. Иных маркеров общество тогда еще предложить не могло. Однако было обращено внимание на то, что в проанализированном фильме четко отражена тенденция поиска таких маркеров. Эта тенденция, безусловно, тупиковая. В то же время, само ее появление можно расценивать как отрадный момент, так как именно в ту эпоху начинаются поиски национальных идентичностей, которые приобрели устойчивый потенциал и явно ощутимый смысл лишь в новом тысячелетии.

Отражением новых тенденций в российском обществе стал фильм «Брат–2», ставший знаковым для постперестроечной России в ее кинематографическом воплощении. Именно относительно этого периода времени можно утверждать, что наличие искусственных стереотипов, как индикаторов стремления к формированию национальной идентичности, является уже свершившимся фактом социальной жизни. Кинематограф уловил новые веяния в массовом сознании и отразил их на экране. С другой стороны, он же был одновременно и их творцом. Четкое соотношение причин и следствий в данном сложном общественном явлении установить не представляется возможным. Здесь прослеживается и тяга российского общества к исконному, и желание властей дать народу базисные основания для

единства, которые всегда легче найти в прошлом, нежели в настоящем. Российское общество стало приходить к осознанию того, что мы – другие, и у нас есть свои интересы. Проанализированный фильм очень четко показывает итоговую эволюцию отмеченных тенденций, устанавливает, к какому ценностному обрамлению пришло их развитие.

**5.2. Механизм манипуляционного формирования искусственных стереотипов**

В завершающей части диссертационного исследования решалась следующая задача: показать возможности формирования искусственных стереотипов средствами художественных фильмов. Эти возможности анализировались с помощью метода группового интервью. Мы выявляли суггестивную силу искусственных стереотипов, сформированных художественными фильмами, в практике их просмотра отдельными группами.

Для достижения этой цели был организован просмотр двух из проанализированных в ходе контент-анализа художественных фильмов: «Окно в Париж» и «Брат-2». По итогам просмотра были проведены групповые интервью, в ходе которых нами осуществлялся замер остаточных воздействий стереотипов поведения социального симулякра на сознание участников групп.

Всего было сделано тридцать групповых интервью с десятью группами. Общая выборка – N =185. Опросы проходили по недельному циклу: предварительное интервью; через неделю - просмотр фильма «Окно в Париж» и проведение после небольшого перерыва группового интервью; через неделю - просмотр фильма «Брат-2» и очередное интервьюирование.

Исследование имело лонгитюдный характер и осуществлялось в течение двух лет: с ноября 2006 года по ноябрь 2008 года.

Объектом исследования являлась студенческая молодежь в возрасте от восемнадцати до двадцати лет. В обоснование такого выбора необходимо сказать следующее.

1. Студенческая молодежь выбрана постольку, поскольку в ее сознании еще не до конца завершен процесс формирования аксиологических стереотипов. Даже сами ценности еще находятся в стадии незавершенной интериоризации, не говоря уже о том, чтобы в отношении сознания студенческой молодежи можно было вести речь об устоявшейся матрице стереотипных ценностей. Это обстоятельство обеспечивает широкие возможности для манипулирования подобного рода сознанием.

2. С группами студентов, которые были избраны в качестве объекта исследования, у интервьюера в процессе преподавательской деятельности уже был налажен необходимый контакт, установлен должный для проведения группового интервью уровень взаимопонимания. Это является важной гарантией репрезентативности полученных результатов.

3. Несмотря на возрастную однородность, участники проведенных групповых интервью относятся к разным социальным слоям. Среди них широко представлены жители села, рабочий класс, интеллигенция (преимущественно гуманитарная).

Для всех групповых интервью был разработан общий сценарий (гайд). Единая посылка для сценария выстраивалась на основе следующей направленности: выявить, как было, и показать, как стало. Иными словами, чтобы установить какие-

либо изменения в стереотипных представлениях, необходимо знать, какими эти представления были до стадии просмотра выше означенных кинокартин. Подобного рода требование к методике проведения опроса предопределило трехступенчатую систему интервьюирования респондентов. В этих целях мы использовали элементарную составляющую социального стереотипа, который складывается из трех основных аспектов: аффективного, когнитивного и коннативного. Именно по обозначенным аспектам осуществлялись в процессе интервьюирования участников групп замеры колебаний стереотипных представлений, связанных с просмотром фильмов «Окно в Париж» и «Брат-2».

Все интервью проводились по общей схеме, состоявшей из трех основных блоков:

1) общий анализ стереотипных представлений о россиянах, русских, собственной стране, иностранцах и т.п.;

2) отношение к эмиграции;

3) выявление мнений о перспективах развития российского общества.

Выделение данных блоков объяснялось необходимостью установить стереотипные представления того спектра ценностей, которые будут выявлены и обсуждены после просмотра художественных фильмов.

В ходе предварительного интервью была поставлена цель определить содержание аксиологических стереотипов у участников групп. По итогам десяти предварительных групповых интервью выявилось следующее. Участник группы представляет собой человека уверенного в своих силах, с хорошей самооценкой, позитивно относящегося к культуре, носителем которой он является, отрицательно настроенного к национальному самоуничижению в прошлом и настоящем, испытывающего национальную гордость от принадлежности к своей стране (патриотизм), равнодушного к идее отъезда за рубеж и верящего в перспективы развития российского общества.

Этот образ мы далее сопоставляли с результатами, полученными в двадцати последующих групповых интервью.

Итоги второго этапа групповых интервью, проведенных после просмотра фильма «Окно в Париж», позволили нам сделать вывод, что эта кинокартина сформировала элементы аффективного и когнитивного аспектов социального стереотипа негативного отношения к российскому обществу, а также коннативный аспект данного стереотипа у групп № 1, № 3 и № 4. Важно обратить внимание на то, что он проявился уже после единичного просмотра социального симулякра, содержащего искусственный стереотип отрицательного отношения к российскому социуму, сумев поколебать более характерные для современной молодежи стереотипы патриотизма, оптимизма, отрицательного отношения к эмиграции, сформированные интенсивной работой современных средств массовой информации.

Перед началом просмотра фильма «Брат-2» была выдвинута гипотеза о возможности формирования средствами воздействия художественного фильма искусственного стереотипа положительного отношения к собственной стране («Своим»), основанного на акцентуации негативистского отношения к иностранцам («Чужим») и создания биполярного мира с ценностями традиционного общества. В результате анализа полученных данных эта гипотеза была полностью подтверждена.

Выявленный в ходе групповых интервью процесс стереотипизации отражает особенности того типа общества, который формируется в результате образования в общественном сознании искусственных стереотипов. В теоретическом анализе мы выделяли несколько этапов трансформации массового сознания под воздействием процесса стереотипизации. На первом из них речь идет о формировании квазистереотипов (отсутствует признак «бессознательности»). Данные квазистереотипы образуют условия для развития модели субъектного общества. Его субъектность предопределяется возможностями со стороны социальных акторов свободно и осознанно создавать желаемое самим субъектом аксиологическое поле для формирования когнитивного аспекта социального стереотипа. Перспективы развития субъектного общества зависят от способности социального актора к постоянной саморефлексии своих общественных потребностей и умения выстраивать систему социальных релевантностей. Проведенные групповые интервью заставляют нас критически оценить наличие подобного рода способностей в российском обществе. Поэтому социальные процессы, ведущие к образованию аксиологических стереотипов, на данном этапе не останавливаются.

Обнаруженный посредством просмотра кинофильмов механизм стереотипизации отражает особенности второго этапа образования искусственных стереотипов. Здесь квазистереотипы субъектного общества посредством манипуляций транслируются в массовое сознание. Предметность данного массового сознания была выражена в виде тех десяти групп, в которых мы проводили групповые интервью по итогам манипулятивного воздействия на них подобранными с этой целью художественными фильмами, содержавшими соответствующие искусственные стереотипы. В результате наблюдалось образование социальной матрицы знаков, характерных для объектного общества.

Воздействие идеологем, содержащихся в отобранных фильмах, создало предпосылки для идеологической обработки сознания участников групп, следствием чего стало формирование гипотетически постулированной в теоретическом анализе, и полностью подтвердившейся на практике эволюционной цепочки трансформации массового сознания: «знак → первичный символ → вторичный символ → знак».

Так, с помощью идеологического ядра художественных фильмов, обусловливающих возможность означивать восприятие социальных смыслов, были созданы готовые, прескриптивно заданные стандарты поведения и мышления.

Подтверждение на практике предположений, высказанных в теоретическом анализе, позволяет нам сделать вывод о том, что в настоящее время формируется объектное общество, в котором сознание социальных акторов находится под воздействием четко заданных и означенных когнитивных сущностей.

Подобная характеристика российского общества выявляет до поры до времени латентный, но очень опасный недостаток, который в будущем может сыграть свою отрицательную роль. Легкость формирования искусственных стереотипов в действительности является оборотной стороной их неустойчивости. В самом деле, смена диаметрально противоположных идеологических векторов, содержащихся в фильмах «Окно в Париж» и «Брат 2», приводит в результате просмотра к легкому вытеснению из сознания участников групп под воздействием нового просмотра ценностных составляющих кинофильмов. Это предопределяется тем, что процесс

образования искусственных стереотипов основан на трансляции в массовое сознание навязанной, а не осмысленно приобретенной рефлексии самих манипуляторов. Такая навязанная рефлексивность и задает неус-тойчивость существования искусственных стереотипов, их потенциальную готовность к самораспаду либо из-за снижения уровня аффективной их составляющей, которая играет огромную роль в стимулировании процесса стереотипизации, либо вследствие внедрения в сознание новых когнитивных сущностей, которые приведут к формированию соответствующих им искусственных стереотипов.

Подобного рода неустойчивость заставляет поставить под сомнение установившуюся в российском социуме так называемую стабильность.

В **Заключении** подводятся краткие итоги диссертационного исследования, делаются выводы и раскрываются перспективы социокультурной трансформации с учетом действия выявленных в работе тенденций общественного развития.

**Основное содержание диссертации отражено в публикациях автора:**

*Статьи из перечня ведущих научных журналов и изданий ВАК:*

1. *Ковалев В.В.* Проблема социальных стереотипов в зарубежной социологии и психологии [Текст] / В.В. Ковалев // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2007, № 1. - 0,5 п.л.

2. *Ковалев В.В.* Проблемы типологии социокультурных стереотипов [Текст] / В.В. Ковалев // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2007, № 4. - 0,5 п.л.

3. *Ковалев В.В.* Проблемы измерения искусственных стереотипов в рамках постмодернистской парадигмы [Текст] / В.В. Ковалев // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2007, № 5. - 0,5 п.л.

4. *Ковалев В.В.* Ценностная трансформация российского общества: новые вызовы и старые стереотипы [Текст] / В.В. Ковалев // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2007, № 6. - 0,5 п.л.

5. *Ковалев В.В.* Формирование социальных стереотипов в условиях ценностной неопределенности российского общества [Текст] / В.В. Ковалев // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2008, № 1. - 0,5 п.л.

6. *Ковалев В.В.* Практика применения контент-анализа для выявления условий формирования искусственных стереотипов (на примере художественных фильмов) [Текст] / В.В. Ковалев // Социология. 2008, № 2. - 1,0 п.л.

7. *Ковалев В.В.* Социальные стереотипы как образующая основа особенностей правового сознания российского общества [Текст] / В.В. Ковалев // Философия права. 2008, № 3. - 0,5 п.л.

8. *Ковалев В.В.* Проблемы выявления механизма формирования искусственных стереотипов (на примере контент-анализа фильма «Брат–2») [Текст] / В.В. Ковалев // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008, № 4. - 0,5 п.л.

9. *Ковалев В.В.* Социальные стереотипы отношения россиян к собственности [Текст] / В.В. Ковалев // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2008, № 5. - 0,5 п.л.

10. *Ковалев В.В.* Трансформация ценностей в российском обществе: новые вызовы и старые стереотипы [Текст] / В.В. Ковалев // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 2009, № 1. - 0,6 п.л.

11. *Ковалев В.В.* Формирование искусственных стереотипов в практиках работы средств массовой информации (на примере влияния художественных фильмов) [Текст] / В.В. Ковалев // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2009, № 1 - 0,5 п.л.

*Монографии:*

12. *Ковалев В.В.* Роль и значение социокультурных стереотипов в процессе формирования устойчивости российского общества [Текст] / В.В. Ковалев. – Ростов н/Д: ИПО ПИ ЮФУ, 2008. – 6,0 п.л.

13. *Ковалев В.В.* Искусственные стереотипы в российском обществе: понятие, механизмы образования, социальная роль [Текст] / В.В. Ковалев. - Ростов н/Д: ИПО ПИ ЮФУ, 2009. – 8,0 п.л.

*Научные статьи, доклады, тезисы:*

14. *Ковалев В.В.* Социальные ценности и стереотипы в религиозности россиян» [Текст] / В.В. Ковалев // Педагогическая наука и образование в России и за рубежом: региональные, глобальные и информационные аспекты. 2005. Вып. 1. Раздел 2. - 0,2 п.л.

15. *Ковалев В.В.* Типология социальных стереотипов: перспективы исследования проблемы [Текст] / В.В. Ковалев // Педагогическая наука и образование в России и за рубежом: региональные, глобальные и информационные аспекты. 2005. Вып. 1. Раздел 2. - 0,2 п.л.

16. *Ковалев В.В.* Проблемы поиска критериев оценки и анализа социальных стереотипов в институте образования [Текст] / В.В. Ковалев // Известия Южного Федерального Университета. Педагогические науки. 2007, № 3. - 0,5 п.л.

17. *Ковалев В.В.* Основные проблемы изучения социальных стереотипов (логика трансформации понятия)» // Педагогическая наука и образование в России и за рубежом: региональные, глобальные и информационные аспекты. 2007. Вып. 2. Раздел 2. - 0,5 п.л.

18. *Ковалев В.В.* Формирование социальных стереотипов в процессе групповой коммуникации как отражение устойчивости развития российского общества [Текст] / В.В. Ковалев // Актуальные проблемы социального диалога в современном российском обществе. - Ростов н/Д: ИПО ПИ ЮФУ, 2007. - 1,5 п.л.

19. *Ковалев В.В.* Роль искусственных стереотипов как факторов интеграции российского общества [Текст] / В.В. Ковалев // Научная мысль Северного Кавказа. 2007, № 2 (междисциплинарные и специальные исследования). - 0,5 п.л.

20. *Ковалев В.В.* Проблемы поиска интегрирующих начал в современной российской цивилизации (роль искусственных стереотипов) [Текст] / В.В. Ковалев // Национальная идентичность России и демографический кризис. - М.: Научный эксперт, 2008. - 0,5 п.л.

21. *Ковалев В.В.* Теоретические проблемы применения методологии Альфреда Шюца для изучения социальных стереотипов [Текст] / В.В. Ковалев / Актуальные проблемы философии социально-гуманитарных наук. Часть 2. - Ростов н/Д: СКНЦ ВШ ЮФУ АПСН, 2008. - 0,5 п.л.

22. *Ковалев В.В.* Социальные стереотипы как составная часть правовой культуры россиян [Текст] / В.В. Ковалев // Культура. Образование. Право / Отв. ред. А.А. Воронина. - Екатеринбург: ГОУ ВПО РГППУ, 2008. - 0,3 п.л.

23. *Ковалев В.В.* Социальные стереотипы российской системы образования в изменяющемся обществе (поиски критериев оценки и анализа) [Текст] / В.В. Ковалев // Развитие личности в образовательных системах Южно-российского региона. Часть II. - Ростов н/Д: ПИ ЮФУ, 2008. - 0,6 п.л.

24. *Ковалев В.В.* Роль особенностей стереотипов российского общества в формировании практик социального доверия (недоверия) [Текст] / В.В. Ковалев // Социальное доверие в современной России. Екатеринбург: РГППУ, 2008. - 0,5 п.л.

25. *Ковалев В.В.* Искусственные стереотипы современного российского общества (проблемы измерения в рамках постмодернистской парадигмы) [Текст] / В.В. Ковалев // Общество, общности, человек: в поисках «вечного мира». - Тамбов: ГОУ ВПО ТГУ, 2008. - 0,4 п.л.

26. *Ковалев В.В.* Механизм формирования искусственных стереотипов (на примере художественных фильмов) [Текст] / В.В. Ковалев // III Всероссийский социологический конгресс. - М.: ИС РАН, 2008 - 0,2 п.л.

27. *Ковалев В.В.* Проблемы трансформации социальных стереотипов в системе российского института образования (поиски критериев оценки и анализа) [Текст] / В.В. Ковалев // Развитие научно-образовательного сотрудничества вузов России и США в области гуманитарных наук. - Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2008. - 0,7 п.л.

28. *Ковалев В.В.* Стереотипы трудового поведения россиян как препятствие инновационного развития общества [Текст] / В.В. Ковалев. - Ростов н/Д: Изд-во РИУБиП, 2008. - 0,4 п.л.

Подписано в печать 18.11.2009. Формат 60x84 1/16.
Бумага офсетная. Печать офсетная. Объем 2 ф.п.л.
Тираж 100 экз. Заказ № 2-144.
ИПО ПИ ЮФУ.
344082, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, 33.

ic —