

СОЦИАЛЬНАЯ ФИЛОСОФИЯ И ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ

Научная статья
УДК 316.77
doi: 10.17223/1998863X/83/5

ЭТНИЧЕСКИЕ СТЕРЕОТИПЫ: К ПОНИМАНИЮ СУЩНОСТИ

Адэлия Жамилевна Закирова

*Дзержинский политехнический институт (филиал) Нижегородского государственного
технического университета им. Р.Е. Алексеева, Дзержинск, Россия,
Zakirova107@mail.ru*

Аннотация. Рассматривается сущность этнических стереотипов, которые являются непосредственным элементом процесса межкультурной коммуникации. Возникнув в контексте нехватки информации, являясь коммуникативным барьером, этнические стереотипы наполняют взаимодействия эмоциональностью и придают оценочность. Однако обозначенные образы выполняют и положительные функции, помогая дифференцировать собственную группу от других и оперативно ориентироваться в потоке информации.

Ключевые слова: этнический стереотип, повседневность, народ, информационное общество, межкультурная коммуникация, коммуникативная компетентность

Для цитирования: Закирова А.Ж. Этнические стереотипы: к пониманию сущности // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2025. № 83. С. 39–48. doi: 10.17223/1998863X/83/5

SOCIAL PHILOSOPHY AND PHILOSOPHY OF HUMANITY

Original article

ETHNIC STEREOTYPES: TOWARDS UNDERSTANDING THE ESSENCE

Adelia Zh. Zakirova

*Dzerzhinsky Polytechnic Institute (branch) of Nizhny Novgorod State Technical University
named after R.E. Alekseev, Dzerzhinsk, Russian Federation,
Zakirova107@mail.ru*

Abstract. The article examines the essence of ethnic stereotypes, which are an integral element of intercultural communication in the modern world. An ethnic stereotype is a stable subjective image of another people, its representatives, belonging to the field of the unconscious and determined by culture. It is necessary to understand that an ethnic

stereotype, on the one hand, gives an idea of a foreign people, but since it develops in the consciousness of a certain ethnic group, it characterizes this group itself, allowing it to differentiate itself. An ethnic stereotype acts as a barrier in intercultural communication, giving it subjectivity, evaluativeness, emotionality, and determining the behavior of the actor: from predisposition to tension and possible aggression, depending on the context. However, it also performs positive functions, since it helps to accelerate and simplify perception in the context of a constantly incoming and updated large amount of information. Ethnic stereotypes are assimilated in the process of socialization; that is why they are characterized by conservatism and static. Moreover, even if stereotypical thinking about a particular ethnic group is abandoned due to interpersonal interaction, a return to the stereotype is possible. In the conditions of the information society, the problem of ethnic stereotyping is most acute, since the media, along with the institutions of socialization of the individual (family, education system), become important sources of their formation and transmission in the context of the spread of "hate speech". The main tool in overcoming this problem can be the formation of skills of communicative competence, implying an adequate understanding of the foundations of one's own and other cultures, and building various behavioral models based on the designated behavior, as well as conducting a purposeful state policy to form mutually respectful relations between different cultures that make up the nation.

Keywords: ethnic stereotype, everyday life, people, information society, intercultural communication, communicative competence

For citation: Zakirova, A.Zh. (2025) Ethnic stereotypes: towards understanding the essence. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya – Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*. 83. pp. 39–48. (In Russian). doi: 10.17223/1998863X/83/5

Введение

Межкультурная коммуникация является непосредственным элементом повседневности жителя нашей страны, учитывая, что в России проживает около 190 народностей с уникальной самобытной культурой. Принимая во внимание тот факт, что подобное сожительство складывалось исторически, поле межкультурного взаимодействия включает в себя различные этнические стереотипы, оказывающие как положительное, так и отрицательное влияние на процесс коммуникации.

Цель нашего исследования – изучение сущности этнических стереотипов, а также анализ их роли в межкультурной коммуникации. В контексте данной статьи автор предлагает понимать межкультурную коммуникацию как взаимодействие между представителями разных народов – носителей самобытных культур.

Черты, структура и виды этнического стереотипа

Первым термин «социальный стереотип» выделил У. Липман. В дальнейшем активный вклад в разработку теории социального стереотипа внесли В.С. Агеев, А.В. Дмитриев, В.В. Ильюшкин, С.И. Королев, С.Л. Макарова, А.П. Садохин, Н.П. Суходольская. Из зарубежных авторов необходимо отметить Д. Бруннера, В. Перлмуттера, Г. Тэджфела.

Итак, согласно У. Липману, социальные стереотипы – это «упорядоченные, детерминированные культурой „картинки мира“ в голове человека, которые, во-первых, оптимизируют его усилия при восприятии сложных социальных объектов и, во-вторых, защищают его ценности, позиции и права» [1. С. 27].

В политическом словаре подчеркивается, что «стереотипное представление обычно эмоционально, обладает устойчивостью, а также выражает привычное отношение человека к какому-либо явлению, сложившееся под влиянием социальных условий и предшествующего опыта» [2. С. 447]. В кратком психологическом словаре, отмечается, что стереотип – это «упрощенный образ... складывающийся в условиях дефицита информации...» [3]. Механизм стереотипизации включается всякий раз, когда в общем потоке поступающей информации люди встречают явления или ситуации, не требующие подробного и глубокого анализа, если подобный анализ невозможно провести в короткие сроки, если объем информации большой и индивиду необходимо сориентироваться в ней в короткие сроки.

Таким образом, принимая во внимание обозначенные определения, можно выделить следующие черты этнического стереотипа.

- Упорядоченность, простота и однозначность: стереотипы обобщают весь спектр информации о группе в единый образ, выводя на первый план наиболее эмоционально-насыщенные черты и предоставляя индивиду возможность быстро ориентироваться в реальности и в короткие сроки выбирать определенную модель поведения. Данный образ дает односложную, однозначную оценку сообществу и его поведению, закрепляясь за представителями именно этой, а не иной группы.

- Консервативность, устойчивость, стабильность: этнические стереотипы усваиваются с раннего детства в процессе социализации личности, обращение к ним является непосредственным элементом повседневности. Многократное повторение из различных источников (семья, система образования, СМИ) закрепляет этнические стереотипы в сознании индивидов. Более того, несмотря на разумные возражения, учитывая отнесенность к сфере бессознательного, в зависимости от контекста, всегда возможен возврат к стереотипному мышлению.

- Относительность и детерминированность культурой: стереотипное восприятие «чужого» этноса характеризует не только его, но и национальность, в котором оно образовалось и функционирует. Н.А. Ерофеев делает акцент на том, что «этнические представления отражают не одну, а две реальности или, точнее, два народа – и тот, чей образ формируется в сознании другого народа, и тот, в среде которого эти представления слагаются и получают распространение» [4. С. 21].

- Оценочность, предвзятость и эмоциональность: стереотипы проявляются внешним образом в реальных действиях и чувствах людей. Они способны транслировать различные аффективные реакции. Например, стереотип враждебности в отношении индивидов или их групп вызывает напряжение, которое влечет за собой определенную модель поведения: от оскорблений до физического насилия [5. С. 156].

- Знаковый характер: будучи идеальным конструктом социальности человека, этнические стереотипы являются элементами его сознания, но они вовсе не сводятся к «совокупности мифических представлений», а имеют материальное выражение – знаковый характер (являются знаками отношений, в первую очередь социальных) – и всегда отражают некоторую объективную реальность, пусть в искаженном и трансформированном виде, моделируют и организуют ее.



Рис. 1. Структура социального стереотипа

В структуре социального стереотипа (рис. 1) можно выделить несколько составляющих его уровней:

1) когнитивный уровень. Любой стереотип складывается и функционирует вокруг определенных феноменов действительности, в нашем случае вокруг индивидов – носителей определенной культуры и самого народа. Кроме того, в когнитивное ядро входит комплекс представлений о внешнем облике представителей народа, его историческом прошлом, особенностях образа жизни, трудовых навыках, а также ряд изменчивых суждений относительно коммуникативных и моральных качеств данного народа;

2) ценностный уровень выражает отношение субъекта к отражаемой действительности и обычно включает в себя эмоции, чувства симпатии или антипатии к реальному или символическому объекту, народу, его представителям, культуре [6. С. 170], причем эмоции и отношение могут иметь как положительный, так и отрицательный вектор;

3) определенная модель поведения. Когнитивный и ценностный этнический стереотип подразумевает специфический характер действий, совершаемых или не совершаемых индивидом относительно представителей этнической группы, вокруг которой и был сформирован стереотип. Определенная модель поведения может воплощаться в отношении (доброжелательное или враждебное), ожидании (представитель народа поступает тем или иным образом), действии (необходимо вести себя именно так с представителями данного народа)

Различают два ключевых вида этнических стереотипов: автостереотипы, являющиеся образами и представлениями о своей этнической общности, и гетеростереотипы – представления о других народах.

Для национального автостереотипа характерны, главным образом, позитивные чувства по отношению к своему народу. При этом они не исключают критического отношения к определенным сторонам общественной жизни, которые могут мешать прогрессу группы.

При формировании автостереотипа большую роль играет история группы, включающая информацию об исторических событиях и национальных героях. Кроме того, на формирование автостереотипов влияет фольклор, мифы, легенды, а также особенности культуры народа: искусство, народное творчество, традиции, обычаи, религия. Большое значение имеет политика государства по воспитанию патриотизма, проводимая политика памяти.

Относительно гетеростереотипов необходимо отметить, что они могут быть как положительными, так и отрицательными в зависимости от исторического опыта взаимодействия народов. Отношения между различными народами могут быть также закреплены в фольклоре группы и передаваться из поколения в поколение.

Необходимо отметить, что автостереотипы и гетеростереотипы, присущие определенному народу, нельзя рассматривать изолированно, поскольку они выступают как единое целое, как одна из форм отражения народом своего единства и отличия от других этнических групп. Их сплав представляет собой взаимозависимые элементы в структуре этнического стереотипа. Авто- и гетеростереотипы выстраивают систему «мы–они», отражающую отношение к своей и чужой группе.

Функционирование этнических стереотипов

Можно выделить ряд функций, которые выполняют социальные стереотипы в общем и этнические стереотипы в частности.

1. Коммуникативная функция, поскольку этнический стереотип определяет характер коммуникативного процесса, складывающегося между представителями разных народов. Как уже было отмечено, при актуализации этнического стереотипа как определенного образа народа и его представителей прогнозируется поведение другой стороны и в соответствии с прогнозом выбирается установка, реально регламентирующая процесс межэтнического общения. Этнический стереотип служит средством рационализации собственной модели поведения, своих поступков и реакций при межэтническом взаимодействии, и может быть исследован в качестве когнитивно-эмоционального базиса регуляции межкультурного коммуникативного поведения [7. С. 45].

2. Стереотипы выполняют функцию социальной причинности. В данном случае стереотипы являются показателем сложных социальных событий, результатом повышенной напряженности и наличия социального конфликта. Они могут выступать оправданием действий, совершаемых или планируемых против определенных групп в обществе. Особую остроту этнические стереотипы приобретают в контексте миграции, когда к культурным аспектам добавляются политические и экономические [8. С. 27].

3. Стереотипы выполняют функцию дифференциации, позволяя создавать и поддерживать позитивно-ценностную дифференциацию собственной группы от внешних этнических групп. Стереотипы способствуют закреплению традиций и привычек, определенных моделей поведения. В этом плане они выступают как средство защиты повседневного мира человека, его культуры, ценностей [9. С. 148]. Выражением стереотипов в культуре определенного народа являются вербальное поведение, невербальное поведение (мимика, жесты, телодвижения), менталитет и представления о нем другими

нациями, социальные ситуации и поведение в них; особенности быта и повседневной жизни этноса.

4. Информационная функция. По сути, стереотипы представляют отправителю первичную информацию об адресате, его народе, которая может быть как правдивой, так и ложной. Данная функция может быть также названа адаптивной, поскольку, предлагая первичную информацию в короткие сроки, стереотипы ускоряют процессы адаптации к условиям окружающей среды.

5. Стереотипы позволяют упрощать и интерпретировать информационные потоки, что особо актуально в современных условиях в контексте развития информационного общества, когда информации настолько много, что индивиду крайне сложно в ней ориентироваться. В данной ситуации стереотип выступает как упрощенный образ группы, позволяющий определить в кратчайшие сроки отношение к представителям народа, выбрать определенную модель поведения [10].

Явление стереотипизации – характерная особенность переработки человеком внешнего воздействия. Она тесно связана со стремлением человека «рассортировать» полученную им информацию, систематизировать сведения в сознании [11. С. 110]. Механизм стереотипизации не является прирожденным инвариантом человеческого сознания. Стереотипы редко бывают плодом личного опыта. С того момента, как ребенок начинает идентифицировать себя с группой и осознавать себя ее членом, он в процессе социализации, инкультурации усваивает готовые социальные (этические, эстетические и т.д.) стереотипы поведения той группы, к которой принадлежит, в первую очередь наиболее близких к нему людей. Поэтому можно с определенной долей уверенности говорить о том, что социальные стереотипы, прививаемые обществом индивиду через социализацию, становятся и личностными. Следовательно, персональные стереотипы (автостереотипы) являются «подтипом» социальных, сфера их действия – самые разные ситуации, в которых индивид обладает свободой решать, как относиться к тому или иному явлению [5. С. 158].

Согласно В.В. Ильюшкину, стереотипизация является процессом установления причинно-следственных связей между воспринимаемыми объектами и их характеристиками. Г. Тэджфел, рассматривая в качестве основного механизма возникновения стереотипов процессы категоризации, считает, что в случаях этнических стереотипов категоризация редко бывает нейтральной. Происходит «ассоциация» с предпочтением одной категории другой, с одной категорией – «хороший» и другой – «плохой», с одной – «лучше», с другой – «хуже». Таким образом, данный процесс происходит при определенной эмоциональной нагрузке, а также связан с обыденным мировоззрением и часто при нехватке объективной информации. В результате складывается упрощенный образ объекта – стереотип, устойчиво закрепленный в сознании. Впоследствии при возникновении схожей ситуации сознание актора обращается к данному образу [12].

Многие стереотипы возникают спонтанно из-за неизбежной потребности экономии внимания в процессе усвоения опыта других людей и предшествующих поколений, опыта, закрепленного в виде привычных представлений.

Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что причиной появления стереотипов являются следующие аспекты:

- Исторический контекст взаимоотношений различных народов: частота контактов, близость контактов, исторические события, например понятия «братские народы», «горцы».

- Социально-культурный, политический, экономический контекст – современные условия и обстановка, события и явления, которые оказывают влияние на межкультурную коммуникацию.

Здесь выжнущую роль играют средства массовой информации, формирующие определенный образ того или иного народа. Отдельно необходимо отметить распространение и использование языка вражды. Как справедливо отмечает В.И. Мукомель, масс-медиа в большинстве случаев делает акцент на негативные стороны миграции, освещая степень преступности в данной среде и анализируя изменения в миграционном законодательстве, при этом упуская из виду, что при закрытии границ государства многие отрасли могут остаться без рабочей силы и попросту прекратить свою деятельность [13. С. 65]. Согласно С.Л. Макаровой, утверждение негативных этнических стереотипов в прессе происходит в следующих формах: сообщение специально отобранных фактов о жизни этносов; создание и распространение этнических образов; конструирование негативных этнических идей; конфликтная мифология о прошлом, настоящем и будущем этноса; конфликтная лексика; изобразительные средства [14. С. 54].

- Личный опыт воспринимающего. В данном случае актуально обратиться к учению У. Джемса, называющему стереотипы мирами опыта, которые складываются благодаря когнитивному стилю, включающему: специфическую напряженность сознания, особенное «эпохе» (воздержание от определенной направленности внимания), преобладающую форму активности, специфическую форму личной вовлеченности, конкретную форму социальности и своеобразное переживание времени [15. С. 4]. Д. Брунер и В. Перлмуттер установили, что хотя стереотипное представление субъекта об особенностях различных народов влияет на характер суждений о человеке и поведении относительно его, однако, чем больше он взаимодействует с этническими группами, к которым принадлежат оцениваемые им люди, тем реже выносит стереотипные суждения и тем адекватнее, осознаннее дает им характеристики. Данное предположение получило название «гипотеза контакта». Под влиянием различных форм совместной деятельности и эмоционально насыщенного общения на равных началах изменяется характер взаимоотношений, что, в свою очередь, приводит к ослаблению или изменению социальных стереотипов и влияет на изменение оценочных суждений. Между тем В.С. Агеев настаивает на том, что в ряде случаев предшествующая напряженность в межгрупповых отношениях, недостаток информации относительно культуры иного народа, отрицательные социальные установки и ожидания по отношению к представителям другого этноса в результате межличностного взаимодействия лишь усугубляют взаимные негативные оценки. Как результат, уровень межэтнического взаимодействия не изменяется и также остается стереотипизированным [16].

Вывод

Стереотипность повседневной жизни – это условие коммуникации и взаимопонимания. Жизнь понятна, потому что она стереотипна. Единообразие

форм делает сложный процесс многомерного общения прозрачным, ясным. Несомненно, стереотипы выступают барьером в межкультурной коммуникации, накладывая эмоциональную нагрузку – позитивную или негативную – на процесс коммуникации и вызывая определенные ожидания и модели поведения. Но также несомненно, что поведенческие матрицы и схемы, стереотипные образы упрощают социокультурное взаимодействие, помогая представителям разных культур ориентироваться в культурном многообразии современного мира.

В данном ключе основной задачей становится минимизация напряженности, воспитание понимания функционирования стереотипов и их возможного влияния на процесс взаимодействия, а также нивелирование функционирования негативных стереотипов. Основным инструментом в преодолении обозначенной проблемы может выступать формирование навыков коммуникативной компетентности, подразумевающих адекватное понимание основ собственной и иных культур и выстраивание на базе обозначенного поведения различных моделей поведения, а также проведение целенаправленной государственной политики по формированию взаимоуважительных отношений между различными культурами, составляющими нацию.

Список источников

1. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т.В. Барчуновой. М. : Ин-т Фонда «Общественное мнение», 2004. 384 с.
2. Краткий политический словарь. М. : Политиздат, 1987. 509 с.
3. Краткий психологический словарь. Ростов н/Д : Феникс, 1998. URL: Стереотип социальный | это... Что такое стереотип социальный? (academic.ru) (дата обращения: 3.07.2024).
4. Ерофеев Н.А. Туманный альбион. Англия и англичане глазами русских. 1825–1853 гг. М. : Рипол Классик, 1982. 318 с.
5. Суходольская Н.П. Социальный стереотип в жизнедеятельности людей // Философия и общество. 2007. № 3 (47). С. 152–161.
6. Шихирев П.Н. Современная социальная психология в Западной Европе. М. : Наука, 1985. 175 с.
7. Старченко В.В. Этнические стереотипы в межэтническом взаимодействии в поликультурном регионе // Наука и современность. 2016. № 49. С. 43–50.
8. Дмитриев А.В. Стереотипизация мигрантов как социальная проблема // Власть. 2014. № 11. С. 26–30.
9. Tajfel N. Social categorization, Social identity and Social // Comparison / Differentiation between Social groups. London, 1978. P. 146–156.
10. Чеснокова Л.В. Стереотипы в межкультурной коммуникации // Концепт: науч.-метод. электрон. журн. 2015. № 4. С. 91–95. URL: <http://e-koncept.ru/2015/15107.htm>. (дата обращения: 7.08.2024).
11. Калистратова Е.А. Типизация и стереотипизация как сущностные черты человека повседневности // Вестник Гуманитарного университета. 2018. № 2 (21). С. 105–113.
12. Ильюшкин В.В. Исследование социальных стереотипов в рамках теории каузальной атрибуции // Проблемы науки. 2015. № 6 (36). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sotsialnyh-steretipov-v-ramkah-teorii-kauzalnoy-atributsii> (дата обращения: 07.08.2024).
13. Мукомель В.И. Грани интолерантности (мигрантофобии, этнофобии) // Социологические исследования. 2005. № 2. С. 56–66.
14. Макарова С.Л. Язык вражды и конструирование «образа врага» в центральных и нижегородских СМИ // Язык современных СМИ: проблемы языковой культуры : материалы круглого стола «Язык СМИ». Н. Новгород : Изд-во Нижегород. ун-та, 2004.
15. Золотухина-Аболина Е.В. Повседневность: философские загадки. М. : Ника-Центр, 2006. 256 с.

16. Ильюшкин В.В. Специфика проявления автостереотипов, гетеростереотипов в процессах межкультурного общения и обучения // Проблемы педагогики. 2015. № 5 (6). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-proyavleniya-avtostereotipov-geterostereotipov-v-protssah-mezhkulturnogo-obscheniya-i-obucheniya> (дата обращения: 07.08.2024).

References

1. Lippman, W. (2004) *Obshchestvennoe mnenie* [Public Opinion]. Translated from English by T.V. Barchunova. Moscow: Public Opinion Foundation.
2. Abarenkov, V.P. (ed) (1987) *Kratkiy politicheskii slovar'* [Brief Political Dictionary]. Moscow: Politizdat.
3. Karpenko, L.A. (ed.) (1998) *Kratkiy psikhologicheskii slovar'* [Brief Psychological Dictionary]. Rostov on Don: Feniks.
4. Erofeev, N.A. (1982) *Tumannyy al'bion. Angliya i anglichane glazami russkikh. 1825–1853 gg.* [Foggy Albion. England and the English through the Eyes of Russians. 1825–1853]. Moscow: Ripol Klassik.
5. Sukhodolskaya, N.P. (2007) Sotsial'nyy stereotip v zhiznedeyatel'nosti lyudey [Social stereotype in people's lives]. *Filosofiya i obshchestvo*. 3(47). pp. 152–161
6. Shikhirev, P.N. (1985) *Sovremennaya sotsial'naya psikhologiya v Zapadnoy Evrope* [Modern social psychology in Western Europe]. Moscow: Nauka.
7. Starchenko, V.V. (2016) Etnicheskie stereotipy v mezhetnicheskom vzaimodeystvii v polikul'turnom regione [Ethnic stereotypes in interethnic interaction in a multicultural region]. *Nauka i sovremennost'*. 49. pp. 43–50.
8. Dmitriev, A.V. (2014) Stereotipizatsiya migrantov kak sotsial'naya problema [Stereotyping of migrants as a social problem]. *Vlast'*. 11. pp. 26–30.
9. Tajfel, N. (1978) Social Categorization, Social Identity and Social Comparison. In: Tajfel, H. (ed.) *Differentiation between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations*. London: Academic Press. pp. 146–156.
10. Chesnokova, L.V. (2015) Stereotipy v mezhkul'turnoy kommunikatsii [Stereotypes in Intercultural Communication]. *Kontsept*. 4. pp. 91–95. [Online] Available from: <http://e-koncept.ru/2015/15107.htm>. (Accessed: 7th August 2024).
11. Kalistratova, E.A. (2018) Tipizatsiya i stereotipizatsiya kak sushchnostnye cherty cheloveka povsednevnosti [Typification and Stereotypeization as Essential Traits of a Person in Everyday Life]. *Vestnik Gumanitarnogo universiteta*. 2(21). pp. 105–113.
12. Ilyushkin, V.V. (2015) Issledovanie sotsial'nykh stereotipov v ramkakh teorii kauzal'noy atributsii [Study of Social Stereotypes within the Framework of the Theory of Causal Attribution]. *Problemy Nauki*. 6(36). [Online] Available from: <https://cyberleninka.ru/article/n/issledovanie-sotsialnykh-stereotipov-v-ramkah-teorii-kauzalnoy-atributsii> (Accessed: 7th August 2024).
13. Mukomel, V.I. (2005) Grani intolerantnosti (migrantofobii, etnofobii) [Facets of intolerance (migrantophobia, ethnophobia)]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2. pp. 56–66.
14. Makarova, S.L. (2004) Yazyk vrazhdy i konstruirovaniye "obraza vraga" v tsentral'nykh i nizhegorodskikh SMI [Language of hatred and construction of the "image of the enemy" in central and Nizhny Novgorod media]. *Yazyk sovremennykh SMI: problemy yazykovoy kul'tury* [Language of Modern Media: Problems of Language Culture]. Proc. of the Round Table Session. Nizhny Novgorod: Nizhny Novgorod University.
15. Zolotukhina-Abolina, E.V. (2006) *Povsednevnost': filosofskie zagadkiyu* [Everyday Life: Philosophical Riddles]. Moscow: Nika-Tsentr.
16. Ilyushkin, V.V. (2015) Spetsifika proyavleniya avtostereotipov, geterostereotipov v protsessakh mezhkul'turnogo obshcheniya i obucheniya [Specifics of manifestation of autostereotypes, heterostereotypes in the processes of intercultural communication and learning]. *Problemy pedagogiki*. 5(6). pp. 7–11.

Сведения об авторе:

Закирова А.Ж. – кандидат философских наук, доцент Дзержинского политехнического института (филиал) Нижегородского государственного технического университета им. П.Е. Алексеева (Дзержинск, Россия). E-mail: zakirova107@mail.ru

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Information about the author:

Zakirova A.Zh. – Cand. Sci. (Philosophy), associate professor, Dzerzhinsky Polytechnic Institute (branch) of Nizhny Novgorod State Technical University named after R.E. Alekseev (Dzerzhinsk, Russian Federation). E-mail: zakirova107@mail.ru

The author declares no conflicts of interests.

*Статья поступила в редакцию 07.08.2024;
одобрена после рецензирования 20.01.2025; принята к публикации 24.02.2025
The article was submitted 07.08.2024;
approved after reviewing 20.01.2025; accepted for publication 24.02.2025*