



DOI: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-977-989
УДК 81'37:316.77

Обзорная статья / Review article

Этнические стереотипы в контексте межкультурной коммуникации: психологические и семантические аспекты

А.Л. Новиков, И.А. Новикова¹

Российский университет дружбы народов
ул. Миклухо-Маклая, 6, Москва, Российская Федерация, 117198

¹Novikova-ia@rudn.ru

В настоящее время этнические стереотипы рассматриваются как феномены, опосредующие процессы межкультурного восприятия, диалога и взаимодействия, что определяет актуальность их комплексного междисциплинарного изучения представителями разных наук (социологии, политологии, психологии, лингвистики и др.). В данной статье этнические стереотипы анализируются, во-первых, на психологическом уровне (виды, функции, структура), а, во-вторых, на психолингвистическом и психосемантическом уровнях (с точки зрения обоснования их диагностики с помощью метода семантического дифференциала). Рассмотрены возможности метода семантического дифференциала для исследования содержания, согласованности, направленности и интенсивности социальных стереотипов вообще, а также модификации метода, применяемые для диагностики параметров этнических стереотипов. На примере конкретных эмпирических исследований этнических стереотипов в контексте межкультурной коммуникации показан эвристический потенциал метода семантического дифференциала для диагностики этнических стереотипов как феноменов, с одной стороны, отражающих различные аспекты межкультурного восприятия и диалога, а, с другой — оказывающих непосредственное влияние на протекание межкультурного взаимодействия. Результаты исследований этнических стереотипов имеют высокую практическую значимость для разработки программ повышения межкультурной компетентности, которые востребованы в различных сферах современного общества в условиях неизбежной глобализации и роста межкультурных контактов (образование, бизнес, туризм и др.).

Ключевые слова: этнические стереотипы, межкультурная коммуникация, межкультурная компетентность, этнонациональные установки, семантический дифференциал, Ч. Осгуд

История статьи:

Дата поступления: 01.06.2019

Дата приема в печать: 20.06.2019

Для цитирования:

Новиков А.Л., Новикова И.А. Этнические стереотипы в контексте межкультурной коммуникации: психологические и семантические аспекты // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2019. Т. 10. no 4. С. 977–989. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-977-989

© Новикова И.А., Новиков А.Л., 2019.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

UDK 81'37:316.77

Ethnic Stereotypes in Intercultural Communication: Psychological and Semantic Aspects

Alexey L. Novikov, Irina A. Novikova

Peoples' Friendship University of Russia (RUDN University)
Miklukho-Maklaya str. 6, Moscow, Russian Federation, 117198

¹Novikova-ia@rudn.ru

Currently, ethnic stereotypes are considered as phenomena that mediate the processes of intercultural perception, dialogue and interaction. This fact determines the relevance of its comprehensive interdisciplinary study by different sciences (sociology, political science, psychology, linguistics, etc.). In this article, ethnic stereotypes are analyzed, firstly, at the psychological level (types, functions, structure), and secondly, at the psycholinguistic and psychosemantic levels (from the point of view of the rationale for its diagnosis with using the semantic differential). The possibilities of the semantic differential for studying the content, consistency, direction and intensity of social stereotypes in general, as well as the method modifications for diagnosing ethnic stereotypes, are examined. The heuristic potential of semantic differential for diagnosing ethnic stereotypes as phenomena, on the one hand, reflecting various aspects of intercultural perception and dialogue, and, on the other hand, directly affecting the intercultural interaction, is shown on the example of empirical studies on ethnic stereotypes in the intercultural communication context. The results of ethnic stereotypes studies are of high practical importance for the development of programs for increasing intercultural competence, which are in demand in various areas of modern society in the face of globalization and the growth of intercultural contacts (education, business, tourism, etc.).

Key words: ethnic stereotypes, intercultural communication, intercultural competence, ethno-national attitudes, semantic differential, Ch. Osgood

Article history:

Received: 01.06.2019

Accepted: 20.06.2019

For citation:

Novikov, A.L. & Novikova, I.A. (2019). Ethnic Stereotypes in Intercultural Communication: Psychological and Semantic Aspects. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, 10(4), 977—989. doi: 10.22363/2313-2299-2019-10-4-977-989

Введение

Проблема этнических стереотипов является подлинно междисциплинарной и активно изучается социологами, психологами, лингвистами, педагогами, журналистами, политологами, специалистами по межкультурной коммуникации и PR, а также других наук и сфер практики, которые, так или иначе, затрагивают аспекты взаимодействия между собой разных народов и культур (межкультурного дискурса в широком смысле слова). Актуальность исследования этнических стереотипов обусловлена, прежде всего, тем фактом, что они выступают одним из важнейших факторов, опосредующих протекание межкультурного диалога и взаимодействия как на групповом, так и на межличностном уровнях [1; 2]. В современных условиях глобализации и неизбежного роста межкультурных контактов именно функционирование этнических стереотипов может вести к возникновению предубеждений, коммуникативных барьеров и конфликтов между представителями различных

стран и/или этнических групп. Этот факт определяет востребованность и практическую значимость исследований этнических стереотипов, результаты которых необходимы для разработки психологических программ по профилактике и снижению межэтнической напряженности.

Этнические стереотипы как феномены, отражающие особенности восприятия представителей других племен, народов, стран существуют с далекой древности и находят свое отражение в языке, устном народном творчестве, фольклоре, литературе, искусстве и т.п. Предметом подлинно научного исследования они становятся в XX веке, после того как Уолтер Липман в своей работе «Общественное мнение» вводит понятие «стереотип», который понимается как «упорядоченные, схематичные, детерминированные культурой картинки мира в голове человека» [3].

Липман писал о социальных стереотипах в широком смысле, выполняющих основные индивидуально-психологические функции систематизации сложной социальной реальности и защиты ценностей. В дальнейших исследованиях социальные стереотипы стали дифференцировать на этнические, гендерные, профессиональные, возрастные и др., среди которых в настоящее время этнические стереотипы являются одними из самых изучаемых и изученных [4]. Также именно на примере этнических стереотипов разрабатывались методы диагностики социальных стереотипов разных видов, о чем будет сказано далее.

В современной науке этнические стереотипы понимаются как упрощенные, схематизированные, эмоционально окрашенные и чрезвычайно устойчивые образы этнической группы, распространяемые на всех ее представителей [5]. Важно различать *два основных вида* этнических стереотипов, которые выделяют на основании соотношения стереотипизирующей и стереотипизируемой групп:

- 1) *автостереотипы* (стереотипы о своей этнической группе);
- 2) *гетеростереотипы* (стереотипы о другой, «чужой» этнической группе).

Известная отечественная исследовательница этнических стереотипов Г.У. Солдатова (Кцоева) определяет автостереотипы как «этноинтегрирующие атрибуции-представления о действительных или воображаемых чертах группы», а гетеростереотипы — «этнодифференцирующие атрибуции-представления о других группах» [6; 7]. Автор, с одной стороны, подчеркивает общую природу этих видов стереотипов и их взаимосвязь в структуре личностного или группового самосознания, а с другой, — отмечает ряд различий между ними [7].

Во-первых, этнические автостереотипы более разнообразны и комплексны по содержанию, а гетеростереотипы — «гомогенны и монолитны». Эта разница связана, прежде всего, с количеством информации о «своей» (более подробное и детализированное знание о языке, культуре, религии и др.) и «чужой» группах (дефицит информации). Как полагает Г.У. Солдатова, на этой основе поведение в межгрупповом (межэтническом) контексте более регламентировано, чем внутригрупповое.

Во-вторых, если этнические автостереотипы в большинстве случаев позитивны (в них, как правило, преобладают позитивные и даже идеализированные черты собственного этноса, наиболее самобытные качества национального характера), то гетеростереотипы имеют гораздо более широкий эмоциональный разброс: от почитания до ненависти [7; 8].

В-третьих, исследователи полагают, что в автостереотипах чаще всего содержатся культурно приемлемые и одобряемые признаки, а гетеростереотипы чаще включают отрицательные, нежелательные и отчуждаемые в собственной культуре признаки. Однако в содержании гетеростереотипов могут усиливаться не только негативно воспринимаемые у своей группы качества, но и то, что ценится в собственной культуре [7; 9]. В целом, более позитивный характер групповых автостереотипов (не только этнических) был показан в многочисленных исследованиях межгрупповой дискриминации и внутригруппового фаворитизма, начиная с экспериментов Г. Тэшфэла [10].

Таким образом, Г.У. Солдатова полагает, что этнические стереотипы внутренне диалогичны: авто- и гетеростереотипы, взаимодействуя, достигают определенного уровня сбалансированности и в этноконтактной ситуации являются основой межкультурного взаимопонимания. Сходства и различия между этническими автостереотипами и гетеростереотипами в результате отражают уровень взаимопонимания между народами [7], что является одной из важнейших социальных функций стереотипов.

В исследованиях этнических стереотипов выделяют два основных направления — функциональное и содержательное [1; 9]. Как уже отмечалось, еще У. Липпман выделил две основные «индивидуально-психологические» **функции** социальных стереотипов — систематизация сложной социальной реальности, которая позволяет экономить усилия и время, и защита ценностей личности. Г. Тэшфел [10] обратил внимание на «социально-психологические» функции стереотипов, к которым относится межгрупповая дифференциация и поддержание с ее помощью позитивной социальной идентичности (т.е. установление различий между своей и чужой группами, как правило, в пользу собственной группы, о чем уже говорилось выше). Г. Тэшфел выделил и «социальные» функции стереотипов: объяснение существующих отношений между группами и оправдание существующих отношений между группами. Т.Г. Стефаненко полагает, что к этим «социальным» функциям можно добавить и функцию сохранения существующих отношений между группами [9]. Речь идет о том, что институты власти, политические силы, средства массовой информации могут сознательно создавать и поддерживать этнические стереотипы для манипуляции общественным мнением [11].

С **содержательной** стороны чаще всего изучаются следующие параметры ЭС, которые были выделены Эдвардсом [1]:

1) содержание, т.е. конкретные черты, которые приписываются этнической группе;

2) согласованность (единообразие), т.е. степень согласия членов группы с приписыванием черт оцениваемой этнической группе;

3) направленность, которая отражает положительное, нейтральное или отрицательное восприятие этнической группы (соотношение положительных и отрицательных черт);

4) интенсивность (степень выраженность направленности) — показывает насколько сильно проявляется положительная или отрицательная направленность стереотипа.

Необходимо отметить, что происхождение этнических стереотипов исследователи связывают как с социально-историческими (история взаимоотношений между народами), психологическими (подражание, идентификация, фрустрация потребностей и др.), так и культурными факторами, среди которых особое значение придается языку и устному народному творчеству. Так, еще А. Потебня писал, что основой процесса формирования этнического самосознания и стереотипов поведения является язык народа [12]. Неслучайно, что одним из самых распространенных методов исследования этнических стереотипов стал семантический дифференциал, обладающий большим эвристическим потенциалом в лингвистических и психологических исследованиях и исходя из этого являющийся одним из основных методов психолингвистики и психосемантики.

1. Метод семантического дифференциала и его модификации для исследования этнических стереотипов

В настоящее время для изучения различных параметров этнических стереотипов используются многочисленные методы и методики: свободного описания, приписывания качеств, прямого опроса, психосемантические методики (прежде всего, семантический дифференциал) и др. [1; 2; 4; 5; 13; 14 и др.]. Безусловно, каждый из этих методов имеет свои преимущества и недостатки, поэтому часто они используются в совокупности или применяются последовательно. Например, в первых эмпирических исследованиях этнических стереотипов, в которых исследователи, вслед за У. Липпманом, хотели показать их ложный характер, широко использовались методы свободного описания (охарактеризовать этническую группу с помощью любого количества характеристик) или «приписывания качеств» (выбор из большого набора нескольких черт, наиболее характерных для того или иного народа). Во многом, к удивлению авторов этих исследований, удалось выявить согласованность мнений разных групп относительно отдельных наций, что привело к более сбалансированной оценке этнических стереотипов, а также к возможности использовать для их изучения меньшее количество характеристик. Поэтому в современных исследованиях стереотипов чаще используются методы с ограниченным количеством оцениваемых черт, например семантический дифференциал.

Как известно, метод семантического дифференциала был разработан под руководством американского психолингвиста и социального психолога Чарлза Осгуда изначально для «измерения значений слов» [15]. Механизмом, лежащим в основе данного метода, Ч. Осгуд считал синестезию, т.е. ассоциацию между ощущениями разной модальности [15]. На основе исследований в области психолингвистики и культурной антропологии он показал связи между синестезией, с одной стороны, и мышлением и языком — с другой, что позволило сделать вывод о тесной связи синестезии с метафорами языка [16]. Таким образом, по мнению Осгуда, любой объект или явление реальности могут быть описаны с помощью пар антонимичных прилагательных, что и стало сущностью предлагаемого метода оценки значений слов [15].

Процедура проведения семантического дифференциала состоит в оценивании субъектом любых объектов по предлагаемым биполярным шкалам (обычно их бывает от 10 до 35—40), полюса которых чаще всего заданы прилагательными-антонимами [17]. Тот факт, что антонимы являются языковой универсалией, позволил Ч. Осгуду применять метод на материале разных языков и культур [18]. Как правило, «расстояние» между полюсами задается 7-балльной шкалой, которая при обработке переводится в баллы от «+3» до «-3» («0» обозначает равное удаление от полюсов, т.е. нейтральное, среднее значение оцениваемого признака).

В дальнейшем, данные многочисленных исследований с использованием семантического дифференциала были подвергнуты факторному анализу, в результате которого были получены три независимых фактора, определяющие семантическое пространство — «оценка» (evaluation), «сила» (potency), «активность» (activity) — ЕРА.

Как правило, в фактор «оценки» объединяются шкалы «плохой — хороший», «красивый — уродливый», «добрый — злой», «сладкий — горький», «справедливый — несправедливый» и т.п.; в фактор «силы» — шкалы «большой — маленький», «сильный — слабый», «тяжелый — легкий» и т.п.; в фактор «активности» — шкалы «быстрый — медленный», «активный — пассивный»; «горячий — холодный» и т.п. [17]. Но Ч. Осгуд отмечал, что «не существует „теста семантический дифференциал“ как такового» [19], то есть в зависимости от целей и задач конкретного исследования необходимо подобрать объекты для оценивания, сконструировать шкалы, продумать инструкцию. Более того, в некоторых случаях факторизация не дает классических факторов «оценка — сила — активность», такие варианты метода получили название «частные семантические дифференциалы» [16].

Благодаря относительной простоте проведения, наглядности представления результатов, универсальности (возможности использования во всех языках и культурах) метод получил широкое распространение в лингвистике и психолингвистике, семантике и психосемантике, в разных отраслях психологии (прежде всего, в социальной и этнической психологии), рекламе, маркетинге и др. [17].

Были созданы модификации метода семантического дифференциала, в которых полюса шкал задаются не прилагательными, а другими частями речи или даже невербально — графическими изображениями, символами, картинками, фотопортретами и т.п. Невербальные семантические дифференциалы имеют особую ценность для кросс-культурных исследований, в том числе и для исследований этнических стереотипов, так как они могут более однозначно задавать полюса шкал (например, при использовании цветowych обозначений, которые могут не иметь точного аналога в разных языках).

С целью исследования стереотипов (не только этнических, но и гендерных, профессиональных, возрастных и т.п.) могут быть использованы как вербальные, так и невербальные семантические дифференциалы. В этом случае используется модифицированная инструкция, в которой респондента просят оценить не конкретный объект, явление или человека, а «типичного» представителя той или иной группы (например, «типичного русского», «типичного китайца», «типичного

испанца» и т.п.), «таким как Вы его представляете». Использование нескольких разных инструкций (оценить по предложенным шкалам самого себя, свой идеал, типичного представителя своей или другой этнической группы) дает возможность для сравнения результатов и еще более комплексной характеристики изучаемых стереотипов [2].

Дальнейшая количественная обработка результатов позволяет оценить основные параметры стереотипов: 1) содержание (доминирующие характеристики, получившие наиболее высокие баллы); 2) согласованность (степень совпадения мнений у разных респондентов); 3) направленность (преобладание положительного или отрицательного полюса оценочных шкал); 4) интенсивность (величина выраженности положительной или отрицательной направленности в баллах). В случае использования факторного анализа и выделения классических факторов «Оценка — Сила — Активность» результаты по шкалам, вошедшим в каждый из факторов, получают следующую интерпретацию [2]:

1) высокие значения по шкалам из фактора «Оценка» рассматриваются как показатели симпатии и уважения к оцениваемой «типичной» группе, низкие значения — как показатели отрицательного отношения;

2) значения по шкалам из фактора «Сила» — как показатели воспринимаемого доминирования (высокие баллы) или подчинения (низкие баллы) во взаимоотношениях со стороны представителей оцениваемой группы;

3) значения по шкалам из фактора «Активность» — как показатели воспринимаемой экстраверсии (высокие баллы) или интроверсии (низкие баллы), собственной оцениваемой группе.

Далее мы более подробно рассмотрим примеры исследований, в которых этнические стереотипы изучались с помощью различных модификаций семантического дифференциала в контексте проблем межкультурной коммуникации.

2. Результаты исследований этнических стереотипов с помощью модификаций метода семантического дифференциала

В исследовании этнических авто- и гетеростереотипов российских студентов РУДН [2; 20] использовалась модификация семантического дифференциала «Личностный дифференциал», который изначально был разработан для самооценки и оценки отдельной личности [21]. Данный вариант включает 21 bipolarную шкалу, которые соответствуют трем классическим факторам семантического дифференциала: «Оценка» (например, «обаятельный — непривлекательный», «добрый — эгоистичный» и др.), «Сила» (например, «сильный — слабый», «решительный — нерешительный» и др.) и «Активность» («разговорчивый — молчаливый», «общительный — нелюдимый» и др.). Респондентам предлагалось оценить по данным шкалам «типичного студента РУДН» из России, Африки, Латинской Америки и Китая.

На первом этапе исследования было показано отсутствие явных этнических предубеждений у российских студентов относительно иностранных и выделены доминирующие качества, характеризующие каждую из изучаемых групп: «обая-

ние (привлекательность)» для российских студентов; «доброта» для африканских, «добросовестность» для китайских, «дружелюбие» для латиноамериканских студентов. При этом автостереотип российских студентов по большинству оцениваемых параметров более благоприятен по сравнению с гетеростереотипами (что соответствует описанным во введении социально-психологическим закономерностям), за исключением гетеростереотипа «типичного» латиноамериканского студента, который очень близок автостереотипу российского студента и даже более позитивен в некоторых аспектах. Гетеростереотип африканских студентов немного более благоприятен и близок к автостереотипу россиян, чем гетеростереотип китайских студентов (при восприятии китайского студента, в отличие от других, отмечается его интровертированность, отсутствие доминирования в отношениях).

На втором этапе исследования были выявлены соотношения между личностными характеристиками российских студентов (уверенность и агрессивность) и склонностью к более предубежденному восприятию иностранных студентов (доминирование более низких оценок по шкалам личностного дифференциала). Установлено, что характеристики этнических стереотипов в большей степени связаны с выраженностью уверенности, нежели агрессивности, причем большую предубежденность проявляют студенты, с одной стороны, склонные к самоуверенности, а с другой — к повышенной самокритичности [20].

В другом исследовании изучались особенности стереотипов о невербальной коммуникации у российских и китайских студентов РУДН и роль данных стереотипов в межкультурном взаимодействии студентов из этих групп между собой [22]. Для диагностики стереотипов о невербальной коммуникации использовался сконструированный нами семантический дифференциал, включающий 16 вербальных и 5 невербальных оценочных шкал, отражающих различные системы невербальной коммуникации (для китайских студентов с помощью процедуры двойного перевода был разработан вариант этого дифференциала на китайском языке). На первом этапе исследования было выявлено, что большинство различий между стереотипами о невербальной коммуникации связано с оптико-кинетической системой знаков (жесты, мимика, пантомимика): представители собственной культуры чаще оцениваются как более экспрессивные, но эти различия не велики в абсолютных цифрах (скорее всего, это связано с тем, что участниками были студенты РУДН, имеющие опыт непосредственного общения друг с другом).

На следующем этапе в процессе эксперимента было показано, что российские студенты более эффективно взаимодействуют с теми китайскими студентами, чье невербальное поведение в большей степени соответствует гетеростереотипу «типичного китайского студента». Китайские студенты, наоборот, более эффективно взаимодействуют с теми российскими студентами, чье невербальное поведение ближе к автостереотипу «типичного китайского студента». На основе результатов этого исследования можно сделать предварительный вывод о том, что при общении между российскими и китайскими студентами первым лучше немного «подстраиваться» под собеседника в использовании средств невербальной коммуникации, а вторым, наоборот, демонстрировать более стереотипное невербальное

поведение (в данном случае: сдержанность жестикуляции, отсутствие прямого взгляда на собеседника, быстрый темп речи).

Еще одно исследование было посвящено анализу этнических авто- и гетеростереотипов российских и армянских студентов [23; 24]. В первой части исследования сравнивались этнические стереотипы у студентов с разным опытом межэтнического общения (в данном случае — имеющих опыт общения, соответственно, с представителями Армении или России). Этнические стереотипы диагностировались с помощью «Личностного дифференциала», описанного выше. Установлено, что армянские студенты более склонны к идеализации своей этнической группы, что вполне объяснимо для представителей небольшого народа с весьма непростой исторической судьбой (как правило, индивидуальные самооценки ниже оценок автостереотипа). Российские студенты, в свою очередь, более реально и иногда критично оценивают своего типичного представителя (как правило, индивидуальные самооценки выше оценок автостереотипа). Также было выявлено, что опыт межэтнического общения сильнее (в положительную сторону) сказывается на гетеростереотипах русских студентов, чем на стереотипах армянских студентов [23].

Основной целью второй части исследования [24] было выявление соотношений этнических авто- и гетеростереотипов с этнонациональными установками у российских и армянских студентов. Этнические установки вслед за О.Е. Хухлаевым понимались как «предрасположенность индивида к оценке проявлений феномена национальности (этничности), или оценочного отношения к феномену национальности» [25], которая тесно связана с этническими предубеждениями [26]. Для их диагностики использовалась методика «Шкала этнонациональных установок», разработанная О.Е. Хухлаевым с коллегами [27], которая позволяет выявить четыре основных вида этнических установок: «националистические» (преобладание неприязненного отношения к представителям иных национальностей); «патриотические» (гордость за свою национальную принадлежность и ощущение связи с людьми «своей национальности»); «нейтральные» (индифферентное отношение к факту своей и чужой национальной принадлежности); «негативистские» (отрицательное отношение к феномену национальности и национальной принадлежности).

В результате, во-первых, было установлено, что у армянских студентов гораздо сильнее выражен разрыв между авто- и гетеростереотипами (в пользу представителей своей национальности) и значимо выше уровень выраженности патриотических и националистических этнических установок. Во-вторых, в обеих группах с этническими установками гораздо сильнее связаны этнические гетеростереотипы (по сравнению с автостереотипами). В-третьих, выявленные связи имеют специфику: 1) у армянских студентов теснее всего с этническими стереотипами связана выраженность нейтральных этнических установок (более взвешенная оценка представителей своей и чужой группы при нейтральном отношении к национальной принадлежности); 2) у российских студентов с этническими гетеростереотипами отрицательно связаны только националистические этнические установки, что вполне логично [24].

Результаты этого цикла исследований подтверждают, что этнические стереотипы являются важным фактором межкультурной коммуникации: они связаны с характером межэтнических отношений личности и группы, они имеют этническую специфику, а также соотносятся с другими характеристиками межэтнического восприятия.

Заключение

Современные исследования этнических стереотипов как междисциплинарного феномена показывают их важную роль в межкультурном восприятии, диалоге и взаимодействии. Как на индивидуальном, так на групповом уровне этнические стереотипы могут быть причиной возникновения коммуникативных барьеров, роста межэтнической напряженности и конфликтности, что, к сожалению, может быть использовано для манипулирования общественным мнением.

Возникновение и происхождение этнических стереотипов обусловлено комплексом причин (социально-исторических, психологических, культурных), среди которых немаловажную роль играют язык и устное народное творчество. В связи с этим для исследования и диагностики этнических стереотипов используются психолингвистические и психосемантические методики.

Метод семантического дифференциала был разработан под руководством Ч. Осгуда с учетом ряда общепсихологических (учение о синестезии), лингвистических (учение о языковых универсалиях), семантических (учение о значениях слова) и других закономерностей. Благодаря своей относительной простоте и универсальности метод получил широкое распространение, в том числе в кросс-культурных и этнопсихологических исследованиях.

Модификации процедуры метода семантического дифференциала позволяют использовать его для диагностики основных параметров этнических стереотипов: их содержания, согласованности, направленности и интенсивности. В эмпирических исследованиях с использованием данного метода показаны особенности авто- и гетеростереотипов различных этнических групп, а также их соотношения с различными индивидуальными, групповыми и социальными характеристиками участников межкультурного диалога: личностными чертами, этническими установками, невербальным поведением, опытом межэтнического общения, этнической принадлежностью, характером отношений между группами и др.

Результаты подобных исследований необходимо учитывать при разработке программ повышения межкультурной компетентности для студентов и преподавателей многонациональных университетов, сотрудников международных организаций и корпораций, а также все более широкого круга людей, вовлеченных в разного рода межкультурные взаимодействия.

Библиографический список

1. *Стефаненко Т.Г.* Этнопсихология: Практикум. М.: Аспект Пресс, 2006.
2. *Новикова И.А., Панчехина Н.Н.* Сравнительные характеристики этнических авто- и гетеростереотипов российских студентов // *Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика*. 2010. no 1. С. 14—20.

3. *Липпман У.* Общественное мнение. М.: ИФ «Общественное мнение», 2004.
4. *Агеев В.С.* Межгрупповое взаимодействие: социально-психологические проблемы. М.: Изд-во МГУ, 1990.
5. *Татарко А.Н., Лебедева Н.М.* Методы этнической и кросскультурной психологии. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011.
6. *Кцова Г.У.* Опыт эмпирического исследования этнических стереотипов // Психологический журнал. 1986. no 2. С. 41—51.
7. *Солдатова Г.У.* Психология межэтнической напряженности. М.: Смысл, 1998.
8. *Садохин А.П., Грушевицкая Т.Г.* Основы этнологии. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
9. *Стефаненко Т.Г.* Этнопсихология. М.: Аспект Пресс, 2009.
10. *Tajfel H.* Social Categorization in the social psychology of intergroup relations. London: Academic Press, 1988.
11. *Сикевиц З.В.* Социология и психология национальных отношений. СПб.: Издательство Михайлова В.А., 1999.
12. *Павленко В.Н., Таглин С.А.* Общая и прикладная этнопсихология. М.: Издательство КМК, 2005.
13. *Рябова М.А., Серкин В.П.* Семантические оценки этнических стереотипов и образа жизни представителей коренных малочисленных народов Севера // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2016. no 3. С. 48—58.
14. *Гриценко В.В., Бражник Ю.В., Орлова А.П.* Авто- и гетеростереотипы как показатели степени выраженности эмоционального компонента этнической идентичности младших школьников // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2016. no 4. С. 67—79.
15. *Osgood Ch.E., Suci G.J., Tannenbaum P.H.* The measurement of meaning. Urbana: University of Illinois Press, 1957.
16. *Бовина И.Б.* Семантический дифференциал // Социальная психология: Практикум / под ред. Т.В. Фоломеевой. М.: Аспект Пресс, 2006. С. 90—104.
17. *Новиков А.Л., Новикова И.А.* Метод семантического дифференциала: теоретические основы и практика применения в лингвистических и психологических исследованиях // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2011. no 3. С. 63—71.
18. *Слобин Д., Грин Дж.* Психоллингвистика. М.: Прогресс, 1976.
19. *Осгуд Ч., Суси Дж., Танненбаум П.* Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам // Семиотика и искусствоведение. М.: Мир, 1972. С. 46—48.
20. *Новикова И.А., Панчехина Н.Н.* К проблеме соотношения личностных черт и этнических стереотипов студентов многонационального вуза // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2012. no 1. С. 29—35.
21. Методика личностного дифференциала // *Фетискин Н.П., Козлов В.В., Мануйлов Г.М.* Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М.: Изд-во Института психотерапии, 2002. С. 20—21.
22. *Новикова И.А., Гридунова М.В.* Особенности стереотипов о невербальной коммуникации и их роль в межэтническом взаимодействии российских и китайских студентов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Психология и педагогика. 2012. no 4. С. 21—28.
23. *Оганнисян А.А.* Специфика этнических стереотипов и социальных представлений армянских и русских студентов // *Wyzwania i kierunki rozwoju nauk społecznych.* Polska, Gdansk: Uniwersytet Gdanski, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Politologii, 2016. С. 431—459.
24. *Новикова И.А., Новиков А.Л., Оганнисян А.А.* Соотношение этнонациональных установок и этнических стереотипов у российских и армянских студентов // Высшая школа: опыт, проблемы, перспективы: материалы X Международной научно-практической конференции: в 2 ч. / науч. ред. В.И. Казаренков. М.: РУДН, 2017. Ч. 2. С. 40—45.

25. Хухлаев О.Е. Этнонациональные установки современной российской молодежи // Вопросы психологии. 2011. no 1. С. 46—57.
26. Ткаченко Н.В. Этнонациональные установки и этнические предрассудки: проблема взаимосвязи // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Психологические науки. 2009. № 1. С. 149—158.
27. Хухлаев О.Е., Бучек А.А., Зинурова Р.И., Радина Н.К., Тудупова Т.Ц., Хакимов Э.Р. Этнонациональные установки и ценности современной молодежи // Культурно-историческая психология. 2011. no 4. С. 97—106.

References

1. Stefanenko, T.G. (2006). *Ethnopsychology: Practical Work*. Moscow: Aspect Press. (In Russ.).
2. Novikova, I.A., & Panchekhina, N.N. (2010). Comparative characteristics of Russian students' auto- and heterostereotypes. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, (1), 14—19. (In Russ.).
3. Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company.
4. Ageev, V.S. (1990). *Intergroup Interaction: Socio-Psychological Problems*. Moscow: MSU Publ. (In Russ.).
5. Tatarko, A.N., & Lebedeva, N.M. (2011). *Methods of Ethnic and Cross-Cultural Psychology*. Moscow: HSE Publ. (In Russ.).
6. Ktsoeva, G.U. (1986). The experience of empirical research on ethnic stereotypes. *Psikhologicheskii Zhurnal*, (2), 41—51. (In Russ.).
7. Soldatova, G.U. (1998). *Psychology of Interethnic Tension*. Moscow: Smysl. (In Russ.).
8. Sadokhin, A.P., & Grushevitskaya, T.G. (2012). *Fundamentals of Ethnology*. Moscow: UNITY-DANA. (In Russ.).
9. Stefanenko, T.G. (2009). *Ethnopsychology*. Moscow: Aspect Press. (In Russ.).
10. Tajfel, H. (1988). *Social Categorization in the Social Psychology of Intergroup Relations*. London: Academic Press.
11. Sikevich, Z.V. (1999). *Sociology and Psychology of National Relations*. St. Petersburg: V.A. Mikhailov' Publishing house. (In Russ.).
12. Pavlenko, V.N., & Taglin, S.A. (2005). *General and Applied Ethnopsychology*. Moscow: KMK Publ. (In Russ.).
13. Ryabova, M.A., & Serkin, V.P. (2016). Semantic Evaluation of Ethnic Stereotypes and Lifestyle of Indigenous Peoples of the North of Russia. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, (3), 48—58. (In Russ.).
14. Gritsenko, V.V., Brazhnik, Y.V., & Orlova, A.P. (2016). Auto- and Heterostereotypes as Indicators of Expressiveness Degree in Primary School Age Children's Ethnic Identity Emotional Component. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, (4), 67—79. (In Russ.).
15. Osgood, Ch.E., Suci, G.J., & Tannenbaum, P.H. (1957). *The Measurement of Meaning*. Urbana: University of Illinois Press.
16. Bovina, I.B. (2006). Semantic differential. In T.V. Folomeeva (Ed.), *Social Psychology: Practical Work* (pp. 90—104). Moscow: Aspect Press. (In Russ.).
17. Novikov, A.L., & Novikova, I.A. (2011). Semantic differential: theory and practical applications in linguistic and psychological research. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, (3), 63—71. (In Russ.).
18. Slobin, D., & Green, J. (1976). *Psycholinguistics*. Moscow: Progress. (In Russ.).
19. Osgood Ch., Susi J., & Tannenbaum P. Application of semantic differential to research on aesthetics and related problems. *Semiotics and Artmetry* (pp. 46—48). Moscow: Mir. (In Russ.).
20. Novikova, I.A., & Panchekhina, N.N. (2012). To the problem of relation between personality traits and ethnic stereotypes of multinational university students. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, (1), 29—35. (In Russ.).

21. Personality differential (2002). In N.P. Fetiskin, V.V., Kozlov, & G.M. Manuylov (Eds.), *Socio-Psychological Diagnosis of Personality and Small Groups Development* (pp. 20—21). Moscow: Institute of Psychotherapy Publ. (In Russ.).
22. Novikova, I.A., & Gridunova, M.V. (2012). Peculiarities of stereotypes about non-verbal communication and their role in cross-cultural interaction between Russian and Chinese students. *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*, (4), 21—28. (In Russ.).
23. Ogannisyan, A.A. (2016). Specifics of ethnic stereotypes and social representations in the Armenian and Russian students. *Wyzwania i Kierunki Rozwoju Nauk Społecznych* (pp. 431—459). Polska, Gdansk: Uniwersytet Gdanski, Wydział Nauk Społecznych, Instytut Politologii. (In Russ.).
24. Novikova, I.A., Novikov, A.L., & Ogannisyan, A.A. (2017). Relations between ethnic attitudes and stereotypes in Russian and Armenian students In *Higher School: Experience, Problems, Prospects: Proceedings of the X International Scientific and Practical Conference* (part 2, pp. 40—45). Moscow: RUDN University Publ. (In Russ.).
25. Khukhlaev, O.Ye. (2011). Ethno-national attitudes of modern Russian youth. *Voprosy psikhologii*, (1), 46—57. (In Russ.).
26. Tkachenko, N.V. (2009). Ethno-national attitudes and ethnic prejudice: problem of relationship. *Bulletin MGOU. Series: Psychological science*, (1), 149—158. (In Russ.).
27. Khukhlaev, O.Ye., Buchek, A.A., Zinurova, R.I., Radina, N.K., Tudupova, T.Ts. & Khakimov, E.R. (2011). Ethno-national attitudes and values of modern youth. *Cultural-Historical Psychology*, (4), 97—106. (In Russ.).

Сведения об авторах:

Новиков Алексей Львович, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры общего и русского языкознания Российского университета дружбы народов (Москва, Российская Федерация); *e-mail*: Novikov-al@rudn.ru.

Новикова Ирина Александровна, кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры социальной и дифференциальной психологии Российского университета дружбы народов (Москва, Российская Федерация); *e-mail*: Novikova-ia@rudn.ru.

Information about the authors:

Alexey L. Novikov, Ph.D. in Philology, is Associate Professor, Associate Professor of the General and Russian Linguistics Department of Peoples' Friendship University of Russia (Moscow, Russian Federation); *e-mail*: Novikov-al@rudn.ru.

Irina A. Novikova, Ph.D. in Psychology, is Associate Professor, Associate Professor of the Social and Differential Psychology Department of Peoples' Friendship University of Russia (Moscow, Russian Federation); *e-mail*: Novikova-ia@rudn.ru.