

OLGA BURDAKOVA / ОЛГА БУРДАКОВА  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0435-280X>

JELENA NÕMM / ЕЛЕНА НЫММ  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2920-1052>  
Narva College of the University of Tartu

**К ВОПРОСУ О МЕТОДОЛОГИИ ИССЛЕДОВАНИЯ  
ЭТНИЧЕСКИХ СТЕРЕОТИПОВ  
(НА ПРИМЕРЕ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗА ЭСТОНЦА  
В ПРЕДСТАВЛЕНИИ РУССКОЯЗЫЧНОЙ  
СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ ЭСТОНИИ)**

**Approaches to Research Methodology of Ethnic Stereotypes  
(with the Example of the Image of the Estonian  
in the View of Russian-speaking Students of Estonia)**

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** этностереотипы, методы изучения этнических стереотипов, межкультурная коммуникация, образ эстонца, русская культура

**KEYWORDS:** ethnic stereotypes, research methods of ethnic stereotypes, cross-cultural communications, image of Estonian, Russian culture

**ABSTRACT:** Ethno-cultural stereotypes are the result of comparing one's own culture, customs, traditions with that of strangers, identifying and fixing differences between the cultures of ethnic groups. Stereotypical images of different peoples exist even in the minds of those people who had no experience in communication with representatives of these ethnic groups. However, the results of the study of ethnic stereotypes of people who are in direct contact with this ethnic group and see it up close in comparison to people who evaluate it from a distance, often raises more questions than gives clear answers. The solution of these questions raises before the researcher a whole complex of methodological problems. The article will introduce a new methodological approach to reveal ethno-cultural stereotypes in the text culture and in our contemporaries' common sense perception. To distinguish between people's individual perception of a particular ethnos and collective stereotypes, the following qualitative and quantitative criteria are suggested: 1) bipolar orthonormal core axes of parameter distribution; 2) the significance of the axis; 3) the degree of consistency of parameters distributed on the axis; 4) the weighting coefficient of testee's reaction.

## 1. Образ и стереотип в имагологии и этнопсихологии

Представления об этносах в различных культурах изучаются как в этнопсихологии, так и в науке, именуемой имагологией. Если имагология имеет дело с анализом текстовой культурной традиции (см. Dyserinck 1966; Pageaux 1988; Leerssen 2007; Beller 2007 и др.), то этнопсихология работает с актуальным сознанием представителей той или иной социальной группы. Имагология использует термин *образ этноса*, тогда как в этнопсихологии прижился термин *стереотип*, который в 1922 г. вошел в научный оборот с легкой руки У. Липпмана (Lippmann 1922).

В бытовом употреблении стереотипом зачастую называют предвзятые представления и предрассудки. Отголоски такого понимания явления можно найти и в научной литературе: «Стереотип – это односторонний, связанный с преувеличением и, как правило, предубежденный взгляд в отношении группы, племени или класса людей» (Аберкромби и др. 2004, 470). В науке предпринимались попытки дать определение стереотипу, выделив дифференциальные признаки этого понятия. Сам Липпман считал, что стереотипы – это неточные, упорядоченные, схематичные, детерминированные представления о мире в сознании человека, и рассматривал преимущественно негативно окрашенные<sup>1</sup> стереотипы. Позднее исследователи подчеркивали, что стереотип, кроме когнитивного и поведенческого, содержит в себе эмоциональный (аффективный) компонент, который может нести не только негативную, но и позитивную окраску (см.: Андреева 2001; Стефаненко 2004, 285-286; Fiske 2000). Другими словами, «стереотип – это образ, полярный по знаку оценивания»<sup>2</sup> (Сикевич 1999, 112). Точность/неточность, истинность/ложность стереотипов до сих пор составляют предмет дискуссии; в начале XXI в. исследовательские коллективы ищут различные способы проверки существующих этнических стереотипов на истинность (см.: Realo et al. 2009; Allik et al. 2010; Tartakovsky et al. 2020).

Большинство современных исследователей этнических стереотипов вообще уклоняются от определения стереотипа (хотя при этом не отказываются от термина *стереотип*); используемые ими методы исследования позволяют говорить о том, что под стереотипами эта группа ученых, по-видимому, понимает как негативное, так и позитивное коллективное представление об этнической общности. Единственным критерием признания какого-то

<sup>1</sup> Многие, в т. ч. современные исследователи, отмечают, что при стереотипизации характеристик аутгруппы в фокус внимания обычно попадают негативные черты группы (Stein et al. 2019, 944).

<sup>2</sup> В последние десятилетия ведется изучение амбивалентных свойств стереотипа по шкалам «теплота» – «компетентность» (Yzerbyt 2005; Fiske et al. 2007; Yzerbyt 2016; Grigoryev et al. 2019).

представления стереотипом в таком случае является высокая степень согласованности мнений в группе (Brigham 1971; Triandis et al. 1982; Богомолова/Стефаненко 1991; Сушков 1988; Stephan et al. 1993; Madon et al. 2001).

При этом есть устоявшаяся социальная группа испытуемых – студенческая молодежь, которая удобна для проведения эксперимента и характеризуется относительной гомогенностью, а в результате позволяет накопить данные об одной социальной группе и проследить за изменением или стабильностью стереотипов у разных поколений студентов. Для решения этой задачи складывается арсенал экспериментальных методов сбора данных и выявления групповых стереотипов. В настоящее время все многообразие существующих методик можно свести к четырем основным типам:

1. методика приписывания качеств – респонденту предлагается закрытый список характеристик (большой по объему), из которого испытуемый должен выбрать качества, релевантные определенной национальности, или оценить каждое качество по заданной шкале (см.: Katz/Braly 1933; Gilbert 1951; Karlins et al. 1969; Madon et al. 2001; Stein et al. 2019 и др.);

2. методика семантического дифференциала – испытуемый работает с заранее заданными антонимическими парами, называющими качества, и оценивает степень выраженности каждого качества по предложенной семибалльной шкале (см.: Агеев 1990; Бороноев/Павленко 1994, 126-131; Хотинец 2002; Стефаненко 2008, 43-44; Новиков, Новикова 2019 и др.);

3. психосемантический метод «множественных идентификаций» – испытуемый примеряет на себя разные роли (я сам, моя мать, идеальная женщина, азербайджанка, русская, эстонка и т. д.) и оценивает вероятность той или иной модели поведения у этих людей в заданных ситуациях (см.: Бороноев/Павленко 1994, 136-139; Петренко 2010, 188-239 и др.);

4. методика ассоциативного эксперимента – респонденту предлагается дать реакции на стимул-этноним (см.: Богомолова/Стефаненко 1991; Сикевич 1999, 116-121; Завьялова, Рыжакова 2002; Хотинец 2002 и др.).

Возникает вопрос: можем ли мы назвать выявленные и описанные исследователями на основе этих методик представления стереотипами? И что может быть критерием для вычленения стереотипа из массива индивидуальных представлений? В исследовательской традиции в качестве такого критерия была принята согласованность во мнениях членов группы<sup>3</sup>. При этом доля согласованности определялась по-разному. Зачинатели традиции изучения этностереотипов, Д. Кац и К. Брэйли, считали достаточным совпадение во мнении 50% испытуемых, чтобы признать существование стереотипа

---

<sup>3</sup> Согласно теории этнопсихологии, если индивидуальные представления членов какой-то социальной группы отличаются высокой степенью согласованности, то есть основания говорить о возникновении социальных стереотипов (Стефаненко 2004, 280).

(Katz/Braly 1933, 287). Современные этнопсихологи пороговым определяют уровень начиная с 75–80% испытуемых, дающих одинаковую характеристику представителю какой-нибудь этнической группы (Brigham 1971; Triandis et al. 1982; Богомолова/Стефаненко 1991, 4; Стефаненко 2008, 36; Сушков 1988). Обоснования этого количественного показателя в литературе не обнаруживаем<sup>4</sup>.

Не решена и проблема генезиса стереотипа, его устойчивости в культурной памяти в непосредственном контакте или в отдалении. Результаты изучения этностереотипов у людей, которые находятся в непосредственном контакте с этой этнической группой и видят ее «вблизи», и у людей, которые оценивают ее «на расстоянии», противоречивы.

С одной стороны, согласно предположению А. О. Бороноева и В. Н. Павленко, чем ближе к субъекту находится объект осмысления и оценки, тем больше дифференцирующих признаков ему приписывается<sup>5</sup>, и, соответственно, чем дальше объект от субъекта, тем менее дифференцирован образ объекта (Бороноев/Павленко 1994, 138). А это значит, что образ представителя той или иной национальности на расстоянии видится более определенным и однозначным, чем в непосредственной близости.

С другой стороны, нет однозначного соответствия между согласованностью стереотипных характеристик и наличием/отсутствием близкого контакта с описываемой группой. Как показал эксперимент Каца/Брейли, не только на расстоянии, но и при условии контактирования со стереотипизируемой группой степень согласованности приписываемых ей характеристик может быть достаточно высокой (до 84%) (Katz/Braly 1933, 286).

Так, у русских людей, проживающих в окружении эстонской культуры и условиях непосредственного контакта с эстонцами, в результате обобщений собственного опыта, очевидно, складываются индивидуальные представления о «типичном» эстонце. При этом неизвестно, какое место среди них занимают стереотипы об эстонцах, бытующие в культурной метрополии. Иначе говоря, разрушает ли личный опыт усвоенные в детстве стереотипы?

---

<sup>4</sup> Не находим мы и объяснения тому, как определение этой доли (50%, 75–80%) связано с общим числом участников эксперимента. Так, Кац/Брэйли (Katz/Braly 1933, 282, 287; см. также Богомолова/Стефаненко 1991, 4) оперируют выборкой в 100 человек (студентов), но считают при этом стереотипными мнения, совпадающие у 50% опрошенных в одном случае и у 75–80% – в другом. Г. М. Гилберт (Gilbert 1951, 246), повторяя эксперимент Каца/Брэйли, расширил выборку студентов до 333 человек, а долю совпадений увеличил до 60–80%.

<sup>5</sup> Людей, с которыми мы состоим в близких отношениях, вообще оказывается трудно оценить в рамках «объектной парадигмы», поэтому исследователи предлагают в этих случаях заменять методику оценки человека/представителя социальной группы по определенным параметрам (добрый/злой, умный/глупый, щедрый/скупой и т. д.) т. н. проективной методикой – оценкой того, как человек повел бы себя в конкретной заданной исследователем ситуации (Петренко 2010, 218).

Препятствует ли опыт индивидуального общения усвоению стереотипов культурной метрополии?

Решение этих вопросов поднимает перед исследователем серьезную методологическую проблему. Что может стать критерием для вычленения стереотипа из массива индивидуальных представлений?

В статье мы хотели бы сосредоточить внимание не столько на результатах исследования представлений о «типичном эстонце» в русской культуре (хотя об отдельных предварительных результатах уже можно говорить), сколько на возможных подходах к анализу фактов обыденного сознания и выявлению стереотипов.

## 2. Имагологическая традиция изучения образа эстонца в русской культуре

В статье Т. Гузаирова и Е. Нымм анализируются 45 текстов нехудожественной прозы (записки путешественников, статьи в периодике, статистические отчеты, словарные статьи, научные и научно-популярные очерки), в частности, фиксируются встречающиеся в текстах определения, приписываемые эстонцам как этносу (Гузаиров/Нымм 2007). Этот список ранжируется по частоте встречаемости характеристик. В результате были выявлены характеристики, признанные исследователями доминантными в образе эстонца: *угрюмый* (37)<sup>6</sup>, *мстительный* (34), *мужественный* (29), *вялый* (28), *ленивый* (24), *неподвижный ум* (21), *замкнутый* (18), *упрямый* (16), *настойчивый* (15), *хитрый* (14), *склонный к пьянству* (13), *миролюбивый* (12), *честный* (12) (Гузаиров/Нымм 2007, 108).

Другим источником изучения образа эстонца в русской культуре послужил анекдотический нарратив. Анализ не только вербальных характеристик образа, но и характера поведения героя-эстонца позволил сформировать список значимых характеристик анекдотического образа эстонца. Как показало исследование (Нымм 2006), в анекдотическом нарративе эстонец<sup>7</sup> изображен националистом, глупым («тормозом»), медлительным, неэмоциональным, говорящим по-русски медленно и с характерным акцентом.

---

<sup>6</sup> В скобках указывается количество упоминаний характеристики в проанализированных авторами статьи 45 текстах об эстонцах. Репрезентативными признавались характеристики, которые встречались в источниках не менее 12 раз (Гузаиров/Нымм 2007, 99-100).

<sup>7</sup> Любопытно, что этноним «эстонец» в анекдоте выступает не только как название собственно эстонца, но и как заместитель названий «латыш» и «литовец» (анекдоты о литовцах не зафиксированы, анекдоты о латышах единичны), а образ эстонца оказывается собирательным для обозначения всех прибалтийских народов (Нымм 2006, 184).

При этом центральное место среди отмеченных характеристик занимает «медлительность», которая распространяется и на физическую активность, и на интеллектуальную и речевую деятельность.

Сопоставление стереотипов, закрепленных в фольклорной традиции и зафиксированных письменными источниками, свидетельствует о том, что для анекдота оказывается актуальным более узкий набор стереотипных характеристик эстонцев и две из них повторяют стереотипы, сложившиеся в письменной традиции конца XVIII – начала XX веков. Ср. такие характеристики эстонца в анекдотах, как *глупый* и *медлительный*, с одной стороны, и зафиксированные в текстах письменной традиции словоупотребления *неподвижный ум*<sup>8</sup> и *вялый*<sup>9</sup> – с другой.

Попробуем наметить возможный методологический подход к ответу на вопрос о том, усваиваются, сохраняются или разрушаются культурные стереотипы в условиях близкого контакта со стереотипизируемой группой.

Выборку нашего исследования составили русскоязычные студенты Нарвского колледжа Тартуского университета, которые в период с весны 2008 г. по весну 2011 г. слушали семестровый курс межкультурной коммуникации. В выборку вошло 224 человека, что составляет 55% от общего числа русскоязычных студентов-первокурсников Нарвского колледжа тех лет. Все они посещали в это время семинары по межкультурному общению и представляли все специальности, в рамках которых велось в те годы обучение в Нарвском колледже Тартуского университета (дошкольные педагоги, английские и эстонские филологи, специалисты по работе с молодежью, чиновники местных самоуправлений, предприниматели и руководители проектов). Большая часть опрошенных – жители русскоязычного региона Эстонии (Ида-Вирумаа).

В качестве метода сбора данных использовался направленный ассоциативный эксперимент, поле возможных реакций на стимул «типичный эстонец» было ограничено личностными характеристиками и числом реакций (до 10).

От 224 респондентов было получено 1956 реакций на стимул «типичный эстонец». Затем в ходе контент-анализа слова-реакции, называющие одни и те же понятия, но различающиеся по степени выраженности качества, были объединены в 115 семантических рядов, которые в свою очередь распределились по 19 тематическим классам (см. Приложение 1). На основе процессора таблиц Microsoft Excel была создана база всех словесных реакций, данных испытуемыми, с разметкой каждой реакции

---

<sup>8</sup> Доминанта «неподвижный ум» объединяет встречающиеся в текстах определения *медленный ум, недомышленность, умственная ограниченность, глупый, недогадливый, несметливый, невпечатлительный* (Гузаиров/Нымм 2007, 109).

<sup>9</sup> Доминанта *вялый* представляет следующий ряд: *сонный, неповоротливый, недейтельный, медленный, неловкий, неприспособленный, неизобретательный, апатичный, неподвижный*.

по порядковому номеру в цепочке реакций одного участника эксперимента, по принадлежности тематическому классу, семантическому ряду и по включенности в антонимические отношения с другими единицами базы. Эта многоаспектная разметка каждой единицы базы была преобразована в код, что позволило автоматизировать обработку данных.

### **3. Возможные подходы к анализу экспериментальных данных**

Выбранная методика сбора материала дает заведомо избыточный массив данных. Возникает вопрос, как отграничить факт коллективного сознания от факта индивидуального? Мы предлагаем для процедуры оценки «коллективного» ввести следующие количественные и качественные показатели:

1. биполярные ортонормированные стержневые оси распределения признаков;
2. значимость оси;
3. степень согласованности признаков, распределенных на оси;
4. весовой коэффициент реакции<sup>10</sup>.

#### **3.1. Биполярные ортонормированные стержневые оси распределения признаков**

Работая с избыточным массивом данных, мы выделяем в нем стержневые оси, которые притягивают релевантные объекту признаки. Очевидно, эти стержневые оси должны быть биполярными и ортонормированными (т. е. не пересекающимися друг с другом). Выделив эти стержневые оси и определив значимость каждой из них, мы сможем реконструировать «каркас» образа «типичного эстонца» в сознании русскоязычного студента, другими словами, определить, какие параметры личности лежат в основе этого образа.

Полюса этих биполярных осей имеют «облачную» структуру. Участники нашего эксперимента давали свободно конструируемые ответы. Понятие о личностных характеристиках в нашем языковом сознании не столь определено, как понятие о каких-то объектах реальной действительности, которые имеют денотативную, референтную соотнесенность. Выявление личностных характеристик требует от человека не просто обобщения дифференциальных

---

<sup>10</sup> Авторы выражают признательность кандидату физико-математических наук Дмитрию Сергеевичу Богданову и магистру искусств Наталье Николаевне Богдановой за участие в обсуждении идей исследования и неоценимую помощь в создании программного обеспечения для автоматической обработки данных.

признаков, а наблюдения за поведением человека и умозаключения на основании анализа (если только человек не усвоил это представление о характеристике той или иной национальности через внешний культурный канал). Перед испытуемым стояла задача облечь свое представление о личностных характеристиках эстонца в слова, которые в нашем языковом сознании обладают в известной степени диффузной, размытой семантикой<sup>11</sup>. А это значит, что для называния какой-то личностной характеристики (или близких характеристик) человек мог подобрать разные словесные варианты.

Например, анализ ответов испытуемых позволяет выделить биполярную шкалу «ответственный — безответственный». На одном полюсе этой шкалы концентрируется «облако» реакций: *исполнительный* (21)<sup>12</sup>, *обязательный* (4), *ответственный* (16), *организованный* (7), *усердный* (2), *сосредоточенный* (1), *усидчивый* (4), *ревностный* (1), *добросовестный* (10), *старательный* (3). Другой полюс притягивает меньшее количество реакций: *безответственный* (2), *необязательный* (5), *неорганизованный* (3).

83% полученных в ходе эксперимента реакций (1614 единиц) на заданный стимул («типичный эстонец») распределяются по 17 осям:

1. быстрый/медлительный
2. серьезный/легкомысленный
3. спокойный/вспыльчивый
4. умный/глупый
5. добрый/злой
6. честный/лживый
7. коллективист/индивидуалист
8. открытый/замкнутый
9. вежливый/грубый
10. уступчивый/упрямый
11. скромный/высокомерный
12. щедрый/скупой
13. ответственный/безответственный
14. пунктуальный/непунктуальный
15. трудолюбивый/ленивый
16. патриот/непатриот
17. толерантный/националист

Итак, давая характеристику «типичному эстонцу» испытуемые сосредотачивают свое внимание главным образом на качествах, которые определяют

<sup>11</sup> Примечательно, что и «абстрактный смысл стереотипа», как утверждает А. Киклевич, «выступает, скорее, как размытое семантическое пятно, т.е. множество семантических, не всегда отчетливых интерпретаций» (Kiklewicz 2011, 275).

<sup>12</sup> В скобках указано абсолютное количество реакций, данных на стимул разными испытуемыми.

взаимоотношения человека с другими людьми, отражают отношение человека к работе, к родине, описывают его темперамент, нравственные и интеллектуальные качества. На рисунке 1 представлены все биполярные ортонормированные оси в порядке убывания количества реакций, данных по каждой из осей (шкала отражает абсолютное количество реакций).

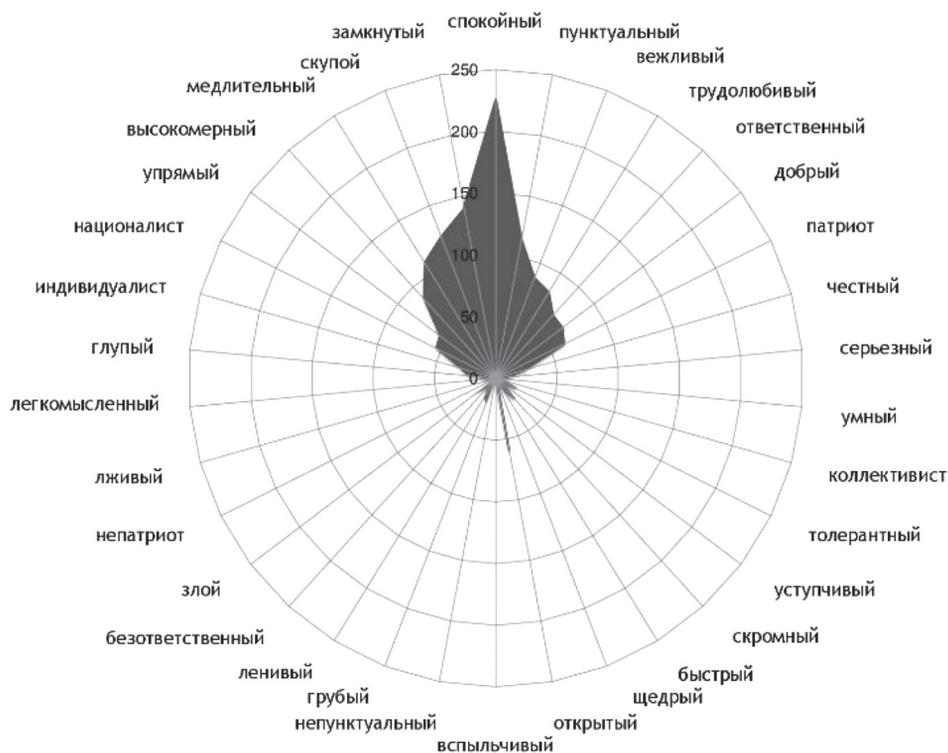


Рис. 1. Распределение реакций испытуемых на стимул «типичный эстонец» по биполярным ортонормированным осям

### 3.2. Понятие «значимость оси»

Возникает вопрос: какова значимость этих осей в структуре образа «типичного эстонца»? Другими словами, какие из этих осей формируют «каркас» этого образа? Под значимостью оси мы понимаем отношение количества реакций по данной оси к среднему количеству реакций, зафиксированных по всем осям. Значимыми можно считать оси, которые по этому показателю превышают единицу (это значит, что реакции по данным осям встречаются чаще, чем среднее количество реакций по всем осям).

В нашем случае 8 осей, очевидно, могут претендовать на роль значимых, т. е. структурообразующих в образе эстонца (по убыванию): оси *спокойный/вспыльчивый* (2,6), *открытый/замкнутый* (2,1), *щедрый/скупой* (1,32), *быстрый/медлительный* (1,27), *пунктуальный/непунктуальный* (1,21), *скромный/высокомерный* (1,16), *вежливый/грубый* (1,15), *трудолюбивый/ленивый* (1,05), которые в сумме покрывают 70% всех учтенных в анализе характеристик.

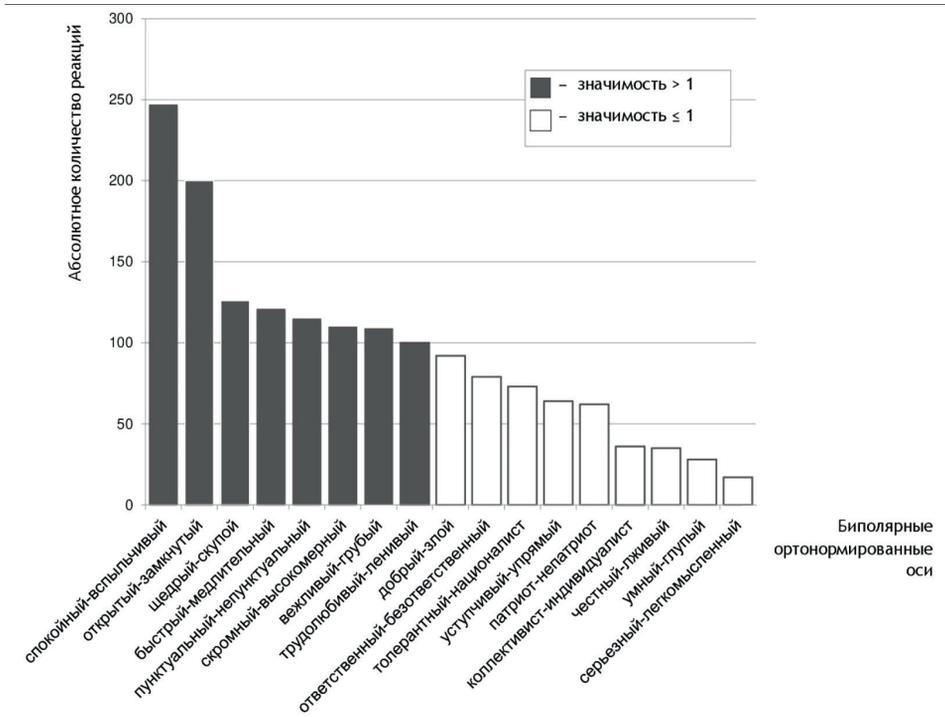


Рис. 2. Степень значимости биполярных ортонормированных осей

### 3.3. Степень согласованности признаков, распределенных по одной оси

Однако для вычленения стереотипных реакций параметр «значимость оси» нельзя признать достаточным, поскольку одна ось может объединять полярные (прямо противоположные) реакции испытуемых, что свидетельствует об отсутствии единства во мнениях респондентов. В дополнение к параметру «значимость» целесообразно ввести параметр «согласованность признаков, распределенных по оси». Например, явную рассогласованность признаков мы наблюдаем на оси *серьезный/легкомысленный*: 10 реакций, данных испытуемыми, распределяются вокруг полюса *серьезный*, 7 – притягиваются

к полюсу *легкомысленный*. Очевидно, здесь проявились индивидуальные представления, которые являются результатом личного опыта человека.

Напротив, высокая степень согласованности признаков (не менее 85% реакций на доминантном полюсе) наблюдается на 8 осях, где один полюс оказывается абсолютной или условной доминантой: *патриот* (100%), *пунктуальный* (99%), *скупой* (98%), *медлительный* (92%), *спокойный* (92%), *упрямый* (91%), *ответственный* (87%), *индивидуалист* (86%).

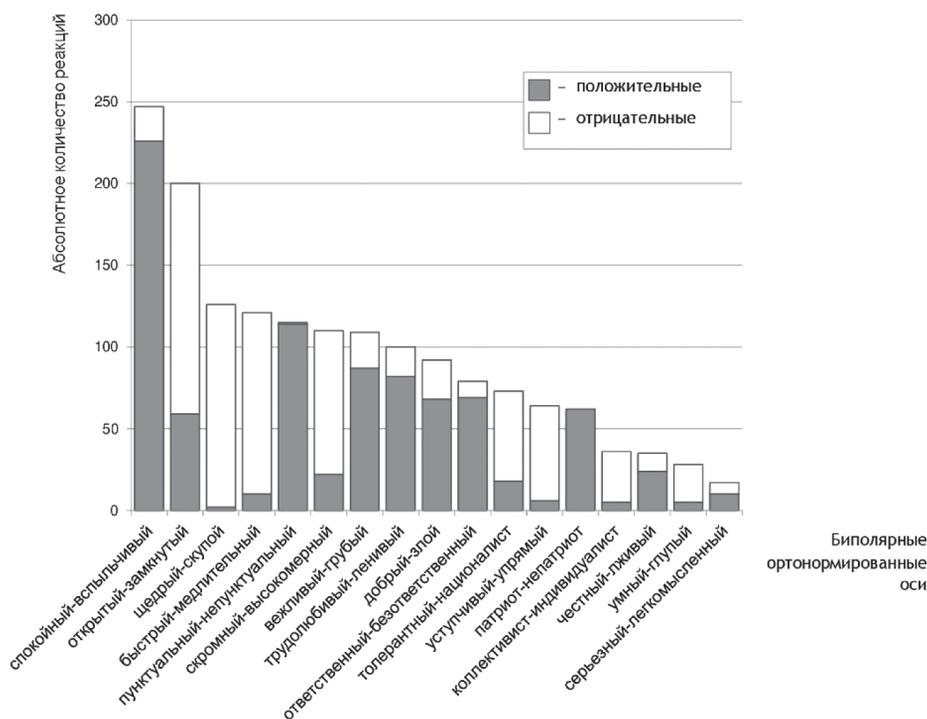
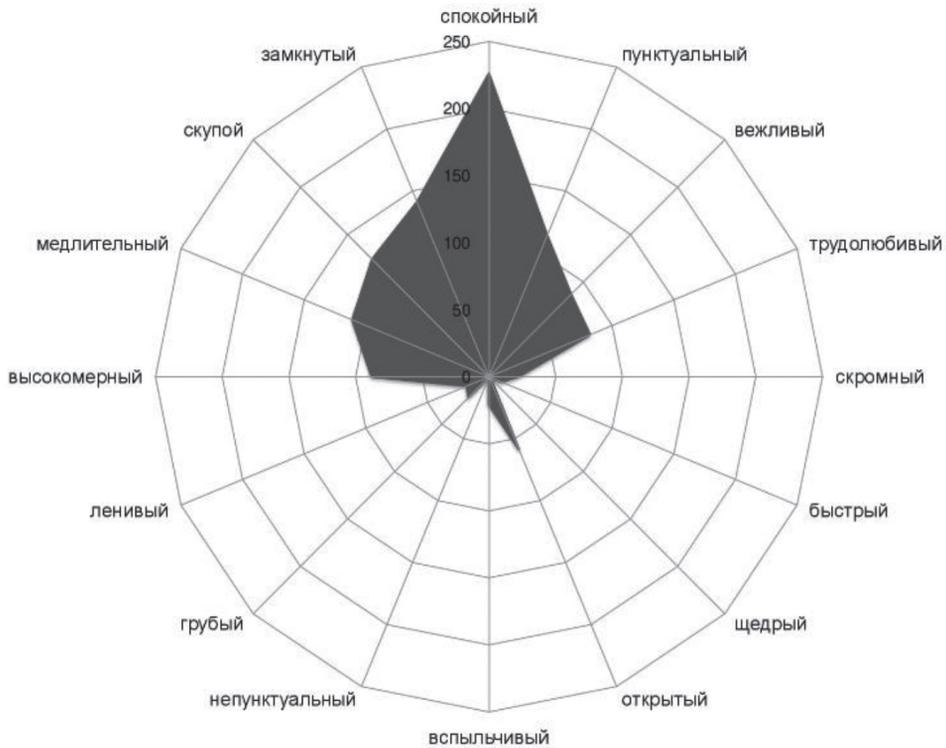


Рис. 3. Степень согласованности признаков на биполярных ортонормированных осях

Очевидно, для реконструкции образа эстонца в сознании испытуемых необходимо учитывать показатели по обоим описанным выше параметрам (значимость оси и степень согласованности признаков на оси).

В рассматриваемом нами примере такими значимыми и согласованными в образе «типичного эстонца» являются четыре характеристики: *спокойный*, *скупой*, *пунктуальный*, *медлительный*. Эти признаки, по-видимому, могут претендовать на роль стереотипных характеристик. Несколько из представленных на рисунке 4 ортонормированных осей, будучи значимыми, обнаруживают более или менее выраженную рассогласованность признаков (см. ось *открытый/замкнутый*).



**Рис. 4.** «Каркас» образа «типичного эстонца»  
(на основании параметров «значимость оси» и «согласованность признаков на оси»)

### 3.4. Весовой коэффициент реакции испытуемого на стимул

Описанный выше алгоритм анализа не принимает во внимание, какую позицию в цепочке реакций испытуемого на стимул-этноним занимала та или иная характеристика. Между тем можно было бы полагать, что наиболее стандартизованные реакции окажутся в числе первых, а случайные, надуманные – в числе последних.

Присвоим каждой реакции испытуемого весовой коэффициент по линейной шкале<sup>13</sup>: реакция 1 – коэффициент 10, реакция 2 – коэффициент 9, реакция 3 – коэффициент 8 и т. д. до 1.

<sup>13</sup> При определении коэффициента может быть принята и не линейная шкала, но она потребует обоснования и наших дальнейших размышлений.

Анализ полученных данных с учетом трех параметров (значимость, согласованность и весовой коэффициент, т. е. позиция (ранг) слова-характеристики в цепочке реакций) принципиально не изменил «каркас» образа «типичного эстонца».

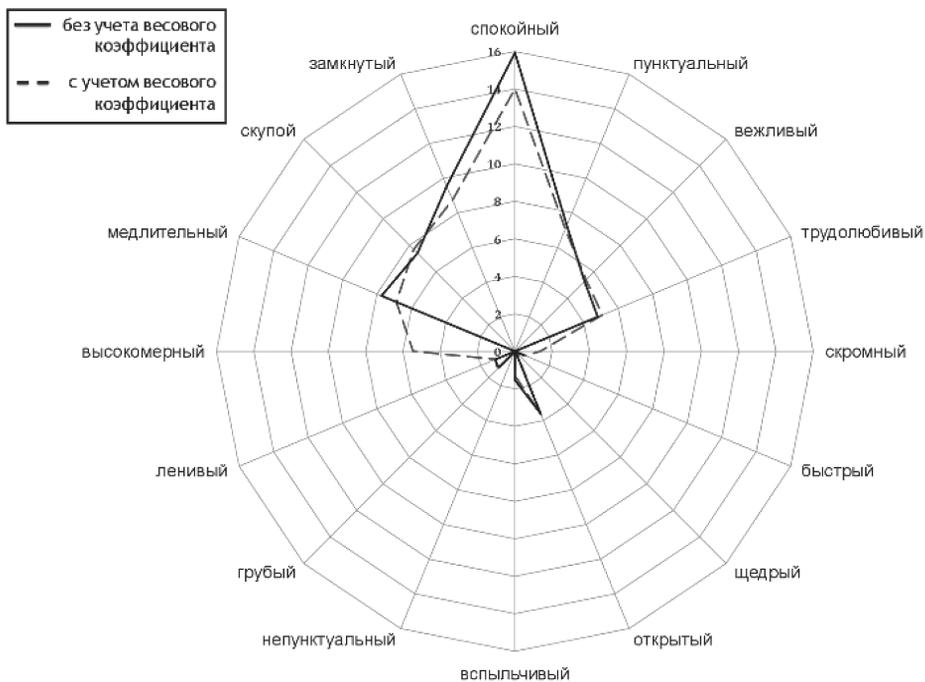


Рис. 5. Уточнение «каркаса» образа «типичного эстонца» (с учетом параметра «весовой коэффициент реакции»)

В целом учет весового коэффициента в анализе позволил более четко прорисовать «каркас» образа, в котором структурообразующими по-прежнему остались характеристики: *спокойный, медлительный, скупой, пунктуальный*. Попутно заметим, что среди них есть одна из трех характеристик, представленных в русской культуре метрополии (*медлительный*).

#### 4. Выводы

Таким образом, четыре предложенных нами критерия (биполярные ортонормированные стержневые оси распределения признаков; значимость оси; степень согласованности признаков, распределенных на оси; весовой коэффициент реакции) позволили на основании показаний русскоязычных студентов

Эстонии вычленили шесть характеристик, которые могли бы претендовать на роль стереотипов в локальной культуре. Мы не беремся пока интерпретировать, чем обусловлен достаточно комплементарный характер полученного списка личностных черт; нашел ли в нем отражение тот факт, что участники эксперимента были слушателями курса межкультурной коммуникации, и получили бы мы сходные данные в другой, менее подготовленной к межкультурному взаимодействию студенческой аудитории. Тем более мы не смеем пока утверждать, что при опросе других социальных и возрастных групп русскоязычных жителей Эстонии мы получим тот же «каркас» образа «типичного эстонца». Для подтверждения или опровержения этого, а в конечном итоге ответа на вопрос, существуют ли местные, «локальные» стереотипы, необходима более объемная репрезентативная, пропорциональная выборка (сформированная с учетом возраста, социального статуса, владения языками, частоты и уровня контактирования с эстонцами и т. п.) и большой по объему массив данных. На настоящем этапе для нас принципиально важным было найти возможные подходы к анализу характеристик, приписываемых этнониму, и протестировать предложенную методику на ограниченном пока материале.

### Библиография

- АБЕРКРОМБИ, Н./ХИЛЛ, С./ТЕРНЕР, Б. С. (2004), Социологический словарь. Москва.
- АГЕЕВ, В. С. (1990), Межгрупповое взаимодействие: Социально-психологические проблемы. Москва.
- АНДРЕЕВА, Г. М. (2001), Социальная психология. Учебник для высших учебных заведений. Москва.
- БОГОМОЛОВА, Н. Н./СТЕФАНЕНКО, Т. Г. (1991), Образы американца и советского человека в восприятии московских студентов и на страницах молодежной прессы. В: Вестник МГУ. Сер. 14. Психология. 3, 3-11.
- БОРОНОВ, А. О./ПАВЛЕНКО, В. Н. (1994), Этническая психология. Санкт-Петербург.
- ГУЗАИРОВ, Т./НЫММ, Е. (2007), Представления о национальном характере эстонцев (по материалам русских источников конца XVIII – начала XX веков). В: *Studia humaniora et paedagogica collegii Narovensis II: Ethnic Images and Stereotypes – Where is the Border Line? (Russian-Baltic Cross-Cultural Relations)*. Narva, 99-113.
- ЗАВЬЯЛОВА, М. В./РЫЖАКОВА, С. И. (2002), Этнокультурные стереотипы у латышей и литовцев: образы «своего» и «чужого». На материале опроса школьников гг. Риги и Вильнюса. В: *Идентичность и толерантность*. Москва, 305-328.
- НОВИКОВ, А. Л./НОВИКОВА, И. А. (2019), Этнические стереотипы в контексте межкультурной коммуникации: психологические и семантические аспекты. В: Вестник РУДН. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 10 (4), 977-989.
- НЫММ, Е. (2006), Этностереотипы русских и эстонцев в анекдотах. В: Псковский региональный журнал. 3, 180-185.
- ПЕТРЕНКО, В. Ф. (2010), Основы психосемантики. Москва.
- СИКЕВИЧ, З. В. (1999), Социология и психология национальных отношений. Санкт-Петербург.
- СТЕФАНЕНКО, Т. Г. (2004), Этнопсихология. Москва.

- Стефаненко, Т. Г. (2008), *Этнопсихология: практикум*, Москва.
- Сушков, И. Р. (1988), Исследования приверженности к группе в условиях производственной организации. В: *Психологический журнал*. 9 (2), 144-148.
- Хотинец, В. Ю. (2002), О возможности отражения в этнических стереотипах типичных черт этнического характера. В: *Идентичность и толерантность*. Москва, 266-284.
- Шмелева, Е. Я./Шмелев, А. Д. (2002), *Русский анекдот: текст и речевой жанр*. Москва.
- ALLIK, J./MÖTTUS, R./REALO, A. (2010), Does national character reflect mean personality traits when both are measured by the same instrument? In: *Journal of Research in Personality*. 44 (1), 62-69.
- BELLER, M. (2007), Perception, image, imagology. In: Beller, M./Leerssen, J. (eds), *Imagology: the cultural construction and literary representation of national characters: a critical survey*. New York/Amsterdam, 3-16.
- BRIGHAM, J. C. (1971), Ethnic stereotypes. In: *Psychological Bulletin*. 76 (1), 15-38.
- DYSERINCK, H. (1966), Zum Problem der "Images" und "Mirages" und ihrer Untersuchung im Rahmen der vergleichenden Literaturwissenschaft. In: *Arcadia*. 1, 107-120.
- FISKE, S. T. (2000), Stereotyping, prejudice, and discrimination at the seam between the centuries: evolution, culture, mind, and brain. In: *European Journal of Social Psychology*. 30, 299-322.
- FISKE, S. T./CUDDY, A. J. C./GLICK, P. (2007), Universal dimensions of social cognition: warmth and competence. In: *Trends in Cognitive Sciences*. 11, 77-83.
- GILBERT, G. M. (1951), Stereotype persistence and change among college students. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 46, 245-254.
- GRIGORYEV, D./FISKE, S. T./BATKHINA, A. (2019), Mapping Ethnic Stereotypes and Their Antecedents in Russia: The Stereotype Content Model. In: *Frontiers in Psychology*. 10, 1-21.
- KARLINS, M./COFFMAN, T. L./WALTERS, G. (1969), On the Fading of Social Stereotypes: Studies in Three Generations of College Students. In: *Journal of Personality and Social Psychology*. 13 (1), 1-16.
- KATZ, D./BRALY, K. (1933), Racial stereotypes of one hundred college students. In: *Journal of Abnormal and Social Psychology*. 28, 280-290.
- KIKLEWICZ, A. (2011), Роль стереотипов в межкультурной коммуникации. В: *Przegląd Wschodnioeuropejski*. II, 259-283.
- LEERSSEN, J. (2007), Imagology: History and method. In: Beller, M./Leerssen, J. (eds), *Imagology: the cultural construction and literary representation of national characters: a critical survey*. New York/Amsterdam, 17-32.
- LIPPMANN, W. (1922), *Public Opinion*. New York.
- MADON, S./GUYLL, M./ABOUFADEL, K./MONTIEL, E./SMITH, A./PALUMBO, P./JUSSIM, L. (2001), Ethnic and national stereotypes: The Princeton Trilogy Revisited and Revised. In: *Personality and Social Psychology Bulletin*. 27, 996-1010.
- PAGEAUX, D.-H. (1988), Image/Imaginaire. In: Dyserinck, H./Syndram, K. U. (eds), *Europa und das nationale Selbstverständnis: Imagologische Probleme in Literatur, Kunst und Kultur des 19. und 20. Jahrhunderts/Bonn*, 367-379.
- REALO, A./ALLIK, J./LÖNNQVIST, J. E. et al. (2009). Mechanisms of the national character stereotype: How people in six neighboring countries of Russia describe themselves and the typical Russian. In: *European Journal of Personality*. 23 (3), 229-249.
- STEIN, J.-P./LU, X./OHLERA, P. (2019), Mutual Perceptions of Chinese and German Students at a German University: Stereotypes, Media Influence, and Evidence for a Negative Contact Hypothesis. In: *Compare: A Journal of Comparative and International Education*. 49 (6), 943-963.
- STEPHAN, W. G./AGEYEV, V./STEPHAN, C. W. et al. (1993), Measuring Stereotypes: A Comparison of Methods Using Russian and American Samples. In: *Social Psychology Quarterly*. 56 (1), 54-64.
- TAJFEL, H. (1981), Social Stereotypes and Social Groups. In: *Intergroup Behavior*. Oxford, 144-167.
- TARTAKOVSKY, E./WALSH, S. D./LEBEDEVA, N. et al. (2020), Is there "smoke without fire"? Applying the theory of values to the study of motivational aspects of ethnic stereotypes: The case of Jewish stereotypes in Russia. In: *International Journal of Psychology*. DOI: 10.1002/ijop.12654.

- TRIANDIS, H. C./LISANSKY, J./SETIADI, B. et al. (1982), Stereotyping among Hispanics and Anglos: The uniformity, intensity, direction and quality of auto- and heterostereotypes. In: Journal of Cross-Cultural Psychology. 13, 409-426.
- YZERBYT, V./PROVOST, V./CORNEILLE, O. (2005), Not Competent but Warm... Really? Compensatory Stereotypes in the French-speaking World. In: Group Processes & Intergroup Relations. 8 (3), 291-308.
- YZERBYT, V. (2016), Intergroup stereotyping. In: Current Opinion in Psychology. 11, 90-95.

## ПРИЛОЖЕНИЕ 1

Список тематических классов, по которым распределены реакции, полученные на стимул  
*типичный эстонец*

Темперамент человека

1. темперамент человека

Характер человека

2. общие черты характера
3. гуманистические характеристики
4. коммуникативные характеристики
5. черты характера, отражающие отношение человека к самому себе
6. черты характера, отражающие отношение человека к труду, к делу
7. черты характера, отражающие отношение человека к собственности
8. черты характера, отражающие нравственную сущность человека
9. черты характера, отражающие волевые качества человека

Человек как мыслящее и говорящее существо

10. характеристика интеллектуальных качеств человека
11. характеристика речевой деятельности человека

Человек как общественное существо

12. отношение к малым группам непосредственного окружения
13. отношение к большим социальным группам
14. отношение к стране, родине
15. отношение к обществу (общественному порядку)
16. образование, обучение
17. образ жизни
18. творчество

Внешность человека

19. внешний облик