

ОСОБЕННОСТИ ЭТНОСТЕРЕОТИПОВ В УСЛОВИЯХ ПРЕДЪЯВЛЕНИЯ СТИМУЛОВ РАЗНЫХ ВИДОВ

Статья посвящена проблеме социальной перцепции в аспекте феномена этнической стереотипизации. Показано, что разные виды стимулов (понятийный, визуальный, комбинированный) определяют характеристики этностереотипов, связанные с этноидентичностью и этнотолерантностью; на характер этнических авто- и гетеростереотипов влияют факторы модальности восприятия, многокомпонентности стимулов, их содержательной полноты и разнообразия.

Ключевые слова: социальная перцепция, социальная стереотипизация, этнический стереотип, этническая идентичность, этническая интолерантность.

Исследование содержания, факторов и механизмов социальной перцепции [4], результатом которой являются социальные стереотипы, являются важнейшими в социально-психологической проблематике, в том числе и в аспекте личностной зрелости [3]. Это свидетельствует о важности исследования феномена социального стереотипизирования, в частности, проблемы этнического самоотношения и отношения к представителю «другого» народа. Этностереотипы как содержательные комплексы бессознательного являются одними из наиболее значимых в аспекте массового воздействия, влияния на коллективное сознание и управление поведением, запускают механизм реализации неосознаваемой готовности человека к проявлению определенной реакции на объекты социального восприятия или упоминание о них. Такими социально значимыми объектами в жизни личности являются собственная и чужая культура, ее носители. В рамках специальных исследований этноустановки и этностереотипы изучаются в этносоциологии (Коротеева В.В., Малахов В.С., Тишков В.А. и др.), в организационной психологии в аспекте особенностей кросс-культурного взаимодействия (Триандис Г., Хьюстон М. и Джасперс Д., Иконникова Н.К., Кочетков В.В. и др.), в этнопсихологии (Лебедева Н.М., Павленко В.Н., Стефаненко Т.Г. и др.). Социальная установка, в том числе и этническая, была предметом экспериментального исследования (Зимбардо Ф., Московичи С., Олпорт Г., Узнадзе Д.Н., Ядов В.А. и др.), в основе которых лежало специальное теоретическое обоснование (Стефан У.Г., Стефан С.У.). Все это позволило расширить и углубить характер исследования этнической установки и феномена этностереотипа как ее содержательного проявления.

В основе отношения к культуре лежат системы мифологии, религии, философии, которые на уровне отдельной личности в условиях реальной жизни и ежедневного общения реализуются в ее общечеловеческих качествах. Результатами причисления человека к миру «чужих» являются значительное ухудшение качества социального

* © Мышкина М.С., 2014

Мышкина Марина Сергеевна (Pylaem@bk.ru), кафедра социальной психологии Самарского государственного университета, 443011, Российская Федерация, г. Самара, ул. Акад. Павлова, 1.

взаимодействия, существенное снижение культурно выработанных норм осознанного контроля над деструктивными интенциями по отношению к «чужому» или его культуре, закрепления за ним образа социального зла, что позволяет делать исключение из общечеловеческих этических норм и моральных правил. Это во многом определяет решающий вклад этностереотипов в возникновение конфликтных ситуаций на межличностном и межгрупповом уровнях. Этнические стереотипы формируются в этно- и онтогенезе, обуславливая определенные, жестко фиксированные, автоматически вызываемые представления об отношениях с представителями своего или чужого народа, не требующие рефлексии мотивов этого отношения или действий; благодаря сформировавшемуся стереотипу стереотипное поведение еще долгое время остается неизменным [4; 5; 6; 7; 8].

В основе образа чужой культуры лежит матрица собственной, содержательно модифицированной. Как отмечает Вальденфельс, враждебные образы «чужого» формируются из образа себя, но с отрицательным знаком [1]. Это вызывает интерес к исследованию содержательных особенностей этнических автостереотипов. Е.И. Шлягина и С.Н. Ениколопов вводят понятие «актуальный этнопсихологический статус личности» (АЭПС), под которым подразумевается степень выраженности и знак этнической идентификации личности, направленность и содержание авто- и гетеростереотипов, уровень этнической толерантности, а также возможные трансформации ее мотивационно-смысловой сферы, которые возникают при взаимодействии с представителями других этнических групп и при решении конфликтных ситуаций в инокультурной среде [9, с. 81]. Источниками формирования этностереотипа являются как собственный социальный опыт личности, так и различные виды социального взаимодействия, стихийные или целенаправленные коммуникации, наибольшее значение из которых имеют предполагающие высокий уровень сопереживания происходящим событиям. Тем самым подавляющая часть этностереотипов является готовым продуктом присвоения социального опыта и, в целом, культуры, источниками которых для современного человека выступают средства массовой информации. Все эти источники определяют специфику процесса социального познания как взаимодействия разных уровней психического отражения. Это позволяет поставить вопрос об исследовании особенностей социального восприятия в условиях разных видов этнической установки. В основе такого подхода содержится положение о стереотипе как первичной форме социального восприятия, задающей структурные и содержательные особенности матрицы общения. Сужение этой матрицы, ее границ прямо противоположно объему и качеству предварительной информации.

Таким образом, на сегодняшний день самостоятельное значение приобретает изучение содержательной специфики авто- и гетеростереотипов, возникающей в разных социально-психологических условиях, вызываемых различными стимулами. На прикладном уровне исследования этих этнических феноменов наиболее актуальным представляется рассмотрение этнического самоотношения русских и их отношения к чеченцам с позиции представителей титульной нации. События последних десятилетий истории нашей страны свидетельствует об особом драматизме этих отношений. В настоящее время много чеченской молодежи приезжают учиться или работать в города центральной России. Каково содержание авто- и гетеростереотипов у русских как представителей «принимающей» стороны? Существует ли некое интуитивное распознавание «своей» и «чужой» национальной группы? Эти вопросы позволили сформулировать *цель исследования*: выявить, как меняется содержание этнических авто- и гетеростереотипов в условиях предъявления стимулов разных видов. *Предмет* исследования: содержательные особенности этнических авто- и гетеростереотипов в усло-

виях предъявления стимулов разных видов (названия этноса; фотоизображения; фотоизображения с названием этноса). **Основная гипотеза** исследования: содержание авто- и гетеростереотипов обуславливается видами «запускающих» их стимулов. **Частные гипотезы:** а) наибольшее влияние на содержание этностереотипа оказывает название этноса; б) минимальная выраженность этностереотипа возникает при предъявлении визуального стимула (фотоизображение). Природа визуального стимула характеризуется неоднозначностью, возможностью расширить его границы и содержательные характеристики, преодолеть четкую закреплённость системы значений, связывающих с глубинными, архаическими смысловыми образованиями, объединяющими воспринимающего с его этногруппой. Это позволяет воспринимающему минимизировать страх изменений, проявить терпимость, что дает возможность преодолеть границы, связанные с изменениями знаний о самом себе.

Характеристики выборки. Исследование проводилось в г. Самаре в 2013 году. Общее количество испытуемых – 97 человек (50 женщин, 47 мужчин), возраст – 25–45 лет; образовательный статус: 95 % – высшее образование; 5 % – незаконченное высшее. Выборка этнически гомогенная (все испытуемые обозначили собственную этничность как русскую).

Для проверки гипотез проведено измерение средних значений личностных качеств, приписываемых представителю «своего» и «другого» этносов в условиях предъявления разных видов стимулов: название этноса (стимул 1), фотографии (стимул 2), фотографии с названием этноса (стимул 3). При формировании выборки использовался принцип независимых групп с целью устранения эффекта последовательности. Выборка была разделена на 3 группы, которым предъявлялись разные виды стимулов: первой группе – стимул 1, второй – стимул 2, третьей – стимул 3.

Инструментарий и процедура исследования. Для проверки гипотезы сконструирован стимульный материал – набор фотографий, на которых изображены типичные представители двух этнических групп (русского и чеченского народов): всего 20 фото мужчин в возрасте 25–30 лет; по 10 фотографий обладателей «типичной» внешности. Фотоматериал прошел экспертную оценку на предмет соответствия антропологическим характеристикам принадлежности к русскому и чеченскому этносам. На основе теста «Большая пятерка» и тезауруса личностных черт [10] была разработана шкала личностных качеств для измерения личностных качеств, характеризующих этнические авто- и гетеростереотипы. Респондентов просили оценить выраженность определенного комплекса личностных качеств у себя как представителя определенной этнической группы и у «другого» как представителя иноэтнической группы по шкале от 0 до 7 баллов. В основе выбора комплекса личностных качеств – положение М. Смита (1942) о трехкомпонентной структуре установки, где когнитивный компонент – осознание объекта социальной установки, эмоциональный (аффективный) компонент – оценка объекта установки с позиции симпатии/антипатии, поведенческий компонент – алгоритм поведения по отношению к объекту установки. Результаты шкалированной оценки – средние значения, сравнение которых позволило обнаружить специфичку самооотношения и отношения к представителю другого этноса.

Способы обработки данных. Достоверность различий по заявленным параметрам между разными группами испытуемых устанавливалась с помощью непараметрического U-критерия Манна-Уитни. При обработке данных использовался статистический пакет SPSS 11.0.

Анализ данных осуществлялся в направлении попарного сравнения средних значений авто- и гетеростереотипов, полученных в условиях последовательного предъявления стимулов (табл. 1, 2).

Таблица 1

Среднее значение личностных качеств автостереотипов
(ст. 1 – название этноса; ст. 2 – фото) $p < 0.05$, $p < 0.01$

Качество личности	Стимул 1	Стимул 2	U	Значимость
общительность	6.3	3.4	72	$p < 0.01$ знач
доверчивость	2.1	3.5	234	$p < 0.01$ знач
обязательность	2.1	3.3	407	$p > 0.05$ незн
тревожность	4.9	3.0	89	$p < 0.01$ знач
импульсивность	2.9	3.7	116	$p > 0.05$ незн
богатое воображение	3.9	3.2	284	$p < 0.01$ знач
привлекательность для кратковременных отношений	4.9	3.0	99	$p < 0.01$ знач
уверенность	5.6	3.2	103	$p < 0.01$ знач
осмотрительность	4.2	3.2	313	$p > 0.05$ незн
старательность	2.2	3.0	340	$p > 0.05$ незн
интеллектуальность	1.8	3.1	211	$p > 0.05$ незн
самодисциплина	2.2	3.5	124	$p > 0.05$ незн
активность	4.2	4.0	491	$p > 0.05$ незн
враждебность	2.4	3.4	115	$p > 0.05$ незн
скромность	3.0	3.2	815	$p > 0.05$ незн
ранимость	3.9	3.3	515	$p > 0.05$ незн
привлекательность для долговременных отношений	3.5	3.4	293	$p > 0.05$ незн

Таблица 2

Среднее значение личностных качеств гетеростереотипов
(ст. 1 – название этноса; ст. 2 – фото) $p < 0.05$, $p < 0.01$

Качество личности	Стимул 1	Стимул 2	U	Значимость
общительность	3.0	2.8	511	$p > 0.05$ незн
доверчивость	4.8	3.8	712	$p > 0.05$ незн
обязательность	3.8	3.5	259	$p > 0.05$ незн
тревожность	2.6	3.4	415	$p > 0.05$ незн
импульсивность	5.4	3.9	86	$p < 0.01$ знач
богатое воображение	3.7	3.4	511	$p > 0.05$ незн
привлекательность для кратковременных отношений	4.8	3.7	95	$p < 0.01$ знач
уверенность	5.1	3.2	138	$p < 0.01$ знач
осмотрительность	4.4	3.3	313	$p > 0.05$ незн
старательность	4.5	3.6	110	$p < 0.01$ знач
интеллектуальность	3.4	3.4	611	$p > 0.05$ незн
самодисциплина	3.7	3.2	414	$p > 0.05$ незн
активность	4.0	3.7	279	$p > 0.05$ незн
враждебность	4.0	3.2	457	$p > 0.05$ незн
скромность	4.1	3.3	186	$p > 0.05$ незн
ранимость	5.0	3.3	88	$p < 0.01$ знач
привлекательность для долговременных отношений	3.7	3.5	293	$p > 0.05$ незн

Выявлена общая тенденция изменения абсолютных показателей: при предъявлении понятийного стимула средние значения стереотипа в целом выше, чем при предъявлении фотографии:

автостереотип – общительность, богатое воображение, уверенность, осмотрительность, активность, ранимость, привлекательность для отношений. Среднее значение признака «тревожность» значительно уменьшается при предъявлении фотографии, т. е. визуальный стимул представителя «своей» группы значительно влияет на уменьшение напряжения, на возникновение представления о доверии в отношении представителя своего этноса;

гетеростереотип – общительность, доверчивость, обязательность, импульсивность, богатое воображение, уверенность, осмотрительность, старательность, интеллектуальность, самодисциплина, активность, враждебность, скромность, ранимость, привлекательность для отношений. Среднее значение признака «тревожность» значительно увеличивается при предъявлении фотографии, т. е. при предъявлении визуального стимула негативные представления в отношении «другого» этноса подкрепляются и усиливаются.

Выявлены *значимые межгрупповые различия* ($p < 0.01$): 5 значимых межгрупповых различий средних значений следующих качеств в сторону их увеличения при предъявлении названия этноса:

автостереотип – общительность, тревожность, богатое воображение, уверенность, привлекательность для кратковременных отношений. В отличие от этого, значение показателя «доверчивость» значительно увеличивается при предъявлении фотографии;

гетеростереотип – импульсивность, уверенность, старательность, ранимость, привлекательность для кратковременных отношений.

Выявлено *содержательное совпадение* тех личностных качеств, которые для испытуемых проявляются как наиболее значимые: при предъявлении названия русские приписывают как себе, так и чеченцам общительность, богатое воображение, уверенность, осмотрительность, активность, ранимость, привлекательность для кратковременных и долговременных отношений. Это означает, что испытуемые-представители русского этноса не склонны проявлять негативные межэтнические установки; напротив, они будут стремиться к социальному включению и расширению социальных межэтнических контактов.

Таблица 3

Среднее значение личностных качеств автостереотипов
(ст. 1 – название этноса; ст. 3 – фото с названием этноса) $p < 0.05$, $p < 0.01$

Качество личности	Стимул 1	Стимул 3	U	Значимость
общительность	6.3	3.0	70	$p < 0.01$ знач
<i>доверчивость</i>	2.1	2.6	422	$p > 0.05$ незн
<i>обязательность</i>	2.1	3.2	521	$p > 0.05$ незн
тревожность	4.9	2.7	119	$p < 0.01$ знач
<i>импульсивность</i>	2.9	3.1	612	$p > 0.05$ незн
богатое воображение	3.9	3.5	618	$p > 0.05$ незн
привлекательность для кратковременных отношений	4.9	3.5	128	$p < 0.01$ знач
уверенность	5.6	4.4	216	$p < 0.01$ знач
осмотрительность	4.2	3.1	728	$p > 0.05$ незн
<i>старательность</i>	2.2	3.6	529	$p > 0.05$ незн
интеллектуальность	1.8	4.0	213	$p < 0.01$ знач
<i>самодисциплина</i>	2.2	3.6	716	$p > 0.05$ незн
активность	4.2	2.9	125	$p < 0.01$ знач
враждебность	2.4	4.4	119	$p < 0.01$ знач
<i>скромность</i>	3.0	3.8	817	$p > 0.05$ незн
ранимость	3.9	2.7	515	$p > 0.05$ незн
привлекательность для долговременных отношений	3.6	3.5	611	$p > 0.05$ незн

Таблица 4

Среднее значение личностных качеств гетеростереотипов
(ст. 1 – название этноса; ст. 3 – фото с названием этноса) $p < 0.05$, $p < 0.01$

Качество личности	Стимул 1	Стимул 3	U	Значимость
общительность	3.0	3.4	139	$p > 0.05$ незн
доверчивость	4.8	3.5	88	$p < 0.01$ знач
обязательность	3.8	3.3	219	$p > 0.05$ незн
тревожность	2.6	3.0	459	$p > 0.05$ незн
импульсивность	5.4	3.3	79	$p < 0.01$ знач
богатое воображение	3.7	2.9	185	$p > 0.05$ незн
привлекательность для кратковременных отношений	4.8	2.6	89	$p < 0.01$ знач
уверенность	5.1	3.8	96	$p < 0.01$ знач
осмотрительность	4.4	4.0	287	$p > 0.05$ незн
старательность	4.5	2.7	79	$p < 0.01$ знач
интеллектуальность	3.4	2.7	399	$p > 0.05$ незн
самодисциплина	3.7	2.6	416	$p > 0.05$ незн
активность	4.0	2.9	625	$p > 0.05$ незн
враждебность	4.0	3.6	511	$p > 0.05$ незн
скромность	4.1	2.4	117	$p < 0.01$ знач
ранимость	5.0	2.7	95	$p < 0.01$ знач
привлекательность для долговременных отношений	3.7	3.5	611	$p > 0.05$ незн

Выявлена *общая тенденция* изменения абсолютных показателей: при предъявлении названия этноса средние значения в целом выше, чем при предъявлении фото-изображения с названием (табл. 3, 4):

автостереотип – общительность, тревожность, богатое воображение, уверенность, осмотрительность, активность, ранимость, привлекательность для отношений, выше, чем при предъявлении комбинированного стимула;

гетеростереотип – доверчивость, обязательность, импульсивность, богатое воображение, уверенность, осмотрительность, старательность, интеллектуальность, самодисциплина, активность, враждебность, скромность, ранимость, привлекательность для отношений, выше, чем при предъявлении комбинированного стимула. Выявлено также, что средние значения качеств «общительность» и «тревожность» увеличиваются при предъявлении комбинированного стимула.

Выявлены *значимые межгрупповые различия* ($p < 0.01$): 7 значимых межгрупповых различий средних значений при предъявлении понятийного стимула:

автостереотип – общительность, тревожность, уверенность, активность, привлекательность для кратковременных отношений. При этом средние значения качеств «интеллектуальность» и «враждебность» значимо увеличиваются при предъявлении комбинированного стимула. Это позволяет говорить о том, что данные качества не являются базовыми элементами автостереотипа, поэтому становится возможно расширение и дифференциации содержания этих характеристик в самоописании в условиях дополнения понятийной стимуляции визуальным материалом;

гетеростереотип – доверчивость, импульсивность, уверенность, старательность, скромность, ранимость, привлекательность для кратковременных отношений.

Выявлено *содержательное совпадение* тех личностных качеств, которые для испытуемых проявляются как наиболее значимые: при предъявлении понятийного стимула русские приписывают как себе, так и чеченцам такие характеристики, как богатое воображение, уверенность, осмотрительность, активность, ранимость, привлекательность для отношений. Это в значительной степени характеризует отсутствие у испы-

туемых склонности к проявлению негативных межэтнических установок, проявление стремления к расширению межэтнического взаимодействия.

Таблица 5

Среднее значение личностных качеств автостереотипов
(ст. 2 – фото; ст. 3 – фото с названием этноса) $p < 0.05$, $p < 0.01$

Качество личности	Стимул 2	Стимул 3	U	Значимость
общительность	3.6	3.0	313	$p > 0.05$ незн
доверчивость	3.5	2.6	227	$p > 0.05$ незн
обязательность	3.3	3.2	621	$p > 0.05$ незн
тревожность	3.0	2.1	891	$p < 0.01$ знач
импульсивность	3.7	3.1	612	$p > 0.05$ незн
<i>богатое воображение</i>	3.2	3.5	185	$p > 0.05$ незн
<i>привлекательность для кратковременных отношений</i>	3.0	3.5	578	$p > 0.05$ незн
уверенность	3.2	4.4	67	$p < 0.01$ знач
осмотрительность	3.2	3.1	281	$p > 0.05$ незн
<i>старательность</i>	3.0	3.6	295	$p > 0.05$ незн
интеллектуальность	3.1	4.0	113	$p < 0.01$ знач
<i>самодисциплина</i>	3.5	3.6	516	$p > 0.05$ незн
активность	4.0	2.9	85	$p < 0.01$ знач
<i>враждебность</i>	3.4	4.4	711	$p > 0.05$ незн
<i>скромность</i>	3.2	3.8	417	$p > 0.05$ незн
ранимость	3.3	2.7	315	$p > 0.05$ незн
<i>привлекательность для долговременных отношений</i>	3.4	3.5	411	$p > 0.05$ незн

Таблица 6

Среднее значение личностных качеств гетеростереотипов
(ст. 2 – фото; ст. 3 – фото с названием этноса) $p < 0.05$, $p < 0.01$

Качество личности	Стимул 2	Стимул 3	U	Значимость
<i>общительность</i>	2.8	3.4	611	$p > 0.05$ незн
доверчивость	3.8	3.5	354	$p > 0.05$ незн
обязательность	3.5	3.3	256	$p > 0.05$ незн
тревожность	3.4	3.0	415	$p > 0.05$ незн
импульсивность	3.9	3.3	316	$p > 0.05$ незн
<i>богатое воображение</i>	3.4	2.9	434	$p > 0.05$ незн
<i>привлекательность для кратковременных отношений</i>	3.7	2.6	359	$p > 0.05$ незн
<i>уверенность</i>	3.2	3.8	653	$p > 0.05$ незн
<i>осмотрительность</i>	3.3	4.0	613	$p > 0.05$ незн
старательность	3.6	2.7	94	$p < 0.01$ знач
интеллектуальность	3.4	2.7	87	$p < 0.01$ знач
<i>самодисциплина</i>	3.2	2.6	614	$p > 0.05$ незн
активность	3.7	2.9	449	$p > 0.05$ незн
<i>враждебность</i>	3.2	3.6	355	$p > 0.05$ незн
скромность	3.3	2.4	485	$p > 0.05$ незн
ранимость	3.3	2.7	115	$p < 0.01$ знач
<i>привлекательность для долговременных отношений</i>	3.6	3.5	239	$p > 0.05$ незн

В *автостереотипе* выявлена тенденция изменения абсолютных показателей (табл. 4, 5): при предъявлении комбинированного стимула средние значения в целом выше, чем при показе фотографии (богатое воображение, уверенность, старательность, интеллектуальность, самодисциплина, враждебность, скромность, привлекательность для отношений). В *гетеростереотипе* (русские о чеченцах) при предъявлении фотографии средние значения следующих качеств выше, чем при предъявлении комбинированного стимула (доверчивость, обязательность, тревожность, импульсивность, богатое воображение, старательность, интеллектуальность, самодисциплина, активность, скромность, ранимость, привлекательность для отношений). Это означает, что фотография предоставляет воспринимаемому более широкие возможности социального восприятия за счет отсутствия четкого указания на этническую принадлежность, а дополнение фотографий названием этноса вызывает более негативное отношение русских к чеченцам.

Выявлены *значимые межгрупповые различия* ($p < 0.01$): 3 значимых межгрупповых различий средних значений:

автостереотип — из них 1 значимо увеличивается при предъявлении фотографии (тревожность), 2 — при предъявлении фотографии с названием этноса (уверенность, интеллектуальность). Вероятно, содержание признака «тревожность» на уровне представления неконкретно, диффузно, но легко считывается при визуальном предъявлении. Полученные достоверные межгрупповые различия свидетельствуют о том, что данные качества не являются базовыми характеристиками автостереотипа, в результате становятся возможным расширением и дифференциация их содержания в самоописании в условиях дополнения фотографии названием этноса;

гетеростереотип — старательность, интеллектуальность, ранимость в сторону увеличения их значений при предъявлении фотографии.

Выявлено *содержательное совпадение*: при дополнении фотографии названием этноса русские приписывают как себе, так и чеченцам уверенность и враждебность. Это показывает противоречивое отношение русских испытуемых к проявлению межэтнических установок в ситуации комбинированного стимулирования.

Выводы

1. Разные виды стимулов (понятийный, визуальный, комбинированный) активизируют различные характеристики этностереотипов, связанные с этнической идентичностью и этнической интолерантностью.

2. На характер этнических авто- и гетеростереотипов влияют факторы модальности восприятия, многокомпонентности стимулов, их содержательной полноты и разнообразия.

3. Понятийный стимул (название этноса), в отличие от визуального (фотографии) и комбинированного стимулов (фотография с названием этноса), оказывает наибольшее влияние на самооценку личностных качеств и их оценку у представителей другой этнической группы, существенно сужает возможности безоценочного восприятия.

4. При предъявлении визуального стимула негативные представления в отношении своего этноса уменьшаются, в отношении «другого» — подкрепляются и усиливаются.

5. Комбинированное стимулирование оказывает влияние на повышение самооценки и существенно снижает оценку личностных качеств другой этнической группы.

6. Набор приписываемых личностных качеств позитивного содержания в отношении «своей» группы переносится на аналогичный «другой» группы.

7. Направления повышения эффективности межэтнического взаимодействия — формирование позитивной этничности через повышение этнической самооценки, расширение субъективного семантического пространства межэтнического восприятия, повышение общего культурного уровня.

Библиографический список

1. Вальденфельс Б. Мотив чужого. М.: Пропилеи, 1999.
2. Гудзовская А.А. Социальная зрелость как необходимое условие благополучной социализации подростков // Вестник Самарского муниципального института управления. 2006. № 4. С. 207–214.
3. Зорина С.В., Шалаева Н.Ю. Физические характеристики лица человека как фактор социальной перцепции // Вестник Самарского университета. Гуманитарная серия. 2013. № 5 (106). С. 184–187.
4. Кцолева Г.У. Опыт эмпирического исследования этнических стереотипов // Психологический журнал. 1986. Т. 7. № 2.
5. Лебедева Н.М., Татарко А.Н. Социально-психологические факторы этнической толерантности и стратегии межгруппового взаимодействия в поликультурных регионах России // Психологический журнал. 2003. Т. 24. № 5. С. 31–45.
6. Психология и культура / под ред. Д. Мацумото. СПб.: Питер, 2003. 717 с.
7. Ткаченко Н.В. Этническая стереотипизация в контексте повседневной межличностной коммуникации в среде мегаполиса: материалы XIII Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов». М.: Изд-во МГУ, 2006. Т. II. С. 268–269.
8. Ткаченко Н.В. Этнонациональные установки и этнические предрассудки: проблема взаимосвязи // Вестник МГОУ. Сер.: Психологические науки. 2009. № 1. С. 149–158.
9. Шлягина Е.И., Ениколопов С.Н. Исследования этнической толерантности личности. Толерантность в современном мире // Национальный психологический журнал. 2011. № 2(6).
10. Шмелев А.Г., Похилько В.И., Кулевская-Тельнова А.Ю. Тезаурус личностных черт // Практикум по экспериментальной психологии. М., 1988.

References

1. Valdenfel's B. Motive of strange. M.: Propilei, 1999.
2. Gudzovskaya A.A. Social maturity as a necessary factor of happy socialization of teen-agers // Vestnik Samarskogo munitsipalnogo instituta upravleniya. 2006. № 4. P. 207–214.
3. Zorina S.V., Shalaeva N.Yu. Physical characteristics of face of a person as a factor of social perception // Vestnik Samarskogo gosudarstvennogo universiteta. Humanitarian Series. 2013. № 5 (106). P. 184–187.
4. Ktsoeva G.U. Experience of empirical research of ethnic stereotypes // Psychological magazine. 1986. V. 7. № 2.
5. Lebedeva N.M., Tatarko A.N. Social and psychological factors of ethnic tolerance and strategy of inter-group interaction in multi-cultural regions of Russia // Psychological magazine. 2003. V. 24. № 5. P. 31–45.
6. Psychology and Culture / Edited by D. Matsumoto. SPb.: Piter, 2003. 717 p.
7. Tkachenko N.V. Ethnic representativeness in the context of daily interpersonal communication on the territory of megapolis: Materials of XIII International Conference of students, post-graduate students and young scientists «Lomonosov». M.: Izdatel'stvo MGU, 2006. V. II. P. 268–269.
8. Tkachenko N.V. Ethnic and national attitudes and ethnic prejudices: the problem of interrelationship // Vestnik MGOU. Series Psichologicheskije nauki. 2009. № 1. P. 149–158.
9. Shlyagina E.I., Yenikolopov S.N. Research of ethnic tolerance of personality. Tolerance in modern world // Natsionalny psichologicheskij zhurnal. 2011. № 2 (6).
10. Shmelev A.G., Pokhil'ko V.I., Kulevskaya-Tel'nova A.Yu. Thesaurus of personal characteristics // Practical work on experimental psychology. M., 1988.

*M.S. Myshkina**

**PECULIARITIES OF ETHNIC STEREOTYPES IN CONDITIONS
OF SHOWING DIFFERENT KINDS OF IMPETUSES**

The article is devoted to the problem of social perception in the aspect of phenomenon of ethnic representativeness. It is shown that different kinds of impetuses (conceptual, visual, combined) activate different characteristics of ethnic stereotypes which are connected with ethnic identity and ethnic tolerance. It is revealed that the character of ethnic auto- and hetero stereotypes is influenced by the factors of modality of perception, complexity of impetuses, their intuitive completeness and diversity.

Key words: social perception, social representativeness, ethnic stereotype, ethnic identity, ethnic intolerance.

* *Myshkina Marina Sergeevna* (Pylaem@bk.ru), the Dept. of Social Psychology, Samara State University, Samara, 443011, Russian Federation.