

11. Liashenko O. Vymohy do pidruchnyka ta kryterii yoho otsiniuvannia. Pidruchnyk KhKhI stolittia: naukovopedahohichnyi zhurnal. № 1-4, 2003. S. 60-65.
12. Robak V. Osoblyvosti profesiino spriamovanoi biolohichnoi pidhotovky uchniv PTNZ. Pedahohika i psykholohiia profesiinnoi osvity. 2009. № 3. S. 61-70.
13. Talaluyeva N. O. Obespechenie vzaimosvyazi mezhdru obsheobrazovatelnoy i professionalno-tehnicheskoy podgotovkoj uchashihsya v srednih proftehuchilishah : avtoref. dis. ... kand. ped. nauk : 13.00.01 "teoriya i istoriya pedagogiki". Kiyiv, 1980. 20 s.
14. Iaroshenko O. H., Velychko L. P., Blazhko A. V. Khimiia: Profesiino oriientovana navchalna prohrama dlia profesiino-tekhnichnykh navchalnykh zakladiv kulinarnoho profiliiu. Vinnytsia : TOV "Nilan-LTD", 2013. 24 s.
15. Iaroshenko O. H., Blazhko A. V. Khimiia : pidruchnyk dlia uchniv profesiino-tekhnichnykh navchalnykh zakladiv kulinarnoho profiliiu. Chastyna I. Neorhanichna khimiia. Kyiv : Hramota, 2015. 120 s.
16. Iaroshenko O. H., Blazhko A. V. Khimiia : pidruchnyk dlia uchniv profesiino-tekhnichnykh navchalnykh zakladiv kulinarnoho profiliiu. Chastyna II. Orhanichna khimiia. Kyiv : Hramota, 2015. 168 s.

**Блажко А. В., Ярошенко О. Г. Проблема создания учебника по химии для учреждений профессионально-технического образования.**

*Статья посвящена проблеме создания современного учебника по химии для учреждений профессионально-технического образования как средства реализации профессиональной направленности изучения общеобразовательных предметов будущими квалифицированными рабочими. Охарактеризовано содержание понятия "учебник" и имеющиеся в педагогической литературе пути решения проблемы обеспечения профессионально направленными учебниками по химии учреждений ПТО. Определены функции созданного учебника по химии для заведений профессионально-технического образования кулинарного профиля и его методическое значение. Раскрыта структура предлагаемого учебника и детально описан такой его позатекстовый компонент как аппарат организации усвоения знаний учеников.*

**Ключевые слова:** учебник по химии, заведения профессионально-технического образования, кулинарный профиль, профессиональная направленность обучения.

**Blazhko A. V., Yaroshenko O. G. The problem of creating of a chemistry textbook for vocational schools.**

*The article is devoted to the problem of creating a modern textbook on chemistry for institutions of vocational education as a means of implementing the professional orientation of studying general subjects by future skilled workers. The content of the concept "textbook" is described and the ways of solving the problem of provision of vocational guidance textbooks on chemistry of vocational education establishments are found in pedagogical literature. The functions (information, transformation, systematization, consolidation of knowledge and skills, self-control, developmental, educational, self-educational, coordinating, polytechnical education, formation of readiness for work among schoolchildren), the textbook on chemistry created for vocational education institutions of the culinary profile and its methodological value were determined. The structure of the proposed textbook is disclosed and its auxiliary component is described in detail as a device for organizing students' knowledge acquisition. The textbook depicts the content of general education in the upper secondary school at the standard level; a methodological apparatus is proposed for the formation of knowledge that meets state requirements for general education of students.*

**Keywords:** a chemistry textbook, vocational schools of culinary profile, professional orientation of training.

УДК 316.6:159.922.4

**Борисов В. В., Борисова С. В., Вихор В. Г., Луїнович С. М.**

**ВАГОМІСТЬ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ  
У МОВНІЙ СВІДОМОСТІ СТУДЕНТІВ**

*Важливу роль стереотипи сприйняття відіграють у когнітивній і міжгруповій соціальній диференціації. Так, наприклад, потрапляючи у ситуацію, що вимагає миттєвої первинної оцінки явищ або об'єкта, представник конкретної етнічної спільноти поділяє їх на "знайомі" ("свої", "позитивні") і "незнайомі" ("чужі", "ворожі"). У цій ситуації власна етнічна атрибутика характеризується позитивно, із знаком "плюс", а та, що не вписується у наявну систему уявлень, – із знаком "мінус". Цим пояснюється життєздатність стереотипів сприйняття, що покликані оцінювати представників інших соціальних спільнот за певними схемами.*

*Мета статті полягає в описі попередніх результатів дослідження етнічних стереотипів, що існують у мовній свідомості етнічних росіян і українців, які проживають у Донецькій області.*

*Доведено, що за ситуації негативного розвитку взаємодії стереотипи мають тенденцію до схематичності і перебільшення. У випадку позитивного розвитку сценарію комунікативного акту оціночні*

судження або образ при збереженні стереотипної природи характеризується більшою складністю і багатогранністю.

Значущість підходу, запропонованого і апробованого авторами, полягає у розвитку теоретичного рівня дослідження процесів стереотипізації у концептуальному полі проблем соціальної і культурної взаємодії. Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів у компаративних дослідженнях міжкультурної і міжетнічної взаємодії.

**Ключові слова:** стереотип, свідомість, етнос, комунікація, студенти.

Етнокультурна різноманітність є тим джерелом збагачення світової культури людства, без якого вона неминуче деградує. У зв'язку з цим значну актуальність набуває вивчення етнічних форм комунікації, а також стереотипів і етикетних норм, які могли б стати зразком виховання нових поколінь, у повороті від абсолютизації науково-технічного прогресу до гуманістичних орієнтирів і цінностей. Ті чи інші елементи національної культури спілкування, можливо, могли б постати певним регулятором поведінки, яка допомогла б з часом відновити у суспільстві стабільність, повернути до життя цінності і моральні принципи, що поступово було втрачено. Характер етнічних контактів значною мірою визначається такими компонентами етнічної свідомості, як етнічні стереотипи. Завдяки етнічним стереотипам здійснюється передача соціального досвіду від одного покоління до наступного, у синхронному розрізі в середині суспільства, між етносами. Етнічні стереотипи поведінки зберігають соціальний досвід поколінь у різних формах з певним емоційним забарвленням.

У історії філософської думки дослідження етнічних стереотипів посіло певну нішу. На користь цього свідчать спроби літературного опису і систематизації знань про характери і поведінку різних народів. Знання про народи ретельно систематизувалися, вони закладали підґрунття мистецтва управління народами. У зв'язку з цим етнічні стереотипи акумулюючи в собі всі суттєві суперечності буття, постають активною силою у перетворенні духовної складової суспільства, що актуалізує як науковий, так і практичний інтерес до цієї проблеми.

Вивчаючи ступінь розробленості проблеми, слід зазначити, що вона викликала значний інтерес у вітчизняних і закордонних дослідників.

Об'єктом дослідження суспільних і гуманітарних наук стереотип став ще у 20-і роки ХХ століття на хвилі зростання інтересу до проблем масової свідомості. Поняття "соціальний стереотип" було введено у науковий обіг У. Ліппманом [12]. Під цим поняттям дослідник розумів впорядковані, схематичні, детерміновані культурою "замальовки" оточуючого світу "у голові" людини, що економлять його зусилля при сприйнятті складних соціальних об'єктів і захищають його ціннісні позиції і права [6]. Підґрунттям соціального стереотипу є реальний психологічний феномен генералізації, узагальнення, схематизації даних свого і чужого досвіду [1]. У міжкультурній комунікації стереотипи розглядають як узагальнені уявлення про типові риси, що притаманні для етносу або його культури. Стереотипи є певними переконаннями і "звичними знаннями" людей відносно якостей і рис характеру інших індивідів, а також подій, явищ, речей. Саме тому стереотипи існують і широко використовуються людьми. Залежно від характеру об'єкта і його місця у соціальній структурі розрізняють групові, професійні, етнічні, вікові та інші стереотипи.

Загальнолюдські норми і моделі поведінки детерміновано біологічними характеристиками людини, але вони суттєво корелюють з соціокультурними механізмами. Де б людина не жила, їй треба їсти, спати, дбати про свою безпеку і т.ін. У різних культурах, у різних народів це відбувається по-різному. Стереотипи поведінки зумовлюють як форму, так і зміст дій. Стереотипна поведінка не потребує мотивації. Самим вагомим аргументом на користь такого способу дії є посилання на те, "що так ми робимо". "Ми" протиставляється тим, хто зараховується до групи "Вони".

Така поведінка, на думку П. Бурдье [2], сформована габітусом, на думку Е. Гідденса [11], рефлексивною практичною свідомістю.

Із стереотипами поведінки виокремлюють стереотипи сприйняття, під якими зазвичай розуміють спрощений, схематичний, емоційно забарвлений образ етнічної групи, що розповсюджується на всіх представників цього етносу. За допомогою етнічних стереотипів формується значна частина уявлень про різні народи.

Формування і засвоєння стереотипів відбувається різними шляхами. По-перше, вони засвоюються у процесі соціалізації і інкультурації. По-друге, вони засвоюються переважно в процесі спілкування з тими людьми, з якими частіше за все відбувається комунікація (батьки, друзі, однолітки, вчителі і т.д.). По-третє, стереотипи можуть виникати через обмежені особисті

контакти (наприклад поодинокий негативний досвід переноситься на більш широке коло ситуацій і людей). По-четверте, особливе місце в утворенні стереотипів посідають засоби масової інформації [3; 7; 10].

На відміну від етнічного стереотипу поведінки, що передбачає відповідність певним соціальним нормам, етнічний образ є стислим описом, у якому виокремлюється якась типова властивість, що ґрунтується на рівні сприйняття представників інших етносів. Етнічний образ, акцентує увагу на специфічній рисі зовнішньої поведінки індивіда, формує загальне уявлення про представників того чи іншого етносу в цілому [3].

Коли вимовляють слова “росіянин” або “українець”, зазвичай обіймають більший сенс, ніж просто назва представника того чи іншого етносу. Натякають на якісь специфічні риси зовнішності, характеру, темпераменту, типову поведінку. Важливе місце у формуванні етнічного образу посідає характер обмеження вольових імпульсів особистості (зона ненормованих і психічних станів: любові, ненависті, ревності, заздрощів і т.ін.) Це соціально обмежений прояв темпераменту, спосіб регуляції біопсихічних реакцій, що впливає на формування типового етнічного образу: відчайдушний росіянин, мрійливий українець і т.ін. Істинність цих образів -стереотипів не настільки вже значуща. Важливо, що такі образи існують і працюють у міжкультурних контактах: люди схильні сприймати представників інших народів перш за все в межах етнічного образу і досить часто дивуються, коли конкретна людина не підпадає під цей образ.

Оскільки стереотип як феномен свідомості опиняється у центрі уваги представників різних галузей гуманітарного знання, то для його комплексного аналізу необхідні міждисциплінарні методи дослідження. Міждисциплінарний підхід дозволить проаналізувати стан різних сфер знання і розкрити інтегративну, комплексну природу етнокультурного стереотипу. З цією метою розглянемо основні концептуальні розробки проблеми стереотипів, що сформувалися в межах соціально-психологічного, етнологічного і лінгвістичного напрямів наукової думки.

Дослідження прийомів стереотипізації як феномена психології індивіда концентруються на вивченні процесів відбору, сприйняття і обробки інформації про об'єкти оточуючої дійсності. Ці процеси ґрунтуються на певних уявленнях, або предзнанні. У дослідженнях соціальних психологів стереотип постає як явище, що характеризує індивідуальний рівень психологічних особливостей свідомості людини. Цю позицію захищає Д.Мацумото. Він стверджує, що стереотипи ґрунтуються на “таких психологічних процесах, як вибіркова увага, оцінка, формування понять і категорій, атрибуція, емоції і пам'ять” [13].

Розгляд феномену стереотипу виключно у психологічному напрямі, без прив'язки його до групової свідомості, на наш погляд, не дає можливості розкрити соціальну сутність цього феномену і виявити важливі функціональні особливості стереотипу. Доказом правомірності цієї позиції про детермінованість процесів формування стереотипів психологічними і соціальними рівнями пізнання оточуючого світу є дослідження Т.Шибутані. Він стверджував, що не існує індивідуальних стереотипів, що всі вони так чи інакше функціонують у малих і великих соціальних спільнотах. І саме у такому контексті стереотип можна визначити як “популярне поняття, що позначає групу людей з позиції якоїсь помітної ознаки; підтримане широко розповсюдженими уявленнями щодо характеристик цих людей [9].

Кореляцію психологічних і соціальних особливостей перцептивних процесів досить ґрунтовно подано в роботах В. Дуаза. У своїх роботах дослідник об'єднав стереотип з низкою інших явищ групового і суспільного порядку в концептуальний комплекс. В. Дуаз виокремив чотири рівні стереотипів особистісний, міжособистісний, соціальний і ідеологічний [4].

Отже, аналіз досліджень дозволяє зробити висновок, що процес стереотипізації- це обов'язковий компонент рецептивних і перцептивних процесів психіки людини, що виявляється у процесах соціальної взаємодії. У зв'язку з цим важливим є завдання визначення функціональних особливостей стереотипів у процесах міжкультурної взаємодії.

Важливу роль стереотипи сприйняття відіграють у когнітивній і міжгруповій соціальній диференціації. Так, наприклад, потрапляючи у ситуацію, що вимагає миттєвої первинної оцінки явищ або об'єкта, представник конкретної етнічної спільноти поділяє їх на “знайомі” (“свої”, “позитивні”) і “незнайомі” (“чужі”, “ворожі”). У цій ситуації власна етнічна атрибутика характеризується позитивно, із знаком “плюс”, а та, що не вписується у наявну систему уявлень, – із знаком “мінус”. Цим пояснюється життєздатність стереотипів сприйняття, що покликані оцінювати представників інших соціальних спільнот за певними схемами.

Емоційно-оцінні складові етнічного стереотипу формують певне ставлення до соціальних

явищ. За словами І. Кона: “Етнічні стереотипи, утілюючи властиві спільній свідомості уявлення про свій власний і чужі народи, не просто підсумовують певні відомості, а й виражають емоційне ставлення до об'єкта. У них своєрідно сконденсована вся історія міжнаціональних відносин. Вже простий опис тих або тих рис містить у собі певний оцінний елемент” [5, с. 311].

Таким чином, протиставлення “ми” – “вони” ґрунтується на процесах масимізації міжгрупових відмінностей і мінімізації групової схожості, що сприяє гомогенізації власної референтної групи і більшому відстороненню гетерогенних спільнот.

Завдяки своїм динамічним характеристикам – стійкості, ригідності, консерватизму – стереотип постає як один із способів трансляції культурного історичного досвіду. Стереотип сприяє фіксації соціально значущих елементів культури народу, забезпечує стабільність соціальних практик, захищає групові інтереси і виправдовує міжетнічні відносини [1].

Отже, формування стереотипів здійснюється на підґрунті атрибутивних процесів, коли об'єкту надаються характеристики, з його належності до групи і стає більш наочною межа між “своїми” і “чужими”. У цьому розумінні засвоєння стереотипів постає як спосіб соціалізації особистості.

У дослідженнях, присвячених функціонуванню стереотипів різного рівня, виявляється взаємозв'язок стереотипів з процесами самовизначення. Прагнення до ототожнення себе з певним визнаним зразком, на думку Е. Фрома, є важливими екзистенціальними потребами людини [8]. У хаосі соціального буття людина потребує систему орієнтацій, що дозволила б їй дати автохарактеристику, переконатися у тотожності тих, кого вона маркує поняттям “свої”, і безпомилково визначати “чужих”. Таким чином, ідентичність можна визначити як процес виокремлення себе з середовища інших, багатьох.

**Мета статті** полягає в описі попередніх результатів дослідження етнічних стереотипів, що існують у мовній свідомості етнічних росіян і українців, які проживають у Донецькій області.

Для цього ми провели вільний асоціативний експеримент, який є найбільш надійним інструментом для виявлення необхідних образів свідомості через їх вербалізацію і фіксацію [10].

В експерименті брали участь 270 представників двох основних етнічних груп. Кількість респондентів, які позиціонують себе як представники російського етносу 130 осіб, респондентів (група 1), які позиціонують себе як представники українського етносу 140 осіб (група 2). Всі вони є студентами Донбаського державного педагогічного університету (м. Слов'янськ), Донбаського інституту техніки та менеджменту Міжнародного науково-технічного університету імені академіка Юрія Бугая (м. Краматорськ), Донбаської державної машинобудівної академії (м. Краматорськ).

Респондентам було запропоновано записати в анкетах свої перші асоціації (3-5) на такі слова-стимули, як росіяни, українці, азербайджанці, вірмени. Частина респондентів групи 2 для яких українська мова є функціонально першою, заповнила анкети українською мовою. У цій статті ми наводимо результати аналізу тільки перших слів-реакцій респондентів, які брали участь у експерименті. Зазначимо, що частина респондентів відмовилася відповідати на деякі слова-стимули, пояснюючи це тим, наприклад: всі народи однакові, не має гарних і поганих етносів, серед будь якого народу є як порядні, так і “підлі екземпляри” і т.ін. Тому кількість асоціацій на деякі слова-стимули різна. У випадку співпадіння асоціацій поруч із словом ми наводимо цифру, що вказує на кількість співпадінь.

Аналіз стереотипів групи 1 і групи 2 дозволяє виокремити у їх масиві дві основні категорії: нейтрально-позитивні і негативні.

Перша категорія автостереотипів групи 1 утворює 89% і поділяється на три основні групи.

Провідну позицію посідає група реакції, позитивно оцінюючих характер, інтелект і поведінку росіян (32%): доброзичливі 10, щирі 6, розумні 6, відкриті 4, гостинні 2. Серед наведених реакцій позитивної самооцінки 62% посідають такі культурно схвалені групою 1 поняття, які можна об'єднати у більш широке поле із значенням добро.

Друга група асоціацій, яку можна умовно позначити “ми-слов'яни” (20%). Зазначимо, що респонденти групи 1 сприймають Україну як Батьківщину. Лише у 9% респондентів групи 1 Україна не асоціюється з Батьківщиною, а визнається лише місцем народження.

У третій групі автостереотипів наявна досить єдина самооцінка зовнішності (9%): красиві.

Негативні стереотипи групи 1 утворюють 11%. Практично всі вони пов'язані з критичною оцінкою характеру і поведінки: пияки, безвідповідальні, свавільні.

У структурі нейтрально-позитивних гетеростереотипах групи 1 про українців провідну

позицію посідають асоціації, які можна об'єднати в умовну групу “ мешканці України- національність” (34%): національність 8, люди 7, корінні мешканці України 7, народ 5, нація 4, Україна 3.

Позитивна характеристика рис характеру і поведінки українців подана 17%. До цієї групи можна зарахувати наступні слова-реакції: творчі 4, розумні 3, працьовиті 3, доброзичливі 2.

Група асоціацій, пов'язаних з національною культурною специфікою слова -стимула (7%) обіймає наступні реакції: борщ, пампушки, писанка, рушник, пісні.

Практично всі негативні характеристики(13%) пов'язані з оцінкою характеру і поведінки: нацисти, бандерівці, тупі, не виховані.

З 140 осіб з групи 2 відмовилися від відповіді на слово-стимул. Нейтрально-позитивні асоціації групи 2 обіймають 89%. Самою високою (38%), виявилася питома вага реакцій, пов'язаних з оцінкою рис характеру, інтелекту і поведінки: добрі- 12%, доброзичливі -10%, кмітливі-5%, спокійні -2%, працьовиті.

Друге місце за кількістю реакцій (31%) посіла група, яку умовно можна назвати “Україна-свої”. Ця група обіймає наступні слова: мій народ, нація 2%, Батьківщина, єдність, рідна мова, Т.Шевченко.

Негативні асоціації обіймають 11%. Вони характеризують характер і поведінку: пасивні 4%, заздрисні 3%, вперті 3%, ліниві (але не всі), безвідповідальні.

Гетеростереотипи групи 2 про росіян розподілилися наступним чином: нейтрально - позитивні асоціації 52 реакції (37%) та негативні асоціації 88 (63%).

Частота нейтрально-позитивних асоціацій різна, і тільки п'ять слів мають більше двох повторів: національність, Росія, багаточисельні, російська мова, масляна.

Негативні асоціації обіймають 63%. Практично всі слова-реакції цього типу можна об'єднати в групу оцінки рис характеру і поведінки: загарбники, чужинці, алкоголіки, нахаби.

Отримані дані у порівнянні з результатами дослідження В. Борисова [1], яке було проведене у 2000 році, дозволяють зробити попередній висновок про те, що у етнічних росіян і етнічних українців зруйнувався баланс толерантності, який є умовою міжетнічної взаємодії в межах української політичної нації.

Наведений вище аналіз структури і змісту етнічних стереотипів групи 1 і групи 2 щодо один одного дозволяє уточнити зони стабільності, підтвердити наявність і визначити обсяг і зміст “негативних національних стереотипів”.

Що стосується етнічних стереотипів групи 1 і групи 2 щодо ставлення до азербайджанців, вірмен, поляків, то тут проявилися подібності та відмінності.

Гетеростереотипи групи 1 і групи 2 про азербайджанців співпадають. Нейтрально-позитивні реакції обіймають 33% і представлено наступними асоціаціями: згуртовані, дружні, ввічливі, підприємці, мусульмани.

Негативні реакції пов'язані із поведінкою і з оцінкою рис характеру: невиховані, нахаби, брехливі, задиркуваті, ліниві.

Шість відсотків респондентів групи 1 вжили слово “чорний” з негативним емоційним забарвленням.

Гетеростереотипи групи 1 і групи 2 про вірмен у нейтрально-позитивних реакціях співпадають і частково відрізняються у негативних реакціях.

Так, нейтрально-позитивні реакції обіймають 66% і представлено наступними асоціаціями: згуртовані, підприємці, грошовиті, освічені, вірменська апостольська церква.

Негативні реакції групи 1 щодо вірмен представлено наступними асоціаціями: брехуни, нахаби, хитрі, “чорні”, базікали.

Негативні реакції групи 2 щодо вірмен представлено наступними асоціаціями: сексуально стурбовані, базікали, нахаби, “вискочки”.

Частина респондентів групи 1 про азербайджанців і вірмен вживали слово “чорний”, яке традиційно у росіян має негативне значення і демонструє зневажливе ставлення до національних меншин.

Значущість компонентів етнічних стереотипів у мовній свідомості студентів групи 1 зазнала змін. Вони викликані у першу чергу невизначеністю ідеалів мовної і культурної поведінки, для білінгвальних особистостей.

Для респондентів групи 2 вагомість автостереотипів і гетеростереотипів підвищилася. Певне занепокоєння викликає той факт, що вагомість гетеростереотипів у групі 2 підвищилася за

рахунок збільшення значущості негативних гетеростереотипів, що може позначатися на загальній комунікативній ситуації в суспільстві.

**Т а б л и ц я 1**

*Значущість компонентів етнічних стереотипів у мовній свідомості студентів*

Компоненти структури етнічних стереотипів	Група 1		Група 2	
	2000 р.	2018 р.	2000 р.	2018 р.
Автостереотипи	0,26	0,26	0,14	0,26
Гетеростереотипи	0,26	0,37	0,21	0,37

Значущість підходу, запропанованого і апробованого авторами, полягає у розвитку теоретичного рівня дослідження процесів стереотипізації у концептуальному полі проблем соціальної і культурної взаємодії. Практичне значення роботи полягає у можливості використання її результатів у компаративних дослідженнях міжкультурної і міжетнічної взаємодії.

**В и к о р и с т а н а л і т е р а т у р а :**

1. Борисов В. В. Теоретико-методологічні основи формування національної самосвідомості [Текст] : монографія. Краматорськ : [б. в.], 2003. 521 с.
2. Бурдые П. Социология социального пространства / пер. с франц.; отв. ред. перевода Н. А. Шматко. Москва : Институт экспериментальной социологии; Санкт-Петербург: Алетейя, 2007. 288 с.
3. Грушевицкая Т. Г., Попков В. Д., Садохин А. П. Основы межкультурной коммуникации / под ред. А.П.Садохина. Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2002.
4. Дуаз В. Явление анкеровки в исследованиях социальных представлений. *Психологический журнал*. 1994. Т. 15. No 1. С. 19-27.
5. Кон И. С. Социологическая психология: Избранные психологические труды. Москва : МПСИ ; Воронеж : Изд-во НПО "Модек", 1999. 560 с.
6. Липпман У. Общественное мнение / пер. с англ. Т. В. Барчунова, под ред. К. А. Левинсон, К. В. Петренко. Москва : Институт Фонда "Общественное мнение", 2004.
7. Почепцов Г. Г. Теорія комунікації [Текст] / Київський ун-т ім. Тараса Шевченка. Київ : Видавничий центр "Київський ун-т", 1999. 307 с.
8. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. Москва : Республика, 1994. 446 с.
9. Шибутани Т. Социальная психология / пер. с англ. В. Б. Ольшанского. Ростов-на-Дону : Феникс, 1999. 544 с.
10. Achaeva, M., Daurova, A., Pospelova, N., Borysov, V. Intercultural Education in the System of Training Future Teachers – *Journal of Social Studies Education Research* 2018:9 (3), 261-281- 10.17499/jsser.48690 - *Journal of Social Studies Education Research*. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1190156.pdf>
11. Giddens A. *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford : Stanford university press, 1991.
12. Lippman W. *Public Opinion*. N. Y., 1922. 427 p
13. Achaeva, M., Daurova, A., Pospelova, N., Borysov, V. Intercultural Education in the System of Training Future Teachers– *Journal of Social Studies Education Research* 2018:9 (3), 261-281- 10. [Електронний ресурс] - Режим доступу до ресурсу: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1190156.pdf>.

**R e f e r e n c e s :**

1. Borysov V. V. Teoretyko-metodolohichni osnovy formuvannia natsionalnoi samosvidomosti [Tekst] : monohrafiia. Kramatorsk : [b. v.], 2003. 521 s.
2. Burde P. Sociologiya socialnogo prostranstva / per. s franc.; отв. red. perevoda N. A. Shmatko. Moskva : Institut eksperimentalnoj sociologii; Sankt-Peterburg: Aletejya, 2007. 288 s.
3. Grushevickaya T. G., Popkov V. D., Sadohin A. P. Osnovy mezhkulturnoj kommunikacii / pod red. A. P. Sadohina. Moskva : YuNITI-DANA, 2002.
4. Duaz V. Yavlenie ankerovki v issledovaniyah socialnyh predstavlenij. *Psihologicheskij zhurnal*. 1994. T. 15. No 1. S. 19-27.
5. Kon I. S. Sociologicheskaya psihologiya: Izbrannye psihologicheskie trudy. Moskva : MPSI ; Voronezh : Izd-vo NPO "Moдек", 1999. 560 s.
6. Lippman U. Obshestvennoe mnenie / per. s angl. T. V. Barchunova, pod red. K. A. Levinson, K. V. Petrenko. Moskva : Institut Fonda "Obshestvennoe mnenie", 2004.
7. Pocheptsov H. H. Teoriia komunikatsii [Tekst] / Kyivskiy un-t im. Tarasa Shevchenka. Kyiv : Vydavnychiy tsentr "Kyivskiy un-t", 1999. 307 s.

8. Fromm E. *Anatomiya chelovecheskoj destruktivnosti*. Moskva : Respublika, 1994. 446 s.
9. Shibutani T. *Socialnaya psihologiya / per. s angl. V. B. Olshanskogo*. Rostov-na-Donu : Feniks, 1999. 544 s, s. 101.
10. Achaeva, M., Daurova, A., Pospelova, N., Borysov, V. *Intercultural Education in the System of Training Future Teachers – Journal of Social Studies Education Research* 2018:9 (3), 261-281- 10.17499/jsser.48690 - *Journal of Social Studies Education Research*. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1190156.pdf>
11. Giddens A. *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford : Stanford university press, 1991.
12. Lippman W. *Public Opinion*. N. Y., 1922. 427 p
13. Achaeva, M., Daurova, A., Pospelova, N., Borysov, V. *Intercultural Education in the System of Training Future Teachers– Journal of Social Studies Education Research* 2018:9 (3), 261-281- 10. [Elektronnij resurs] - Rezhim dostupu do resursu: <https://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ1190156.pdf>.

***Борисов В. В., Борисова С. В., Вихор В. Г., Лупинович С. М. Весомость этнических стереотипов в языковом сознании студентов.***

*Важную роль стереотипы восприятия играют в когнитивной и межгрупповой социальной дифференциации. Так, например, попадая в ситуацию, которая требует мгновенной первичной оценки явления или объекта, представитель конкретного этнического сообщества разделяет их на “знакомые” (“свои”, “позитивные”) и “незнакомые” (“чужие”, “враждебные”). В этой ситуации собственная этническая атрибутика характеризуется положительно, со знаком “плюс”, а что не вписывается в имеющуюся систему представлений, – со знаком “минус”. Этим объясняется жизнеспособность стереотипов восприятия, что призванные оценивать представителей других социальных сообществ по определенным схемам.*

*Цель статьи заключается в описании предыдущих результатов исследования этнических стереотипов, которые существуют в языковом сознании этнических россиян и украинцев, которые проживают в Донецкой области.*

*Доказано, что из-за ситуации негативного развития взаимодействия стереотипы имеют тенденцию к схематичности и преувеличению. В случае позитивного развития сценария коммуникативного акта оценочные суждения или образ при сохранении стереотипной природы характеризуется большей сложностью и многогранностью.*

*Значимость подхода, предложенного и апробированного авторами, заключается в развитии теоретического уровня исследования процессов стереотипизации в концептуальном поле проблем социального и культурного взаимодействия. Практическое значение работы заключается в возможности использования ее результатов в компаративных исследованиях межкультурного и межэтнического взаимодействия.*

***Ключевые слова:*** стереотип, сознание, этнос, коммуникация, студенты.

***Borisov V. V., Borisova S. V., Vihor V. G., Lupinovich S. M. Ponderability of ethnic stereotypes is in language consciousness of students.***

*In a situation of negative development of interaction stereotypes tend to be schematic and exaggerated. In the case of a positive development of the scenario of a communicative act, valuation judgments or images while maintaining stereotyped nature are characterized by greater complexity and versatility.*

*An important role stereotypes of perception play in the cognitive and intergroup social differentiation. For example, when it comes to a situation requiring an instant primary assessment of phenomena or an object, the representative of a particular ethnic community divides them into "acquaintances" ("their", "positive") and "unfamiliar" ("strangers", "hostile" ) In this situation, its own ethnic attribute is characterized positively, with the plus sign, and the one that does not fit into the existing system of representations - with a minus sign. This explains the viability of stereotypes of perception, designed to assess the representatives of other social communities under certain schemes.*

*The purpose of the paper is to describe the preliminary results of the study of ethnic stereotypes that exist in the language consciousness of ethnic Russians and Ukrainians living in the Donetsk region.*

*The significance of the approach, prophylaced and tested by the authors, is the development of the theoretical level of the study of stereotyping processes in the conceptual field of problems of social and cultural interaction. The practical value of the work lies in the possibility of using its results in comparative studies of intercultural and interethnic interaction.*

*The practical value of the work lies in the possibility of using its results in comparative studies of intercultural and interethnic interaction.*

***Keywords:*** stereotype, consciousness, ethnos, communication, students.