

ЕТНІЧНИЙ СТЕРЕОТИП УКРАЇНЦЯ В УЯВЛЕННІ СТУДЕНТІВ-УКРАЇНЦІВ м. ОДЕСИ

У статті йдеться про етнічні стереотипи студентської молоді міста Одеси. За допомогою трьох різних методик проведено дослідження етнічних автостереотипів українців.

Ключові слова: етнічний стереотип, автостереотип, українці, "типовий українець".

Надзвичайно актуальною в сучасній Україні є проблема етнічної ідентичності українців, зокрема тих українців, які мешкають у Східних та Південних регіонах України. Політичні спекуляції навкруги означених регіонів вимагають ретельного наукового дослідження справжньої ситуації. Однією з складових етнічної ідентичності є етнічні стереотипи. Психологічним механізмом виникнення етнічних стереотипів у свідомості є некритичне засвоєння. Вимірюючи стереотипи критеріями наукової істини та логіки, їх можна визнати вкрай недосконалими засобами мислення. Проте стереотипи існують й широко використовуються людьми, хоча останні й не усвідомлюють цього¹.

Питанням етнічного стереотипування приділялась певна увага у науковій літературі – етнологічній, соціологічній, психологічній та етнопсихологічній². Важливими є також висновки, зроблені у дисертаційних дослідженнях в галузі соціальної психології, присвячених структурі "Я"-концепції та ідентичності студентської молоді й побіжно торкаються проблеми етнічних автостереотипів³.

Етнічні стереотипи формуються в процесі соціалізації особистості – у родині, учбових закладах, в процесі спілкування. На ранніх стадіях розвитку особистості стереотипи, у тому числі етнічні, порівняно легко підлягають змінам завдяки новому досвіду. Пізніше структура стереотипу стає більш ригідною, особливо у тих, хто тривалий час заохочувався оточенням реагувати на певні події або етнічні групи у конкретний спосіб.

Виходячи з цього, метою нашої роботи є визначення етнічного автостереотипу українців м. Одеси на прикладі студентської молоді. Теоретично студентство є одною з найбільш освічених і соціально активних груп населення, потенційно – майбутньою національною елітою⁴.

Для досягнення означеної мети нами було використано декілька методик. По-перше, вивчення етнічних стереотипів за допомогою проєктивних малюнків⁵, до якої ми вже звертались⁶. По-друге, був застосований один з методів, які використовувались З.В.Сікевич в ході етносоціологічного дослідження росіян Санкт-Петербургу⁷. Відповідно до останнього, студентам було запропоновано відкрите запитання: "Назвіть п'ять головних рис характеру, які, на Вашу думку, притаманні українцям". По-третє, була застосована методика, розроблена В.М.Павленко для здійснення проєкту, метою якого було в тому числі вивчення етнічних стереотипів населення України у 1993 – 1995 рр.⁸ Нами були внесені деякі зміни до запропонованого дослідниками бланку етнопсихологічного дослідження з врахуванням специфіки нашого регіону.

В експерименті відповідно до першої методики (проєктивний малюнок) брало участь 254 особи – студенти трьох факультетів ОНПУ, які отримали завдання намалювати образи українця, росіянина, болгарина та єврея, відобразивши найбільш типові риси. У якій формі мусить бути зображення – образній або символічній не обумовлювалось. Учасники експерименту вказували

свою статево та етнічну приналежність. Загальні результати експерименту нами вже оприлюднювались⁹. Тут ми наводимо лише дані, які стосуються безпосередньо етнічного автостереотипу українців.

Як українці себе визначили 183 особи (59 – хлопці, 124 – дівчата). Відповідно до методики та описових характеристик етносу, нами було виділено 13 змістовних груп (див. табл.1), які ми умовно визначаємо як окремі складові етнічного стереотипу. На підставі попереднього аналізу малюнків, до змістовних груп, запропонованих у методиці Т.В.Іванової, нами було додано дві позиції – "демонстрація сили" та "інтелект". Перша характеризується наявністю в малюнках таких елементів, як ланцюги, хрести на ланцюгах великих розмірів, великі м'язи, татування, автомати, пістолети або інша зброя; до цієї ж групи ми віднесли зображення посохів, жезлів, шапки Мономаха.

Позиція "інтелект" визначалась завдяки таким елементам, як зображення книг, окулярів, навчальних закладів, ручки, письмового столу, паперу.

Далі було підраховано кількість зображень з кожної змістовної групи. Кількісні показники рахувались окремо для кожної етнічно-статевої групи. Результати, які стосуються двох етнічно-статевих груп – українці чоловічої статі (ч/у) та українці жіночої статі (ж/у) представлені у таблиці 1.

Таблиця 1. Використання окремих елементів національних образів в малюнках ч/у та ж/у, % від кількості учасників даної етнічно-статевої групи.

Змістовні групи	Українці (183 особи)	
	Чоловіки (59 осіб)	Жінки (124 особи)
1. Людина	93,2	90,3
Окремі елементи зовнішності		
2. Їжа, напої	30,5	22,5
3. Алкоголь	27	11,2
4. Державно-політичні символи	10	2,4
5. Національно-побутові символи	54,2	30,6
6. Національно-культурні символи	76,2	71,7
7. Праця у побуті	3,3	5,6
8. Економічне життя суспільства	8,4	6,4
9. Тварини, рослини	23,7	13,7
10. Демонстрація сили	–	2,4
11. Техніка	5	–
12. Негативна символіка	1,6	–
13. Інтелект	–	0,8

Серед групи українців, виходячи з таблиці, можна виділити декілька окремих складових етнічних стереотипів.

Образ українця, як правило, представлено у вигляді людини, – чоловіка, жінки, чоловіка й жінки, жінки й дитини. Чоловіки-українці здебільшого зображаються з вусами, оселедцем, шаблею, у шароварах, тобто відображують уявлення про козаків. У декількох випадках (3 – ч/у; 5 – ж/у) зображена жінка-українка у міському одязі (в одному випадку доповненому вишиванкою) з косою навкруги голови.

Уявлення "українців про українців" (як чоловіків, так і жінок) пов'язано з продуктами харчування. Найчастіше зображуються сало, домашній хліб, ковбаса.

Досить оригінальним є ставлення до позиції "алкоголь" у порівнянні з стереотипом росіянина: чоловіки-українці пов'язують алкоголь більшою мірою з росіянами (42,5%), ніж з українцями (27%); жінки-українки ототожнюють цю позицію з представниками обох цих етносів (8,8% / 11,2%). Державно-політичні символи зустрічаються не часто: 10/2,4%. Як правило, це зображення прапора або тризуба. Національно-побутові символи представлені зображенням

хати, фартухів, тину; національно-культурні – зображенням козацького одягу, оселедців, шабель, вінків. Символи останньої групи зустрічаються найчастіше як в чоловіків, так і в жінок (відповідно 76,2/71,7%).

Праця у побуті та економічне життя суспільства (плуги, лопати, господарчі приміщення, мобільні телефони) представлені в обох груп слабо.

Натомість стереотип українця (на відміну від уявлень про інші три етноси) містить таку позицію як "тварини й рослини" – зображення калини, верби, лісу, худоби, собак та котів зустрічаються у 23,7/13,7 %.

Демонстрація сили майже відсутня в стереотипі українця, те ж саме можна сказати щодо категорій "техніка" та "негативна символіка". (Варто підкреслити, що означена позиція досить часто зустрічається у стереотипі росіянина).

Проведення експерименту з проєктивним малюнком дає підстави стверджувати, що автостереотип в студентської молоді лише частково співпадає з образом "Я".

Про це свідчать, на наш погляд, зображення козаків та атрибутивних елементів традиційної культури, з якими опитувані, звичайно, не стикаються у своєму повсякденному житті.

Для порівняння зауважимо, що дослідження етносоціальних уявлень та ідентичності студентської молоді м. Києва дали підставу О.М.Васильченко говорити про те, що "образ "Я" є близьким до автостереотипу", до образів типового українця та особливо типової українки¹⁰.

Поряд з цим оптимізму надає хоча б той факт, що "негативна символіка" у зображеннях українців майже відсутня (1,6%), тобто уявлення "українців про українців" є в цілому позитивно забарвленим.

В експерименті відповідно до методики "відкритого запитання" брало участь 95 осіб (українці) – студенти двох факультетів ОНПУ. Кожному було запропоновано запитання у відкритій формі "Назвіть п'ять головних рис характеру, які, на Вашу думку, притаманні українцям". Необхідно було також вказати свій вік, стать, етнічну приналежність. Опитування відбувалося на анонімній основі.

Відповідно до методики передбачалося, що кожен з респондентів таким чином "складає образ модальної особи свого народу"¹¹. Обробка матеріалу проводиться шляхом конвент-аналізу, одиницею якого є по-перше, якість (риса), висловлена у формі окремого поняття (наприклад, працьовитість) або оціночне судження (наприклад, "вміє добре погуляти"); по-друге, групи понять, близьких за змістом (сміливий, хоробрий).

Усього було названо 128 якостей, які ми умовно визначаємо як складові автостереотипу. Серед них 105 якостей – рис характеру та 23 оціночних судження. Розподіл на позитивні та негативні якості є, звичайно, умовним.

Відзначимо, що підрахунок якостей по двом групам – з перевагою позитивної оцінки та з перевагою негативної оцінки співвідноситься на користь позитивного оцінювання /30:12/. Проте риса, яку назвала найбільша кількість опитуваних ("любов до сала, люблять поїсти" – 19,9%) навряд чи може бути віднесена, на нашу думку, до позитивних елементів автостереотипу. Результати наведені у таблиці 2.

Таким чином, якщо спробувати зробити узагальнений портрет типового українця, виходячи з результатів даного дослідження, отримаємо таке: українці 1) люблять сало, люблять поїсти (19,9 %); 2) працьовиті, працелюбні (19%); 3) щирі, відверті (18%); 4) розумні, винахідливі, здібні (17%); 5) добрі, доброзичливі (16%); 6) патріоти (16%); 7) веселі, з почуттям гумору (14%); 8) незалежні, волелюбні (13,3 %); 9) красиві, гарні (12,3%); 10) хоробрі, сміливі (10,4%); 11) пияки (10,4%); 12) щедрі (9,5%); 13) справедливі, чесні (8,5%); 14) хитрі (8,5%); 15) гостинні (8,5 %); 16) дружні, миролюбні (7,6%); 17) ледачі (7,6%); 18) з почуттям гідності (5,7%); 19) жадібні (5,7%). (Враховано якості, які названі більш ніж 5 % від загальної кількості учасників).

З результатів дослідження виходять, що автостереотип українця має в цілому позитивне забарвлення. Проте нам здається, що образ "Я" та "образ типового українця" співпадають лише певною мірою, як і у попередньому дослідженні. Про це свідчить, на нашу думку, передусім перша позиція – любов до сала. Ймовірно, на нашу думку, два можливих пояснення цього явища.

По-перше, можлива ситуація, яка відзначалось в етнопсихологічній літературі: коли гетеростереотип (уявлення інших народів про свій народ) починає входити до структури

автостереотипу . А.А.Налчаджян зауважує з цього приводу: "...прикладом перетворення гетеростереотипів на автостереотипи може бути явище, коли домінуюча етнічна група поліетнічного проранжованого суспільства складає стереотипи про підлеглу групу (тобто створює гетеростереотип), які через деякий час сприймаються підлеглою групою та стають автостереотипами"¹².

Таблиця 2. Якості характеру українців
(контент-аналіз у % до кількості учасників експерименту)

	<i>Позитив</i>	<i>Негатив</i>
Загальний стиль поведінки	Доброта, доброзичливість – 16 справедливість, чесність, невідкупність, вимогливість – 8,5 Незалежність, волелюбність, незалежне міркування, прагнення до волі, прагнення до незалежності, непокірність, непримиренність – 13,3 Вміння пристосовуватися до середовища, змінюватись – 1,9 Активність, неспокійність, рухливість – 2,8 Любов до життя, оптимізм – 2,8	Пасивність – 1,9 „люблять ходити в гості”, гуляйтіство, вміння „добре погуляти”, „добре відпочити” – 3,8 хитрість – 8,5
Загальний стиль діяльності	Працьовитість, працелюбність, працеспроможність – 19 Хазяйнуватість – 1,9	Ледачість – 7,6 Покладання своїх обов'язків на інших – 0,9
Ставлення до людей	Щирість, відвертість, довірливість – 18 Щедрість – 9,5 Гостинність – 8,5 Дружність, дружелюбність, миролюбність – 7,6 Вихованість, тактовність – 3,8	Нахабність – 2,8 Не дуже чесні, шахраї – 1,9 Жадібність – 5,7
Ставлення до себе	Красиві, „гарні дівчата”, „файні хлопці” гарні жінки, вродливі – 12,3 Самовпевненість, впевненість – 2,8 Гідність, гордість – 5,7 Найсильніша нація світу, богатирі, сила – 3,8	Любов до сала, „сало”, люблять поїсти, – 19,9
Якості волі	Хорообрість, сміливість 10,4 спокійність, стриманість, витримка – 4,7 Наполегливість, цілеспрямованість, дієдатність, енергійність, спритність – 4,7	наївність, нерішучість, слабкодухість, слабовільність – 3,8
Якості розуму	Розумні, здібні, винахідливі, кмітливі – 17 Розсудливість, розважливість, мудрість – 6,6 Цікавість – 2,8	
Емоційні якості	Чутливість – 3,8 Веселі, почуття гумору, вміння щиро сміятись, веселитись – 14 Релігійність – 1,9 Співучість – 1,9 Емоційність, сентиментальність – 6,6	
Соціальні характеристики	Патріотизм, 16 Свідомість – 2,8	Любов до алкоголю, „водка”, „горілка” – 10,4; Націоналізм – 2,8
	Усього 30	Усього 12
Деякі окремі оціночні судження	„погано, що не люблять росіян” – 0,9; „моя хата з краю” – 0,9; „тимчасова амнезія коли треба віддавати заборговані гроші” – 0,9; терпеливість до влади – 0,9; „депутати – отстой” – 0,9; „на Заході жорстокі” – 0,9; „бандити, вори” – 0,9; „Горіла хата – гори й сарай” – 0,9; хліборобство; чуб на голові; шабля; широкі штанці – 3,8	

Друге можливе пояснення "феномену сала" полягає, на жаль, у тому, що певна кількість представників студентської молоді м. Одеси, хоча й зазначає в графі "етнічна приналежність" "українець", повною мірою українцями себе не відчують; тобто наявне певне дистанціювання, та сама розбіжність між образом "Я" та образом "типовий українець" про яку вже йшлося.

З метою зробити уточнення за останнім зауваженням, а також виходячи з того, що українські дослідники етнічної та соціальної психології відзначали суттєві розбіжності у різних аспектах уявлення про навколишню дійсність (у тому числі в етнічних стереотипах) між представниками східних та західних регіонів України¹³, нами була застосована методика, запропонована В.М.Павленко¹⁴. Користуючись бланком етнопсихологічного дослідження у вигляді таблиці учасники анкетування повинні були проранжувати представників етнічних груп відповідно до власних пріоритетів в галузі особистісного спілкування, економічного співробітництва, можливості родинних зв'язків та відчуття загрози. Остання колонка таблиці ("асоціативний експеримент") передбачала написання будь-яких асоціативних реакцій на етноніми – уявлень, образів, символів, понять. Нами були виключені дві позиції – обирання політичного союзника та обирання партнера для культурних відносин, оскільки вони, на наш погляд, виходять за межі особистісного сприйняття окремої людини. Етнічні групи були надані виходячи з запропонованої методики та з врахуванням специфіки одеського регіону: українці Сходу, українці Заходу, росіяни України, росіяни Росії, євреї, кримські татари, болгари, цигани, німці, англійці, французи, американці – усього 12 позицій.

В анкетуванні взяли участь 84 особи (українці) – студенти двох факультетів ОНПУ. Тут ми надаємо лише дані, що стосуються перших чотирьох позицій з переліку етнічних груп.

Таблиця 3. Кількість учасників анкетування (% від загальної кількості учасників), які обрали в першу чергу

	Для особистісного спілкування	Для економічного співробітництва	Можливість родинних зв'язків
Українців Сходу	45	17	39
Українців Заходу	12,5	4,6	6,2
Росіян України	18,7	12,5	21,8
Росіян Росії	7,8	15,6	17

Як видно з таблиці, "українців заходу" для економічного співробітництва й для родинних зв'язків в першу чергу визначила менша кількість студентів, ніж росіян України й росіян Росії. Лише по позиції "особистісне спілкування" цей показник посідає третє місце – перед росіянами Росії.

Учасники анкетування, в основному, не відчують загрози від "українців Сходу". 48,4 % опитуваних надали їм останню дванадцятку позицію за шкалою "загроза". Від "українців Заходу" загрозу в першу чергу відчують 3%; у другу чергу – 12%; у третю чергу – 14%. "Росіяни України" по шкалі "загроза" перебувають на 9-тій (15,6%), 10-тій (28%), 11 – тій (14%) та 12 – й (9%) позиціях. "Росіяни Росії" займають 9-ту (17%) та 10 (15%) позиції. Власне етнічні стереотипи щодо означених груп подають дані асоціативного експерименту. Результати подано у таблиці 4.

До таблиці увійшли лише риси характеру, які визначило більше ніж 4% учасників експерименту. Крім цього досить часто згадуються стосовно українців Сходу "шахти, Донбас, важка промисловість, "Шахтар", Янукович, корисні копалини (25%); стосовно українців Заходу – збереження національних традицій (3,1%); ліси, ріки, гори (1,4%); хата, тин (1,5%); народний костюм (1,5%, гуцули (1,5), Ющенко(4,6%), Львів (1,5%).

Таким чином, виходячи з результатів проведених досліджень, можна зробити декілька попередніх зауважень (не можна, на наш погляд, говорити про висновки, оскільки проблем, пов'язаних з етнічними стереотипами, у тому числі студентської молоді різних регіонів України, потребують ретельних подальших досліджень та перевірки).

Результати, подані у таблиці 4, свідчать, на жаль, про те, що під етнічним автостереотипом в даному випадку можна розуміти лише дані з першої колонки – українці Сходу – які мають

цілком позитивне забарвлення. Уявлення про українців Заходу має більше негативних рис ніж позитивних; більше негативних рис ніж усі інші представлені групи. Отже, русифікаторська пропаганда, яка в Одесі є надзвичайно поширеною, робить свою справу. При цьому важливим є те, що ми враховували лише ті дані (з усіх трьох методик), в яких у графі "етнічна приналежність" було написано "українець".

Проте, не зважаючи на такі результати дослідження за останньою методикою, є й позитивні моменти.

Таблиця 4.

Елементи етнічних стереотипів	Українці Сходу	Українці Заходу	Росіяни України	Росіяни Росії
Позитивні	Доброта – 14 Прихильники російської мови – 14 Щирі, людяні – 12,5 Дружелюбні – 10,9 Контактні, гостинні – 9,3 Веселі, з почуттям гумору – 7,8 Працелюбні – 7,8 Друзі, родичі – 7,8 Привабливі – 6 Звичайні, нормальні люди – 6,2	Патріотизм – 18,7 Вільні, незалежні, принципові, безкомпромісні – 7,8; українська мова – 12,5;	Дружелюбність – 9,3 Звичайні люди – 6,2 Веселі – 4,6 Вимова з акцентом – 4,6 Доброта – 4,6	Веселі – 6,2 Дружелюбні – 6,2 Звичайні люди – 4,6 Успішні, працездатні – 4,6 Сусіди, друзі, брати – 4,6
Негативні		Націоналізм – 14; агресивні, войовничі 7,8 Ненавість до росіян, до російської мови, до одеситів – 9,3; Вперті, неконтактні, віддалені, ворожі 6,2 Замкнені, скритні, непривітливі, нелюдяні – 7,8 „западенці” – 7,8	Пияки – 7,8	Пихаті – 6,2

Так, якщо згадати результати, отримані нами виходячи з методик проективного малюнку та відкритого запитання, можна, здається, говорити про те, що образ "українець" або автостереотип, якщо не робити штучного розподілення містить в собі позитивні риси як "українців Сходу" (щирі, людяні, дружелюбні, гостинні, веселі, з почуттям гумору, працелюбні), так і "українців Заходу" (патріотизм, незалежність, волелюбність, принциповість).

Поряд з цим варто підкреслити, що при розподілі на схід-захід з автостереотипу українців зникло декілька досить цікавих позицій. Це, передусім, пресловуте "сало" та "любов до їжі"; відсутні також такі позиції як "хитрість" та "жадібність". Їх не приписують ані "українцям Сходу", ані "українцям Заходу", що свідчить, на наш погляд, про вже згадане нами явище – входження окремих елементів етнічного гетеростереотипу до структури етнічного автостереотипу.

¹ Платонов Ю.П. Этническая психология. – СПб., 2001. – С.69.

² Гнатенко П.И., Павленко В.И. Этнические установки и этнические стереотипы. – Днепропетровск, 1995; Сикевич З.В. Русские: образ народа. – СПб., 1996; З.В.Сикевич, О.К.Крокинская, Ю.А.Поссель

Социальное бессознательное. – СПб., 2005; Гнатенко П.И., Бузский П.М. Национальная психология и бытие общества. – Дніпропетровськ, 2002; Налчаджян А.А. Етнопсихологія. – СПб., 2004; Трусов В.П., Филиппов А.С. Этнические стереотипы // Этническая психология (этнические процессы и образ жизни людей) Сб. науч. трудов. – М., 1984.

³ Васильченко О.М. Етносоціальні уявлення в структурі "Я"-концепції університетської молоді. – Автореф. дис... канд. психол. наук. – К., 2003; Квас О.В. Вплив етнічних стереотипів на процес між особистісного оцінювання. – Автореф. дис... канд. психол. наук. – К., 2003.

⁴ Васильченко О.М. – Вказ. праця – С.1.

⁵ Иванова Т.В. Изучение этнических стереотипов с помощью проективных рисунков // Вопросы психологии. – 1998. – №2. – С.71 – 82.

⁶ Тхоржевська Т.В., Богуславська Ю.Ю. До питання про сформованість етнічних стереотипів // Человек в истории и культуре: сборник научных работ в честь 70-летия проф. В.Н.Станко. – Одеса, 2007. – С.347 – 357.

⁷ Сикевич З.В. Русские: "образ" народа. – СПб., 1996. – С.84.

⁸ Гнатенко П.И., Павленко В.Н. Этнические установки и этнические стереотипы. – Днепропетровск, 1995. – С.116 – 119.

⁹ Тхоржевська Т.В., Богуславська Ю.Ю. – Вказ. праця.

¹⁰ Васильченко О.М. – Вказ. праця. – С.9.

¹¹ Сикевич З.В. Вказ. праця. – С.84.

¹² Налчаджян А.А. Етнопсихологія. – СПб., 2004. – С.241.

¹³ Гнатенко П.И., Павленко В.Н. – Вказ. праця; Квас О.В. – Вказ. праця.

¹⁴ Гнатенко П.И., Павленко В.Н. – Вказ. праця – С.116

В статье речь идет об этнических стереотипах студенческой молодежи города Одессы. С помощью трех различных методик проведено исследование этнических автостереотипов украинцев.

Ключевые слова: этнический стереотип, автостереотип, украинцы, "типичный украинец".

In the article author researches ethnic stereotypes of the contemporary Odessa' youth. The analysis of results of the given experimental research made it possible to identify ethnic auto-stereotype of Ukrainians.

Key words: ethnic stereotype, auto-stereotype, Ukrainians, "typical Ukrainian".