

ЗМІНИ В ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПАХ У КОНТЕКСТІ СОЦІАЛЬНОЇ МІФОЛОГІЇ

Тетяна Тхоржевська,

канд. іст. наук, доцент,

доцент кафедри нових медіа та медіадизайну

Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

e-mail: tvtchor@gmail.com

Статтю присвячено проблемі трансформації етнічних стереотипів. Створення стереотипів, зокрема етнічних, є окремим випадком міфологічного світосприйняття. Дослідження «сталого ядра» та «змінних суджень» у структурі стереотипів дає можливість отримати приклад того, у який спосіб конструюється ідентичність. Здійснено порівняння двох опитувань, проведених серед студентської молоді міста Одеси в 2006 – 2007 та 2016–2017 рр. В обох дослідженнях використовувалися однакові методи: метод проєктивного малюнка, метод відкритого запитання, метод ранжування етнічних груп (шкала Богардуса), метод асоціацій.

Ключові слова: ідентичність, міфологічне світосприйняття, етнічний стереотип, «етнографічність» образу.

Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими й практичними завданнями.

Дослідження етнічних стереотипів апелює до ширшої проблеми конструювання ідентичності. Більшість дослідників сьогодні погоджуються з тим, що ідентичність конструюється, хоча актуальними залишаються питання, у який саме спосіб відбувається таке конструювання, яку роль у ньому відіграє зовнішній примус [2, 135], та багато інших. Як стверджує Г. Шопфлін, одним

зі способів, у який спільноти (зокрема й держави) створюють і визначають основи свого існування, власні системи цінностей, є міф. Міф — набір вірувань, оформлених як описування того, що спільнота думає про себе, у який спосіб розглядає певні положення як нормальні та природні, а інші — як неправильні й чужі. Міф створює інтелектуальну і пізнавальну монополію, він прагне встановити єдиний спосіб упорядкування світу й визначення світогляду [10, 24]. Світосприйняття людини є міфологічним, а отже, породжує поділ світу за лінією свій / чужий. Окремим способом міфологічного світосприйняття є творення стереотипів, зокрема етнічних, про себе (як частку спільноти) й про інших (як представників інших спільнот). Уявлення про себе як представника етносу є важливою частиною ідентичності. Проте людині досить важко означити «ким я (ми) є»; набагато простіше усвідомити «ким я(ми) не є». Отже, уявлення про інших є важливою частиною ідентичності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Існує значна кількість досліджень «образу іншого», «чужинця», «етнічних стереотипів» у різних напрямках гуманітарного знання, що обумовлено міждисциплінарним характером означеного феномену. Побутування етнічних стереотипів досліджувалося етнологами, переважно стосовно традиційної культури [6], окремі аспекти цього феномена ставали предметом уваги соціологів [4], психологів [3], лінгвістів [1]. Класичним прикладом вивчення динаміки етнічних стереотипів є дослідження, що проводилися у Принстоні в 1933, 1951, 1969 рр. [11]. Серед українських досліджень можна згадати вивчення динаміки ідентичностей мешканців Львова і Донецька 1994–2004 рр. Зокрема, Н. Черниш та О. Маланчук порушили проблему «зміни старих та конструювання нових ідентичностей» у той час, «коли суспільство перебуває у стані аномії» [9]. Проте дослідження в динаміці «уявлення про іншого»

залишається актуальною проблемою.

Мета дослідження.

Під етнічним стереотипом зазвичай розуміють певну кількість рис, характеристик, що приписуються однією етнічною групою іншій (або власній). Він містить у собі стале ядро та змінні судження. Дослідження «сталого ядра» та «змінних суджень» у структурі уявлень про себе та інших дає можливість отримати приклад того, у який спосіб конструюється ідентичність. Інакше кажучи, як змінюються / не змінюються уявлення про себе / про інших на «низовому» рівні під впливом змін у навколишній соціальній реальності. Виходячи з цього, метою цієї роботи є дослідження «змінних суджень» у етнічних стереотипах впродовж 2006–2017 рр. Завдання полягають у проведенні порівняльного аналізу опитувань серед студентів м. Одеса 2006–2007 [7] та 2016–2017 рр., проведених із використанням однакових методик (дослідження виконувалося за фінансової підтримки Канадського інституту українських студій).

Виклад основного матеріалу дослідження.

Дослідження проводилося з використанням наступних методів.

1) *Методика проєктивного малюнка* [3]. Вважається, що проєктивні малюнки, орієнтовані на образне мислення, можуть стати достатньо адекватним інструментом дослідження етнічних (етнокультурних) стереотипів, оскільки вони є узагальненим образно-емоційним уявленням про себе й про інших. Учасникам було запропоновано намалювати українця, росіянина, єврея та болгарина, відобразивши найбільш типові риси. У якій формі мусить бути зображення — образній чи символічній — не обумовлювалося. Відповідно до методики, на підставі попереднього аналізу малюнків виділяються змістові групи, які можна умовно визначити як окремі складники етнічного стереотипу: людина, окремі елементи зовнішності, їжа, напої,

алкоголь, державні, культурно-побутові символи, праця в побуті, економічне життя суспільства, тварини, рослини, демонстрація сили, техніка, негативна символіка, інтелект. Інтерпретація малюнків здійснювалася за допомогою цих груп. Далі було підраховано кількість зображень у кожній змістовній групі.

2) *Методика відкритих запитань*. Учасникам було запропоновано написати п'ять головних рис характеру, притаманних українцям. Відповідно до методики, передбачалося, що кожен з респондентів таким чином складає образ «модальної особи» свого народу. Обробка матеріалу проводилася шляхом контент-аналізу, одиницею якого була, 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).

3) *Метод соціальної дистанції (шкала Богардуса) й метод асоціацій*. Бланк дослідження було складено на підставі методики, запропонованої В. Павленко [5, 143–148]. Користуючись бланком етнопсихологічного дослідження у вигляді таблиці, учасники анкетування повинні були проранжувати представників етнічних груп відповідно до власних пріоритетів у галузі особистого 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. Етнічні групи були надані відповідно до запропонованої методики та з урахуванням специфіки Одеського регіону: українці Сходу, українці Заходу, росіяни України, росіяни Росії, євреї, кримські татари, болгари, цигани, німці, англійці, французи, американці — усього 12 позицій.

Результати дослідження змін в образах українця / українки

та росіянина / росіянки вже оприлюднювалися [8; 12]. Проте, оскільки вони є важливими для розуміння загальної картини, доцільно стисло навести їх тут. Передусім важливо підкреслити збільшення кількості студентів, які визначають себе як «українець / українка» з 72 % у 2006–2007 рр. до 90,5 % у 2016–2017 рр. Важливо, що визначення національної приналежності відбувалося відповідно до самоусвідомлення («ким Ви себе вважаєте»). Таке самовизначення може означати громадянську чи політичну приналежність, відчуття причетності до України, а не суто етнічну (чи мовну) приналежність. Образ «українця / українки» змінився у бік узгодженості та позитиву; відбулося наближення «образу українки / українця» та «образу Я», про що свідчить, по-перше, зменшення «етнографічності» (зменшення на проєктивних малюнках культурно-побутових символів, таких, як вуса, оселедець, садок, вінок тощо з 73,2 % у 2006–2007 рр. до 59,7 % у 2016–2017 рр., а також виникнення в останньому дослідженні зображень українця / українки у «міському» сучасному одязі); по-друге, зростання позитивних складників уявлення про українця / українку (доброта, щедрість, гостинність) та зникнення негативних рис, наявних у попередньому дослідженні (любов до сала, пияцтво, ледарство); по-третє, значне зменшення узгодженості стереотипів в уявленнях про окремо «українців Сходу» та «українців Заходу».

Порівняння результатів двох досліджень демонструє процес дистанціювання, «відштовхування» від образу росіянина, про що свідчить, по-перше, зростання «етнографічності» та схематичності образу росіянина / росіянки в малюнках (зросла кількість культурно-побутових символів, таких, як берези, балалайки, ведмеді з 16,3 % у 2006–2007 рр. до 47,7 % у 2016–2017 рр.); по-друге, зростання кількості тих, хто відчуває загрозу від росіян Росії в першу чергу; по-третє, відбулася повна зміна асоціативного

ряду щодо росіян Росії. Якщо в 2006–2007 рр. найбільш узгоджені асоціації щодо росіян Росії: «веселі» (6,2 %), «дружелюбні» (6,2 %), «пихаті» (6,2 %), «звичайні люди» (4,6 %), «успішні, працездатні» (4,6 %), «сусіди, друзі, брати» (4,6 %), то у 2016–2017 рр. це «горілка, алкоголізм» (10,8 %), «балалайка» (3,7 %), «ведмідь» (3,3 %), «Путін» (3,3 %), «агресивні» (3 %). Отже, якщо говорити про образи українців та росіян, головним підсумком за результатами двох досліджень є зменшення «етнографічності» в образі українця / українки, яка відбулася паралельно зі збільшенням її в образі росіянина / росіянки.

Як вже було зазначено, важливою частиною формування / конструювання власної ідентичності є уявлення про інших. Далі подається матеріал, який стосується змінності / незмінності в уявленнях студентської молоді щодо інших народів, отриманий за допомогою методики соціальної дистанції та асоціацій.

Таблиця 1. Кількість учасників анкетування (% від загальної кількості учасників), які обрали в першу чергу:

	Для особистісного спілкування		Для економічного співробітництва		Для родинних зв'язків	
	2006-07	2016-17	2006-07	2016-17	2006-07	2016-17
євреїв	3,1	8,2	6,2	10,4	4,6	5,2
кримських татар	0	5,2	0	2,9	0	4,8
ромів («циган»)	0	5,2	1,5	4,8	0	5,2
болгар	1,5	4,4	0	3,3	4,6	4,8
німців	0	9,7	14	22	1,5	8,5
французів	4,6	9,3	3,1	4,8	3,1	7,4
англійців	6,2	16	15,6	16,7	1,5	13,4
американців	0	19,4	10,9	29,8	0	13,4

Як видно з Таблиці 1, найбільші зміни (у позитивний бік) відбулися з образами німців та американців.

Також очевидне значне зменшення відчуття загрози від американців, невелике зменшення загрози від німців. Євреї, кримські татари, болгар, французи та англійці демонструють невелике, але збільшення відчуття загрози.

Окремо варто виділити образ ромів (циган), які залишалися найбільш «загрозливим персонажем» в уявленнях одеських студентів. Можливо це пов'язано з тим, що «цигани», на відміну від українців, росіян, євреїв, американців, французів, англійців, німців і кримських татар, мало представлені у медіапросторі (станом на 2016–2017 рр.). А отже, образ / стереотип залишився майже незмінним (метод асоціацій це підтверджує).

Таблиця 2. Кількість учасників анкетування (% від загальної кількості учасників), які в першу чергу відчують загрозу від:

	2006 – 2007	2016 – 2017
євреїв	1,5	5,9
кримських татар	0	2,6
ромів («циган»)	62,5	48,8
болгар	0	4,4
німців	4,6	3,3
французів	0	3,7
англійців	0	2,6
американців	28,1	5,2

Важливо підкреслити, що динаміка відчуття загрози від американців (зменшення з 28,1 % до 5,2 %) певною мірою корелює з динамікою відчуття загрози від росіян Росії (збільшення з 0 % до 18,2 %).

Додаткову інформацію щодо змінності / незмінності уявлень про ці народи подає метод асоціацій:

Таблиця 3. Змінність / незмінність асоціацій щодо етносів

	2006 – 2007	2016 – 2017
євреїв	жадібні, економні — 45,3% хитрі — 18,7% розумні — 12,5%	жадібні, заощадливі, люблять гроші — 33,2% хитрі — 9,7% розумні — 6,3%
кримських татар	агресивні, злі, ворожі — 10,9%	Крим, Крим наш — 9,3% Джамала — 1,8% кочівники — 1,4%
ромів («циган»)	крадії, злодії, грабіжники — 43% хитрість, шахрайство, брехня — 31%; ворожба, гіпноз — 15,6%	злодії, крадії, грабіжники — 26% брехня, шахрайство, хитрість — 11,8% кінь — 10%
болгар	дружелюбні, товариські, доброзичливі — 15,6% запальні, неспокійні — 17%, жадібні — 12,5%	вино — 4,4% перець — 2,6% дружелюбність, дружба — 1,8%
німців	педантичність, пунктуальність — 42%; фашизм, війна, Гітлер — 25%; прагматичність — 21,8%	пиво — 12,3% педантичні, пунктуальні — 42,6% автомобіль, «бмв», «фольксваген», якісні автомобілі — 5,9%
французів	романтичні — 25% мода, стиль, елегантні — 20,3% жаби — 9,3%	круасан — 8,9% жаб'ячі лапки, жаба — 7% романтика — 6,3%
англійців	стримані, виховані, спокійні — 34,3% пунктуальні, педантичні — 14% чай — 7,8%	чай — 18,2% ввічливість, вихованість, гарні манери — 5,5% спокійні, стримані — 3,7%
американців	фастфуд, погана їжа, товсті — 28% прагнуть панувати над світом — 17% нерозумні — 14%	бургер, гамбургер, хот дог, фастфуд — 20,8% свобода — 2,6% відкриті, комунікабельні — 1,8%

У Таблиці 3 наведено перші три асоціації за частотою згадування. Як видно, зміни відбулися в образах кримських татар та американців. Разом з тим, варто підкреслити, що «нові» образи на момент проведення дослідження мали досить низьку узгодженість, були несформованими, хоча й змінилися на користь позитиву.

Висновки та перспективи дослідження.

Отже, простежуємо збільшення кількості студентів, які визначають себе як «українець / українка»; зменшення «етнографічності» в образі українця / українки; збільшення «етнографічності» в образі росіянина / росіянки.

Разом з тим, необхідно визнати збереження значної кількості архаїчних рис у сучасній українській міській культурі, яка зберігає багато рис культури традиційної, про що свідчить збереження образу ромів («циган») як «страшних чужинців».

Можна також визначити, що місце високостанусної групи, яке певною мірою посідали «росіяни» (за даними дослідження 2006–2007 рр.), у 2016–2017 рр. перейшло до «американців», про що свідчить зменшення відчуття загрози від американців та збільшення відчуття загрози від росіян Росії.

Література:

1. Белова О. В. Этнические стереотипы по данным языка и народной культуры славян : автореф. дис. на соискание уч. степени докт. филолог. наук : спец. 10.02.03 — славянские языки. Москва, 2006. 48 с.
2. Бруйбекер Р., Купер Ф. За пределами идентичности. *Ab imperio*. № 3. 2002. С. 131–140. URL: http://abimperio.net/books/Myths_and_Misconceptions.pdf (дата звернення: 02.11.21).
3. Иванова Т. В. Изучение этнических стереотипов с помощью проективных рисунков. *Вопросы психологии*. 1998. № 2. С. 71–82.

4. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд. *Психологический журнал*. 1995. № 1 (Т. 16). С. 3–18; № 2 (Т. 16). С. 3–13.
5. Павленко В. И., Гнатенко П. И. Этническая установка и этнические стереотипы. Днепропетровск: ДГУ, 1995. 300 с.
6. Сілецький Ю. Р. Етнічні гетеростереотипи в традиційному світогляді українців: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата історичних наук за спеціальністю: 07.00.05 — етнологія. Львів, 2009. 20 с.
7. Тхоржевська Т. В. Етнічний стереотип українця в уявленні студентів-українців м. Одеса. *Етнічна історія народів Європи*. Вип. 25. Київ : Київський університет, 2008. С. 82–88.
8. Тхоржевська Т. В. Про сало і балалайку або зміни в образі «типового українця» в уявленнях одеських студентів. *Емінак. Науковий щоквартальник*. 2017. № 3 (19) (липень – вересень). Т. 1. 139 с.
9. Черниш Н., Маланчук О. Динаміка ідентичностей мешканців Львова і Донецька: компаративний аналіз (1994–2004 рр.). *Україна модерна*. 12 (2). 2007. С. 61–92.
10. Schöpflin, George. The Functions of Myth and a Taxonomy of Myths. *Myths and Nationhood* / Geoffrey A. Hosking and George Schöpflin. New York : Routledge in association with the School of Slavonic and East European Studies, University of London, 1997. pp. 19–36.
11. The Princeton Trilogy AP Psychology. 2019. URL: https://www.appsychology.com/IB%20Psych/IBcontent/Studies/princeton_trilogy.htm (дата звернення: 02.11.21).
12. Tkhorzhevskaya T., Kovalenko Y. Transformation of Ethnic Stereotype of Russians Among Odesa Students, 2006–2017. *European Philosophical and Historical Discourse (Index Copernicus)*. Vol. 5, Issue 1, 2019. pp. 78–83.

УДК 930.85 (477.74) 159.922.4
DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2021.27.251421>

**Изменения в этнических стереотипах
в контексте социальной мифологии**

Татьяна Тхоржевская,

канд. ист. наук, доцент,
доцент кафедры новых медиа и медиадизайна
Одесского национального университета имени И. И. Мечникова
e-mail: tvtchor@gmail.com

Статья посвящена проблеме трансформации этнических стереотипов. Создание стереотипов, в том числе этнических, является частным случаем мифологического мировосприятия. Исследование «устойчивого ядра» и «переменных суждений» в структуре стереотипов дает возможность получить пример того, как конструируется идентичность. Проведено сравнение двух опросов, проведенных среди студенческой молодежи города Одессы в 2006–2007 и 2016–2017 гг. В обоих исследованиях использовались одинаковые методы: метод проективного рисунка, метод открытого вопроса, метод ранжирования этнических групп (шкала Богардуса), метод ассоциаций.

Ключевые слова: идентичность, мифологическое мировосприятие, этнический стереотип, «этнографичность» образа.

УДК 930.85 (477.74) 159.922.4
DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2021.27.251421>

Changes in ethnic stereotypes in the context of social mythology

Tetjana Tkhorzhevska,

PhD (history), Docent,
Associate Professor of the Department of New Media
and Media Design Chair
Odesa I. I. Mechnikov National University
e-mail: tvtchor@gmail.com

This article is dedicated to the topic of transformation of ethnic stereotypes (view of themselves as an ethnic representative, view of others as ethnic representatives) as an example of identity forming. The creation of stereotypes, including ethnic ones, is one of the manifestations of a mythological worldview. Stereotype consists out of the stale core and ever-changing views. Researching those «stale cores» and «ever-changing views» as a part of the structure of views about themselves and others gives a possibility to construct an example of a way of identity forming. Following this, the goal of this article is to research «ever-changing views» in ethnic stereotypes during the 2006-2017 years. Such analysis became possible due to comparing two quizzes, taken among the students of Odesa city. The first quiz has taken place during the 2006–2007 years, the second one — during 2016-2017. Both of them consist of the same methods — method of projective drawing, method of open questions, method of ranking of ethnic groups (Bogardus' scale), method of associations. The most important conclusion of this research is that the result of the second quiz, in comparison to the first, shows the increased quantity of students who view themselves as Ukrainian; change in the general view of Ukrainian towards wholesomeness and positivity; decreased «ethnographic» factor in the view of Ukrainian (decrease in the culturally-mundane symbols in the drawings); parallelly increased «ethnographic» factor in the view of Russian (increase in the culturally-mundane symbols in the drawings).

Alongside that is necessary to admit the preservation of a relatively large quantity of archaic qualities in the modern Ukrainian urban culture which saves a lot of traditional features, which can be seen in the preservation of the view of roms («gips») as «scary foreigners».

Also can be stated that the place of the high-status group, which was claimed by the Russian (according to the 2006–2007 years quiz), in the 2016–2017 years quiz gotten claimed by American, which shows the increase in the feeling of threat from Russia and consecutive decrease in the feeling of threat from America.

Keywords: identity, mythological worldview, ethnic stereotype, «ethnographic» factor in the view.

References:

1. Belova, O. V. (2006). Etnicheskie stereotypy po dannym jazyka i narodnoi kultury slavian. [Ethnic stereotypes according to the language and folk culture of the Slavs]. Abstract of a thesis of PhD Philology. spec. 10.02.03 — slavjanskije jazyki. Moskva [In Russian].
2. Bruibeker, R.; Kuper, F. (2002) Za predelamy identichnosti [Beyond identity]. *Ab-imperio*, Vol. 3. pp. 131–140. URL: http://abimperio.net/books/Myths_and_Misconceptions.pdf (accessed: 02.11.21) [In Russian].
3. Ivanova, T. V. (1998) Izuchenie etnicheskikh stereotipov s pomoschju proektivnyh risunkov [Study of ethnic stereotypes using projective drawings]. *Voprosy psihologii*. Vol. 2. pp. 71–82 [In Russian].
4. Moskovichi, S. (1995) Socialnoe predstavlenie: istoricheskii vzgliad [Social representation: a historical perspective]. *Psihologicheskij zhurnal*. # 1 (Vol. 16). pp. 3–18; # 2 (Vol. 16). pp. 3–13 [In Russian].
5. Pavlenko, V. I., Gnatenko P. I. (1995) Etnicheskaia ustanovka i etnicheskie stereotypy [Ethnic attitudes and ethnic stereotypes]. Dnepropetrovsk [In Russian].
6. Silecz'kyj, Yu. R. (2009). Etnichni geterostereotypy v tradyciinomu svitogliadi ukrainciv. [Ethnic heterostereotypes in the traditional worldview of Ukrainians]. Abstract of a thesis of PhD History. spec. 07.00.05 — etnologiya. L`viv [In Ukrainian].
7. Txorzhevs`ka, T. V. (2008) Etnichni stereotyp ukrainciv v uivlenni studentiv-ukrainciv m. Odesa [Ethnic stereotype of Ukrainians in the imagination of Ukrainian students in Odessa]. *Etnichna istoriya narodiv Yevropy`*. Vol. 25. pp. 82–88 [In Ukrainian].
8. Txorzhevska, T. V. (2017) Pro salo i balalaiku abo zminy v obrazi «typovogo ukrainciv» v uivlenniah odeskyh studentiv [About lard and balalaika or changes in the image of a «typical Ukrainian» in the ideas of Odessa students]. *Eminak. Naukovy`j shhokvartal`ny`k*. 2017. # 3 (19). Vol. 1 [In Ukrainian].
9. Cherny`sh N., Malanchuk O. (2007) Dynamika identychnosti meshkanciv Lvova I Donecka: komparatyvnii analiz (1994–2004 rr.) [Dynamics of identities of Lviv and Donetsk residents: a comparative analysis (1994–2004)]. *Ukrayina moderna*. 12(2). pp. 61–92 [In Ukrainian].

10. Schöpflin, George (1997) The Functions of Myth and a Taxonomy of Myths. *Myths and Nationhood* / Geoffrey A. Hosking and George Schöpflin, New York. pp. 19–36 [In English].
11. The Princeton Trilogy (2019) AP Psychology. URL: https://www.appsychology.com/IB%20Psych/IBcontent/Studies/princeton_trilogy.htm (accessed: 02.11.21) [In English].
12. Tkhorzhevskaya T., Kovalenko Y. (2019) Transformation of Ethnic Stereotype of Russians Among Odesa Students, 2006–2017. *European Philosophical and Historical Discourse* (Index Copernicus). Vol. 5, Issue 1, pp. 78–83 [In English].