

УДК 930.85 (477.74) 159.922.4

**ПРО САЛО І БАЛАЛАЙКУ, АБО ЗМІНИ В ОБРАЗІ «ТИПОВОГО УКРАЇНЦЯ»
В УЯВЛЕННЯХ ОДЕСЬКИХ СТУДЕНТІВ*****Тетяна Тхоржевська**Одеський національний політехнічний університет
Україна, 65044, м. Одеса, проспект Шевченка, 1
e-mail: tvtchor@gmail.com

Проблемою, яку тут порушено, є ідентичність. Саме вживання цієї категорії породжує багато питань. Наприклад, «якщо ідентичність конструюється внутрішньо, яким чином оцінювати вплив зовнішніх ідентифікацій, які часто є жорстким примушуванням?», поставлене Р. Бруйбекером і Ф. Купером [1]. Або як взаємодіє між собою ідентичність і суспільна міфологія? Г. Шопфлін стверджує, що саме міф впорядковує навколишній світ і визначає світогляд [2]. З того виходить, що ідентичність ґрунтована на міфологічному світосприйнятті.

Окремим випадком міфологічного світосприйняття є стереотипізація, яка грає важливу роль у суспільних відносинах та активізується за умов протистояння або суперництва різних соціальних, етнічних, етнокультурних груп. Уявлення про себе як представника етносу (етнічні автостереотипи) є важливою частиною ідентичності.

Утворення та побутування етнічних стереотипів є міждисциплінарною проблемою, яка активно досліджувалася у контексті соціальної й етнічної психології [3]. Під етнічним стереотипом заведено розуміти певну кількість рис, характеристик, які приписуються одною етнічною групою іншій (або власній). Вважається, що етнічний стереотип містить у собі стале ядро та змінні судження. Думаю, що зміни у структурі стереотипів (зокрема, уявлення про свій народ) є добрим прикладом творіння ідентичності. Дослідити ці тенденції на локальному прикладі є завданням даної роботи.

Отже, окрема проблема, яка є предметом дослідження – це трансформація етнічних стереотипів, а метою даної роботи є дослідити як змінилося «уявлення про українця» серед студентів м. Одеси, які визначають себе українцями з 2006 до 2017 рр. Відстежити подібну еволюцію стало можливим завдяки до-

слідженням етнічних стереотипів за допомогою різних методик серед студентської молоді, які автор проводила з власної ініціативи у 2006-2007 рр. [4]. У 2016-2017 рр. (впродовж навчального року) завдяки фінансовій підтримці КІУСу нам вдалося розширити коло учасників, якими стали студенти трьох одеських університетів. У дослідженні брало участь 296 осіб, з яких 268 визначили себе українцями. Далі нами подано перші результати цього річного дослідження, виконані за допомогою тих самих методик, які було використано у попередньому.

Першою методикою є вивчення етнічних стереотипів за допомогою проєктивних малюнків (методика запропонована Т. Івановою [5]). Так само, як і в попередньому дослідженні, студенти отримували завдання намалювати українця, росіянина, болгарина й єврея, відобразивши найбільш типові риси. В якій формі мусить бути зображення – образній або символічній не обумовлювалось.

Одразу ж хочемо звернути увагу на кількість людей, що визначили себе як «українці». У 2006-2007 році це було 183 особи з 254 (72%). У 2016-2017 рр. це 268 осіб з 296 (90,5%).

Хочемо також підкреслити, що з методикою «проєктивний малюнок» еволюцію можна розглядати ретельніше завдяки дослідженню, проведеному автором разом з колегою Ю. Богуславською восени 2014 р. на прикладі студентів ОНПУ [6].

Дослідження 2007 р. за допомогою проєктивного малюнку свідчило про великий розбіг в уявленнях студентів між «образом українця» й «образом Я»: намальований «українець» був переважно «історичним» (козак) або «етнографічним» (атрибутивні елементи традиційної культури – хата, тин, садок, вінок та ін.). У цьому ж ряді значна кількість їжі (переважно

* Написання даної роботи стало можливим завдяки фінансовій підтримці Канадського інституту українських студій з вічного фонду Анни і Нікандра Буковських.

сала, борщу, вареників) та алкоголю, багато намальованих рослин і тварин. Поряд з тим важливим є наявність негативної символіки, коли на малюнку досить чітко проступає зневага автора до намальованого персонажу. Звісно, окремого осмислення потребує дослідження контексту, в якому сформувалися подібні уявлення.

Дослідження 2014 р. демонструють збереження «історичності» чи «етнографічності» образу українця: вуса, оселедець, шабля, шаровари, хата, фартух, тин, вінок; кількість зображень у «міському» одязі незначна. Декілька малюнків, що апелюють до подій на Майдані (декілька людей, що тримаються за руки, зображення вуличних боїв, прапор у руках «козака») додають нові смисли, але не змінюють загальної тенденції. Зображення культурно-побутових символів лишається майже незмінним кількісно (73,2%/2007 – 72,8%/2014).

Разом з тим очевидними є й зміни: частка їжі загалом і сала зокрема значно зменшилась (25% у 2007 та лише 11,8% 2014); зменшилась кількість зображень алкогольних напоїв (16,3% – 7,7%). Українці пов'язують алкоголь більшою мірою з росіянами, ніж з представниками свого етносу (зауважу, що образ росіянина, на відміну від інших, восени 2014 р. змінився досить суттєво). Зменшилась, хоча й несуттєво частка намальованих тварин і рослин. Думаю, те й інше викликає асоціацію з мирним часом, про який восени 2014 р. не йшлося. Зменшилися також зображення праці (яка у попередньому дослідженні зображувалася переважно як селянська праця у полі), економічного життя (гроші, виробництво), техніки. Збільшення відбулося по трьом показникам: державні символи (4,9%/2007 – 20,3%/2014); демонстрація сили (1,6%/2007 – 16,5%/2014) й інтелект (0,5%/2007 – 0,9%/2014).

Зменшення негативної символіки, з одного боку, та збільшення державної символіки та демонстрації сили може свідчити про підвищення статусу свого етносу в уяві його представників.

Отже, за підсумками дослідження методикою «проективний малюнок» у 2014 р. маємо збереження «етнографічності» поряд з виникненням тенденції до зближення «образу українця/українки» й «образу Я».

Виявити збереження або зміну тенденцій 2014 р. допомагають результати дослідження, проведеного восени 2016 – навесні 2017 р.

Кількість антропоморфних зображень лишається на попередньому (2014) рівні; кількість їжі збільшується порівняно з 2014, але

лишається суттєво меншою, ніж у 2007; кількість зображень алкоголю зменшується порівняно з обома попередніми дослідженнями. Показник «економічне життя суспільства» демонструє ту ж тенденцію, що й показник «їжа» – він трохи більше, ніж у 2014, але значно менше, ніж у 2007. При цьому показник «праця у побуті» зменшується порівняно з обома попередніми. Менше, ніж у 2014 р. стає тварин і рослин (порівняно з 2007 роком, їх менше удвічі); незначно збільшився показник «техніка».

Найбільш цікавими в останньому дослідженні, на мій погляд, є зміна по трьом позиціям – «державні символи», «культурно-побутові символи» й «інтелект».

Кількість державних символів (прапор, герб, зображення тризуба на одязі) у 2016-2017 рр. (12,3%) значно зменшилася порівняно з 2014 р. (20,3%), але лишається значно більшою ніж у 2007 (4,9%).

Культурно-побутові символи (вінок, вуса, оселедець, шабля, вишиванка, сільська хата з садочком), кількість яких майже не змінилася у 2014 р. (72,8%) порівняно з 2007 (73,2%), в останньому дослідженні значно зменшилися (59,7%). Натомість з'явилися зображення схематичного «чоловічка», вишиванки у вигляді сучасного модного одягу, а не традиційного вбрання, дівчини у гарній сукні. Результати трьох досліджень зведено у таблиці 1.

Таблиця 1. Використання окремих елементів національних образів у малюнках, % від кількості учасників

Змістовні групи	2007-2008	2014	2016-2017
1. Людина. Окремі елементи зовнішності	91	77	79%
2. Їжа, напої	25	11,6	13,4%
3. Алкоголь	16,3	7,7	5,9%
4. Державні символи	4,9	20,3	12,3%
5. Культурно-побутові символи	73,2	72,8	59,7%
6. Праця у побуті	4,9	1,9	1,5%
7. Економічне життя суспільства	7,1	3,8	4,47%
8. Тварини, рослини	16,9	12,6	8,2%
9. Демонстрація сили	1,6	16,5	10,4%
10. Техніка	1,6	0	0,3%
11. Негативна символіка	4,3	0	1,49%
12. Інтелект	0,5	0,9	1,1%

Отже, зменшення «етнографічності» образу українця є важливим підсумком дослідження

методикою «проективного малюнку».

Наступне дослідження проводилося за допомогою методики відкритого запитання («назвіть п'ять головних рис характеру, які, на Вашу думку, притаманні українцям»), яка передбачає складання образу «модальної особи» народу [7]. Як і у попередньому дослідженні, обробка матеріалу проводилася шляхом контент-аналізу, одиницею якого була якість (риса), висловлена у формі окремого поняття (наприклад, працьовитість), або групи понять, близьких за змістом (патріотизм, національна свідомість).

За підсумками дослідження 2006-2007 рр. узагальнений портрет типового українця/українки виглядав таким чином: 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) красиві, гарні (12,3%); 9) хоробрі, сміливі (10,4%); 10) пияки (10,4%); 11) щедрі (9,5%); 12) справедливі, чесні (8,5%); 13) хитрі (8,5%); 14) гостинні (8,5%); 15) дружні, миролюбні (7,6%); 16) ледачі (7,6%); 17) з почуттям гідності (5,7%); 18) жадібні (5,7%) (враховано якості, які названі більш ніж 5% від загальної кількості учасників).

Кількісно переважало позитивне оцінювання. Разом з тим, найбільша кількість опитуваних у 2006-2007 рр. (19,9%) назвала в якості риси характеру «любов до сала». Останнє можна пояснити у різний спосіб. Наприклад, «любов до сала» могла свідчити або про відоме явище, коли уявлення інших/іншого про дану групу стає її власним уявленням (або часткою уявлення) про себе. Тобто образ «недолугого хохла-салоїда» був часткою уявлення українців про себе. Думаю, доречнішим буде інше пояснення. Йдеться про окреме існування «образу українця/українки» й «образу Я».

За підсумками дослідження 2016-2017 рр. узагальнений портрет типового українця/українки виглядає таким чином: 1) добрі, добродушні, доброзичливі (33%); 2) щирі (21%); 3) патріоти, національно свідомі (19%); 4) працездатні, працелюбні, працьовиті (18,5%); 5) гостинні (18%); 6) щедрі (16,6%); 7) з почуттям гумору (16,6%); 8) волелюбні (11,5%); 9) дружелюбні, дружні (11%); 10) чесні (6,4%); 11) мужні (5,6%); 12) сильні, сильні духом, мають сильний характер (5%).

Результати порівняння двох досліджень наведено у таблиці 2.

Таблиця 2. Порівняння підсумків дослідження методом «відкритого запитання» 2006-2007 і 2016-2017 рр.

2006-2007	%	2016-2017	%
Добрі, доброзичливі	16	Добрі, доброзичливі	33
люблять сало, люблять поїсти	19,9	<i>відсутня</i>	
працьовиті, працелюбні	19	Працездатність, працелюбність, працьовитість	18,5
щирі, відверті	18	щирість	21
розумні, винахідливі, здібні	17	Розум, освіченість, інтелект	4,8
патріоти	16	Патріотизм, національна свідомість	19
веселі, з почуттям гумору	14	Почуття гумору	16,6
красиві, гарні	12,3	вродливі	2,6
<i>відсутня</i>		волелюбність	11,5
хоробрі, сміливі	10,4	<i>відсутня</i>	
<i>відсутня</i>		мужність	5,6
пияки	10,4	<i>відсутня</i>	
щедрі	9,5	щедрість	16,6
справедливі, чесні	8,5	чесні	6,4
хитрі	8,5	Хитрі, хитрі підприємці	1,8
гостинні	8,5	Гостинні	18
дружні, миролюбні	7,6	Дружелюбність, дружні	11
ледачі	7,6	<i>відсутня</i>	
з почуттям гідності	5,7	<i>відсутня</i>	
жадібні	5,7	жадібні	2,6
<i>Відсутня</i>		Сильні, сильні духом	5

За підсумками дослідження методикою «відкритого запитання» наявне:

- Суттєве зростання базових позитивних складових уявлення про себе як українця/українку: доброта (з 16 до 33%), щедрість (з 9,5 до 16,6%) і гостинність (з 8,5 до 18%);
- Збереження на попередньому рівні або незначне зростання/зменшення таких якостей як працьовитість (19/18,5%), щирість (18/21%), патріотизм (16/19%), почуття гумору (14/16,6%), чесність (8,5/6,4%), дружність (7,6/11%);
- Зникнення негативних рис, які були наявні у попередньому дослідженні: любов до сала (19,9/0%); пияцтво (10,4/0%); ледачість (7,6/0%);
- Суттєве зменшення деяких негативних рис: хитрість (8,5/1,8%), жадібність (5,7/2,6%);
- Виникнення нових рис – волелюбність, мужність, сила духа.
- Зменшення кількісно окремих позитивних рис: розум (17/4,8%), вродливість (12,3/2,6%), хоробрість (10,4/0%), почуття гідності (5,7/0%)

Вважається, що уявлення про групу (зокрема й етнічну), до якої належить людина, має загалом позитивне забарвлення. Тож здається, що «образ українця/українки» й «образ Я»

суттєво наблизилися одне до одного. На користь цього свідчить, на мою думку, й зникнення «сала» як маркера «українськості».

Остання методика, запропонована В.М. Павленко, використовує відому шкалу Богардуса. Учасники анкетування повинні були проранжувати представників етнічних груп відповідно до власних пріоритетів у галузі особистісного спілкування, економічного співробітництва, можливості родинних зв'язків і відчуття загрози, а також подати асоціації, які викликає та або інша група. Етнічні групи були надані виходячи з запропонованої методики та з врахуванням специфіки одеського регіону. 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 у першу чергу

	Для особистісного спілкування		Для економічного співробітництва		Можливість родинних зв'язків	
	2006-07	2016-17	2006-07	2016-17	2006-07	2016-17
Українців Сходу	45	34,7	17	13,8	39	38,8
Українців Заходу	12,5	28	4,6	11,5	6,2	25,7
Росіян України	18,7	13,8	12,5	7	21,8	12,6
Росіян Росії	7,8	9,7	15,6	7,8	17	8,2

Якщо виходити з наведених у таблиці кількісних показників, стають очевидними суттєві зміни в образі «українця Заходу»: кількість тих, хто обрав би його у першу чергу для особистого спілкування зросла з 12,5 до 28%, для економічного співробітництва – з 4,6 до 11,5%, для родинних зв'язків – з 6,2 до 25,7%. Поряд з тим відбулося зменшення тих самих показників для росіян України та по двом з трьох показників для росіян Росії. Найбільш сталим лишається образ українців Сходу.

Щодо загрози, одеські студенти, як і у попередньому дослідженні майже не відчують загрози від українців Сходу (у 2006-2007 рр. 48,4% опитуваних назвали їм останню дванадцятку позицію по шкалі «загроза»). Щодо представників інших груп, ситуація дещо змінилася.

Таблиця 5. Відчуття загрози від українців Заходу

2006-2007	2016-2017
В першу чергу – 3%	В першу чергу – 8,9%
В другу чергу – 12%	В другу чергу – 4,8%
В третю чергу – 14%	В третю чергу – 3,3%
В останню (12) чергу – 6,8%	В останню (12) чергу – 23,8%

Отже, кількість тих, хто відчуває загрозу у другу та третю чергу значно зменшилася, а також зросла кількість тих, хто відчуває цю загрозу в останню чергу. Ці дані корелюють з попередніми – щодо збільшення кількості одеських студентів, які б обрали українців Заходу у першу чергу для особистого спілкування, економічного співробітництва та родинних зв'язків. Разом з тим дещо збільшилася кількість тих, хто відчуває загрозу у першу чергу.

Наявне зростання кількості тих, хто відчуває загрозу від росіян України у першу, другу та третю чергу й зменшення тих, хто відчуває її у 9, 10, 11, 12 чергу.

Щодо росіян Росії особливо помітним є зростання кількості тих, хто відчуває від них загрозу у першу чергу. Разом з тим, збільшилася цифра тих, хто відчуває загрозу в останню чергу (з 2 до 8,2%). Варто звернути увагу на те, що ця цифра корелює з динамікою кількості тих, хто відчуває загрозу у першу чергу від українців Заходу (з 3 до 8,9%).

Деякі уточнення з приводу самовизначення вносять подані студентами асоціації. Асоціації підраховувалися шляхом контент-аналізу. Тут подаються перші 4-6 по частоті згадування.

Таблиця 6. Відчуття загрози від росіян України

2006-2007	2016-2017
В першу чергу – 0%	В першу чергу – 8,5%
В другу чергу – 2%	В другу чергу – 9,3%
В третю чергу – 4%	В третю чергу – 11,9%
.....
В дев'яту чергу – 15,6%	В дев'яту чергу – 3,3%
В десяту чергу – 28%	В десяту чергу – 11,9%
В одинадцяту чергу – 14%	В одинадцяту чергу – 7,8%
В останню (12) чергу – 9%	В останню (12) чергу – 7,4%

Таблиця 7. Відчуття загрози від росіян Росії

2006-2007	2016-2017
В першу чергу – 0%	В першу чергу – 18,2%
В другу чергу – 6,8%	В другу чергу – 14%
В третю чергу – 6,8%	В третю чергу – 10,8%
.....
В дев'яту чергу – 17%	В дев'яту чергу – 8,5%
В десяту чергу – 15%	В десяту чергу – 4,4%
В одинадцяту чергу – 9%	В одинадцяту чергу – 2,2%
В останню (12) чергу – 2%	В останню (12) чергу – 8,2%

Таблиця 8. Асоціації

	2006-2007, %	2016-2017, %
Українці Сходу	доброта(14); російська мова (14); щирі, людяні (12,5); дружелюбні(10,9); гостинні (9,3)	шахти, вугілля (13); війна (3,3); працьовитість (3,3); російська мова (2,6); доброта (2,6)
Українці	патріотизм (18)	Карпати(7),

Заходу	націоналізм (14) українська мова (12,5) ненависть до росіян, до російської мови, до одеситів (9,3) агресивні (7,8)	патріотизм (5,9), націоналізм, бандерівці (4,8), Львів (4), українська мова (3,7),
Росіяни України	дружелюбність – 9,3 пияки (7,8) звичайні люди (6,2) веселі (4,6) вимова з акцентом – (4,6)	горілка (2,6), нормальні люди (2,2). сепаратизм (1,8),
Росіяни Росії	веселі (6,2) дружелюбні (6,2) пихаті (6,2) звичайні люди (4,6) успішні, працездатні (4,6) сусіди, друзі, брати (4,6)	алкоголізм, горілка (10,8) балалайка (3,7) ведмеді (3,3) Путін (3,3) агресивні (3)

За підсумками дослідження 2006-2007 рр. виявилися достатньо чіткі образи, про що свідчить достатньо висока ступінь узгодженості стереотипів.

Якщо спробувати інтерпретувати студентські стереотипи-уявлення, можна говорити, що під час першого дослідження мало місце усвідомлення себе як «українців Сходу», для яких «росіяни України» є близькими, своїми; «росіяни Росії» мали всі ознаки уявлень про групу з вищим статусом, будучи водночас добрими та зрозумілими, хоча й більш віддаленими, а «українці Заходу» були скоріш «чужими», незрозумілими, такими, що викликали страх.

Останнє дослідження свідчить про інше. Тенденція до ототожнення себе з «українцями Сходу» та відокремлення від «українців Заходу» змінилася досить суттєво. Передусім всі образи є вкрай нечіткими, про що свідчить зовсім невелика кількість асоціацій, які б повторювалися хоча б на рівні тих 4%, про які йшлося у попередньому дослідженні (низька узгодженість стереотипу). Крім того, в одеських студентів з'явилася дистанціювання себе не тільки від українців Заходу, але й від українців Сходу (асоціації «шахти», «війна» свідчать саме про це). Образ росіян Росії змінився кардина-

льно, що є прогнозованим і зрозумілим, бо «кожна культура формується в опозиції до іншого». Аналіз саме образу росіянина не є нашим завданням у даній роботі. Проте хочемо зазначити, що саме цей образ змінився повністю, він став маркером «чужинця», про що свідчать «ведмеді» та «балалайки». Дистанціювання від «росіянина» суттєво збільшилося. Найбільш непевним (неузгодженим) є на сьогодні образ «росіяни України».

Разом з тим образ «українець/українка» без уточнень регіону змінився у бік узгодженості, позитиву та значною мірою наблизився до «образу Я», а його «етнографічність» значно зменшилася.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА:

1. Бруйбекер Р., Купер Ф. За пределами идентичности / Роджерс Бруйбекер, Фредерик Купер [Електронний ресурс] // Ab imperio. – 2002. – С. 131-140. – Режим доступу: http://abimperio.net/books/Myths_and_Misconceptions.pdf
2. Schöpflin G. The Functions of Myth and a Taxonomy of Myths / George Schöpflin // In *Myths and Nationhood*, edited by Geoffrey A. Hosking and George Schöpflin. – N-Y.: Routledge in association with the School of Slavonic and East European Studies, University of London, 1997. – P. 19-36 [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://courses.prometheus.org.ua/c4x/UCU/History001/asset/6_Schoepflin_on_myths.PDF
3. Иванова Т.В. Изучение этнических стереотипов с помощью проективных рисунков / Т.В. Иванова // Вопросы психологии. – 1998. – № 2. – С. 71-82; Гнатенко П.И. Этническая установка и этнические стереотипы / П.И. Гнатенко, В.И. Павленко. – Днепропетровск: ДГУ, 1995. – 300 с. та ін.
4. Тхоржевська Т.В., Богуславська Ю.Ю. До питання про сформованість етнічних стереотипів / Т.В. Тхоржевська, Ю.Ю. Богуславська // Человек в истории и культуре. – Одесса-Терновка: Друк, 2007. – С. 347-357; Тхоржевська Т.В. Етнічний стереотип українця в уявленні студентів-українців м. Одеса / Т.В. Тхоржевська // Етнічна історія народів Європи. – Вип. 25. – К.: «Київський університет», 2008.
5. Иванова Т.В. Вказ. праця.
6. Tchorzevska T.V. Dynamic of Ethnic stereotypes / Y.Y. Boguslavska, T.V. Tchorzevska // Proceedings of the 3rd International Congress on Social Sciences and Humanities. «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. — Vienna. 2014. – P. 3-9
7. Сикевич З.В. Русские: «образ» народа / З.В. Сикевич. – СПб: Издательство С.-Петербургского университета, 1996. – 226 с.

Тхоржевська Тетяна Про сало і балалайку, або зміни в образі «типового українця» в уявленнях одеських студентів

Статтю присвячено проблемі змінності етнічних стереотипів як одному з прикладів конструювання ідентичності. Здійснити подібний аналіз стало можливим завдяки порівнянню результатів двох досліджень – 2006-2007 та 2016-2017 років, проведених серед одеських студентів. Використовувалися методики проективного малюнку, відкритого запитання та ранжування етнічних груп (шкала Богардуса).

Ключові слова: ідентичність, міфологічне світосприйняття, етнічний стереотип, образ українця, одеські студенти

Тхоржевская Татьяна О салe и балалайке, или изменения в образe «типичного украинца» в представлениях одесских студентов

Статья посвящена проблеме изменения этнических стереотипов как одному из примеров конструирования идентичности. Осуществить подобный анализ стало возможным благодаря сравнению результатов двух исследований – 2006-2007 и 2016-2017 годов, проведенных среди одесских студентов. Использовались методики проективного рисунка, открытого вопроса и ранжирования этнических групп (шкала Богардуса).

Ключевые слова: *идентичность, мифологическое мировосприятие, этнический стереотип, образ украинца, одесские студенты*

Tkhorzhevskia Tetiana *About salo and balalaika, or changes in the image of «typical Ukrainian» in the representations of Odesa students*

The article is devoted to the problem of the variability of ethnic stereotypes as one of the examples of constructing identity. A similar analysis was made possible by comparing the results of two studies – 2006-2007 and 2016-2017 conducted among Odesa students. Methods of projective drawing, open question and ranking of ethnic groups (Bogardus scale) were used. As a result of the research, it became possible to find out that the idea of a «typical Ukrainian» in Odesa students has changed significantly. In particular, we can talk about a significant reduction in the «image of a rural man» in the pictures, which was characteristic of the first of these studies. In addition, the image of a Ukrainian has got rid of negative rice. There was also the disappearance of fat as a marker of self-awareness. Consequently, there was a rapprochement between «the image of a Ukrainian/Ukrainian» and «an image of me».

It is worth noting that awareness of oneself as a member of a social, cultural or ethnic group always takes place in opposition to another. The marker of «championship» and «incomprehensibility» to some extent became an image of a Russian. This is evidenced by the appearance in this image of such elements as «bears», «balalaika». An important result is that the image of Ukrainians has become more consistent, unlike the regional images of «Ukrainians of the East» and «Ukrainians of the West».

Keywords: *identity, mythological perception of the world, ethnic stereotype, image of Ukrainian, Odesa students*

Рецензенти:

Михайлуца М.І., д.і.н., професор

Тригуб О.П., д.і.н., професор

Надійшла до редакції 05.06.2017 р.