

МОДЕЛЬ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК РОЗВИТКУ САМОСВІДОМОСТІ ЯК ЧИННИКА ГРОМАДЯНСЬКОЇ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ МОЛОДІ

О. М. Скар (м. Київ)

Вихідними теоретико-методологічними засадами емпіричного дослідження комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості як чинника громадянської та національної самоідентифікації молоді визначено такі твердження: комунікація є смисловим “відтворенням” суспільства, а смисл – основою комунікативних практик; комунікативні практики репрезентують систему смислів, що визначає образ соціальної реальності загалом та суспільно-політичної зокрема; практики є засобом набуття та репрезентації громадянської та національної ідентичності, механізмом самоідентифікації. Обґрунтовано модель емпіричного дослідження, яка, охоплюючи когнітивний, емоційний та ціннісно-мотиваційний аспекти, утворює трикомпонентну структуру (комунікативні практики самопізнання, практики самоставлень, практики саморегуляції); презентує показники комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості як чинника громадянської та національної самоідентифікації молоді та визначає методи їх вивчення. Обстоюється думка про доцільність залучення ресурсів якісної методології до конструювання інструментарію дослідження.

Ключові слова: комунікативні практики, самосвідомість, ідентичність, національна самоідентифікація, громадянська самоідентифікація, молодь.

Постановка проблеми. Громадянська та національна самоідентифікація молоді є відображенням змін у суспільстві. Громадянська ідентичність (як ядро громадянської самосвідомості) – це своєрідний “барометр” консолідації суспільства, солідаризації громадян та до певної міри – умова цілісності держави. Саме тому увиразненим і зрозумілим є інтерес науковців до дослідження чинників, що сприяють або перешкоджають громадянській та національній самоідентифікації.

Комуникативні практики як механізм самоідентифікації до сьогодні всебічно не вивчалися, та й глибокі наукові політико-психологічні дослідження національної та громадянської самоідентифікації молоді України останнім часом не проводилися, хоч актуальність таких досліджень наразі не викликає сумнівів. Таким чином, нагальним завданням для сучасних науковців, що працюють у галузі соціальної та політичної психології, є створення адекватного та ефективного інструментарію, який би дав змогу здійснити найбільш повне і коректне вивчення досліджуваного предмета.

Мета статті: викласти теоретико-методологічні засади та представити модель емпіричного дослідження комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості як чинника громадянської та національної самоідентифікації молоді.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Перш ніж перейти до представлення моделі емпіричного дослідження, зупинімося коротко на вихідних концептуальних та методологічних положеннях, які й було покладено в її основу.

Аналіз, систематизація та узагальнення наявних у зарубіжній і вітчизняній науковій літературі теорій комунікації, зокрема представлених у соціальних науках, дав нам змогу виокремити засадничі теоретико-методологічні положення, важливі для цього дослідження. А саме: 1) комунікація є процесом спільного творення, відтворення і перетворення “соціальних світів” учасників взаємодії; 2) комунікація – це засіб осмислення власного “Я” та соціального світу; 3) комунікація є смисловим “відтворенням” суспільства, а смисл – основою комунікативних практик; 4) комунікативні практики репрезентують систему смислів, що визначає образ соціальної реальності загалом та суспільно-політичної зокрема [3; 4; 7]. Встановлено також, що існує два основних підходи до розуміння комунікативних практик: 1) як виду соціальних практик, що породжуються габітусом і репрезентують та відтворюють досвід особистості; і 2) як трансформаційних практик, що виникають на межах габітусу, дають змогу переосмислити наявний досвід та “народитися” новим інтерпретаціям, смислам, правилам комунікації [3; 4; 6; 7].

Комуникативні практики, на думку В. А. Сергодєєва, зазвичай базуються на колективному досвіді та спрямовані на підтримання і розвиток комунікації, завдяки чому забезпечується відчуття “спільності” суб’єктів комунікації і водночас зберігаються їхні індивідуальності, що дає змогу суб’єктам досягати власних інструментальних цілей [6] (приміром, щодо віднайдення способів розв’язання актуальних повсякденних завдань і проблем, що турбують громадян, а також способів досягнення власних цілей, потреб та інтересів, налагодження комунікації з іншими членами громади, спільноти).

Як зазначає Н. О. Лук’янова, різнопланові й різноманітні судження, думки, ідеї щодо тих чи тих питань, які “виносяться” на суспільно-політичну “арену”, стають легітимними завдяки *комуникативним практикам*. На думку дослідниці, *громадянське суспільство за допомогою комунікативних практики визначає смисложиттєві орієнтації індивідуальних і колективних суб’єктів* [3].

На основі аналізу основних досліджень і сучасних публікацій, у яких започатковано вивчення, осягнення різних аспектів комунікативних практик (дет. див. [7]), ми додатково виокремили положення, що мають ґрунтовне значення для нашого дослідження: 1) умовою досягнення взаєморозуміння (згоди, консенсусу) між учасниками взаємодії є розгортання комунікативних практик у просторі смислів, що поділяються його учасниками; 2) практики є засобом набуття та репрезентації соціальної ідентичності загалом та громадянської і національної зокрема. На нашу думку, комунікативні практики можна визначити

як спосіб репрезентації та інтерпретації досвіду, настановлень, системи цінностей і норм взаємодії, що дають змогу вибудувати спільне поле смислової взаємодії суб'єктів комунікації. А метою комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості є “формування” адекватного ставлення до себе, наближення до власної суб'єктності.

До *основних ознак комунікативних практик* Н. О. Лук'янова відносить трансперсональність, семіотичну оформленість дискурсів, та ідентичність [3]. *Ідентичність* як ознака комунікативних практик демонструє причетність до “способу життя” певної конкретної групи чи спільноти (зокрема громади, нації, держави) [там само]. Як підкреслюють В. Волков і О. Хархордін, “практики конституюють і відтворюють *ідентичності*” або “розкривають” основні способи соціального існування, можливі в даній культурі і в даний момент історії” (курсив мій. – О. С.) (цит. за: [5]).

Продуктивним у контексті нашого дослідження видається підхід Р. Конелла, який також звертає увагу на процес постійного творення ідентичності завдяки відповідним соціальним практикам і на зустрічний процес видозміни практик під впливом плінних ідентичностей. Схожу позицію займає і М. Гайдеггер, який зауважує, що саме завдяки практикам людина набуває соціальної ідентичності, “самовиробляється” (див. [9]). Практики *сприяють самоідентифікуванню*, є техніками конституювання себе, – вважають М. Фуко, Е. Гуссерль. Так звана “практика себе” реалізується заради наближення до власної суб'єктності. Мета практики – сформувати адекватне ставлення до себе, ствердитись у ролі суб'єкта. Тож процес вибудування, інтерпретації, конструювання особистості розгортається в *комунікативному просторі* [там само].

Відомо, що питання ідентифікації та ідентичності пов'язане з проблемою можливості існування єдиної, послідовної Я-концепції людини, що поєднує різні Я-образи. Тож саме *ідентифікація* в сучасних умовах надлишку Я-образів є *ключовим процесом самовизначення особистості, процесом вибудування ідентичності* [3].

Погоджуюсь також з Н. О. Лук'яною, що в сучасній соціокультурній ситуації та чи інша громадянська (політична) подія, що виражається у різних формах соціальної і політичної участі громадян, передбачає “виклик” ідентичності людини, адекватна відповідь на який дає їй змогу розвивати свої різнобічні здібності й конструювати більш широкий і “об'ємний” погляд на світ, наближатися до власної суб'єктності [там само]. Поділяємо й слушну думку Т. М. Титаренко про те, що практики сприяють пошуку оновлених ідентичностей, дають змогу особистості гнучко реагувати на соціальні зміни [9].

Ми поділяємо також думку щодо того, що соціальна ідентичність як ототожнення людиною себе з тією чи іншою соціальною групою (а точніше – групами) – одна з важливих складових Я-концепції, яка відповідає на питання, *ким є і де є людина як суб'єкт соціальної взаємодії* [1, с. 183]. Комунікація ж і комунікативні практики, через які вона реалізується, у контексті застосування до концепції *соціальної ідентичності* є важливими як *засіб* більш “правдивого”, “чіткого” осмислення свого власного “Я” [там само, с. 190]. До цього додамо, що ми розглядаємо громадянську та національну ідентичності як різновиди ідентичності соціальної, тому важливо коротко зупинитися на базових положеннях, на які відтак ми будемо спиратися в нашому дослідженні.

За визначенням Е. Еріксона, ідентичність – це “самоототожнення”, що має соціально-культурне підґрунтя. Ідентичність пов'язана з ідеологією (“систематизованою сукупністю ідей та ідеалів” (цит. за: [8, с. 45])). Г. Теджфел, автор теорії соціальної ідентичності, визначає її як частину Я-концепції індивіда, яка виникає завдяки усвідомленню свого членства в соціальній групі (або групах) разом з ціннісним та емоційним значенням, що надається цьому членству [там само]. Тут увиразнюються два важливі для нашого дослідження моменти: 1) соціальна ідентичність передбачає знання людини про те, що вона належить до тієї чи іншої групи або груп, та 2) емоційна значущість для неї цього членства. Таким чином, ми спираємося на ідею про те, що соціальна ідентичність загалом та громадянська й національна зокрема – це *самовизначення себе через членство в тих чи інших соціальних спільнотах (когнітивний аспект) та самоставлення* (емоційно-ціннісний аспект).

Напрацювання, що ґрунтуються на концепціях Г. Тежфела, Дж. Тернера та їхніх колег, підтверджують, що в основі соціального сприйняття людини лежить процес категоризації. Ця ідея є важливою, оскільки йдеться, на переконання Л. М. Дробіжевої, про *роль держави у створенні символів та ідеологій*. І саме комунікація “забезпечує” можливість руху і розвитку мовних “кодів”: понять, слів, універсалій, що й виступають засобами трансляції тих чи інших смислів у суспільно-політичному просторі [2]. Громадянський, національний, політичний дискурси наповнюються значеннями та символами в результаті різнонаправлених, різнорівневих комунікацій суб'єктів взаємодії, в процесі яких, з одного боку, відтворюється попередній досвід, настановлення світосприйняття тощо, а з другого – утворюються нові смисли. Очевидно також, що саме держава та її агенти соціалізації мають найбільше можливостей та “... формують комунікаційні коди володарювання та суспільної політичної свідомості” [2]. Водночас вважаємо, що громадяни та громади, як суб'єкти суспільно-політичної взаємодії, мають змогу почасти впливати на утворення й “наповнення” дискурсу громадянської, політичної комунікації. “Індивід, що діє в політичному просторі, пізнає світ, визначає ситуацію й тим самим конструє її разом з іншими суб'єктами в межах чинних політичних традицій, норм та настановлень” [там само]. Тож ідентичність, з одного боку, є “інструментом” орієнтування особистості в соціумі, тоді як з другого – її “результатом” є вибудування особистістю як свого власного образу, так і образу групи (спільноти) до якої вона належить або, навпаки, не належить [1, с. 189].

Отже, ми виходимо з того, що ідентифікацію з групою (спільнотою) правомірно розглядати у трьох площинах: *когнітивній* (знання про власну належність до групи); *ціннісній* (наявність позитивних чи негативних конотацій належності до певної групи або спільноти), та *емоційній* (прийняття або “своїє”, або “чужої” групи на основі двох перших показників) [там само, с. 184].

Виклад основного матеріалу дослідження. Ідентичність є центральним елементом самосвідомості, що пов’язаний із самопізнанням (відповіддю на запитання “Хто я?”), а також з усвідомленням свого місця в системі суспільних відносин. Саме в такому контексті найчастіше використовують термін *самоідентифікація*. Водночас самоідентифікація (самоусвідомлення) людини та презентація себе іншим є важливою умовою комунікації та конструктивної взаємодії людей.

З огляду на мету нашого емпіричного дослідження було також виділено три складові самосвідомості: 1) самопізнання (уявлення про себе); 2) самоствавлення; 3) саморегуляція. Для того щоб коректно й ефективно реалізувати одне з основних завдань дослідження – визначити особливості вияву комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості в молодіжних дискурсах громадянської та національної ідентичності, необхідно передусім розробити *модель емпіричного дослідження та інструментарій*, адекватний меті й завданням нашої роботи. Отож ми виокремили показники комунікативних практик та дібрали адекватні методи їх вивчення, що й знайшло відображення в запропонованій нами моделі (рис.). Охоплюючи когнітивний, емоційний та ціннісно-мотиваційний аспекти, запропонована модель емпіричного дослідження має трикомпонентну структуру, що включає три базові складові: 1) комунікативні практики самопізнання; 2) практики самоствавлення; 3) практики саморегуляції.

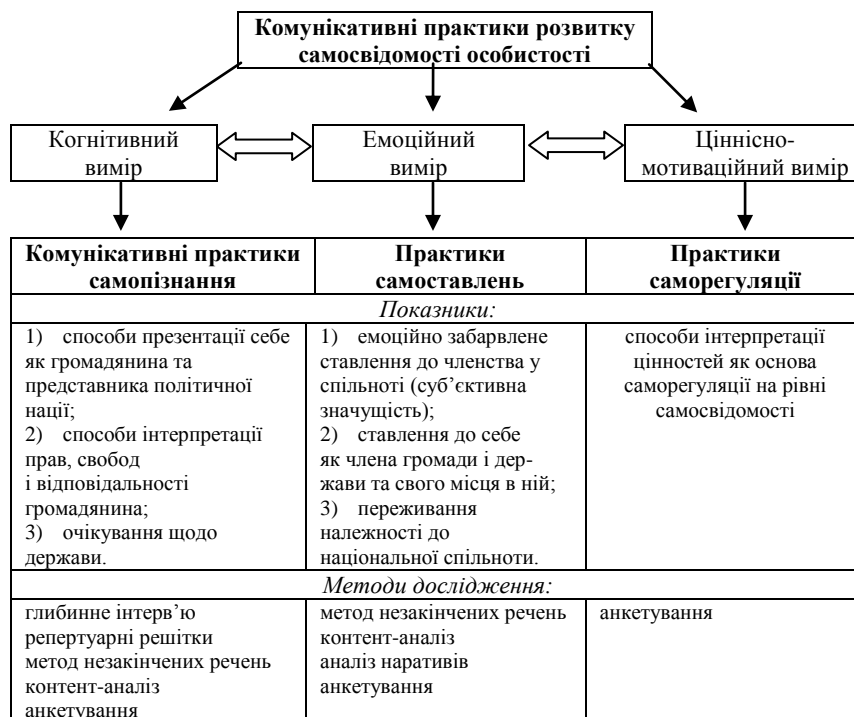


Рис. Модель емпіричного дослідження

Наступним важливим етапом роботи є добирання адекватного *інструментарію* для проведення емпіричного дослідження. Виходячи з мети і завдань нашого емпіричного дослідження та спираючись на представлену вище модель вивчення комунікативних практик розвитку самосвідомості особистості як чинника громадянської та національної самоідентифікації молоді, було сконструйовано відповідний комплекс методик. А саме: на першому етапі (на основі глибинних інтерв’ю) визначалися типові ситуації національної та громадянської самоідентифікації в комунікації та способи комунікації (комунікативні практики) в них; на другому – особливості вияву комунікативних практик у ситуаціях громадянської та національної самопрезентації молоді (“Я як громадянин”, “Я як українець”) (репертуарні решітки); на третьому – добиралися конструкти, представлені в самосвідомості молоді, що описують молодіжний дискурс громадянської та національної ідентичності (методика незакінчених речень). Остання методика актуалізує як усвідомлені, так і малоусвідомлювані аспекти самосвідомості молоді, що стосуються розуміння та відчуття себе як українця і як громадянина, своєї ролі в громаді та державі, розуміння громадянських прав, зобов’язань і відповідальності, ставлення до членства у спільноті та переживання належності до держави і спільноти.

Підкреслимо також, що застосування якісної методології дає змогу отримати масив інформації, що відповідає категоріальному апаратові респондентів, а також дозволяє дібрати, виокремити спектр конструктів, представлених у самосвідомості молоді, що вичерпно описують досліджувану тему. Для нас

важливим було те, що ці конструкти відображають саме дискурс сучасної молоді (її уявлення, переживання, ставлення, очікування, настановлення); вони ніби “промовляють” глибинними мовами респондентів. Вважаємо, що самі варіанти відповідей (зокрема тих, що отримані в результаті застосування розробленої нами спеціально для цього дослідження методики незавершених речень) правомірно розглядати як тематично організовані фрагменти наративів, що вичерпно відображають молодіжний дискурс національної та громадянської ідентичності і дають змогу отримати різнобічні дані про особливості досліджуваного предмета, уточнити і розширити їх. Для обробки отриманих первинних емпіричних даних на цьому етапі дослідження застосовувалися якісний аналіз та контент-аналіз відповідей респондентів.

В апробації інструментарію дослідження загалом взяли участь 130 осіб – студенти київських вишів (Київського національного університету імені Тараса Шевченка та Інституту людини Київського університету імені Бориса Грінченка).

Емпіричним шляхом з'ясовано, що *національна самоідентифікація* (включає самовизначення і самовідчуття) сучасних студентів як представників політичної нації відбувається через самовизначення. Ідеться про: *етно-культурну належність* (повага до національних традицій, звичаїв, культури; спадкоємність і належність; знання й спілкування державною мовою; проживання на території України), *позитивні настановлення щодо своєї політичної нації* (любов до власної країни; гордість за свою історію, країну, людей та оптимістичне бачення майбутнього), *громадянську й особистісну суб'єктність* (діяти на благо своєї держави та людей; бути громадянином, особистістю, суб'єктом свого життя, патріотом). Що ж до *національних само-відчуттів* молоді, то вони розкриваються через: *власне національні почуття* (гордість і гідність; смуток, сум, туга, скорбота; біль; сором; злість і незадоволення; занепокоєння, неспокій і відчай; сумніви та невизначеність) та *відчуття себе в державі* (відповідальність і обов'язок; готовність діяти і патріотизм; зв'язок; незахищеність і об'єктне самоставлення).

Виявлено, що *громадянська самоідентифікація* відбувається через: *номінальне громадянство* (за фактом народження, проживання і громадянства), *етнокультурні ознаки* (повага до українських традицій та їх дотримання, звичаїв; шанування культури; знання мови й історії), *позитивно заряджені емоційні ставлення* до членства в громаді й державі (пишання із свого походження; любов до своєї країни, вболівання за неї; віра в краще майбутнє; повага до свого народу і гордість за нього), *громадянські чесноти* (виконання свого громадянського обов'язку, законослухняність, громадянська відповідальність) та *суб'єктність* (власний внесок, прагнення покращити життя в країні).

Встановлено, що *громадянське самовизначення* студентської молоді відбувається й через усвідомлення зобов'язань: дотримуватися законів держави та етично-моральних норм і правил; бути патріотом та підтримувати національну ідентичність; виконувати обов'язки громадянина; жити, вчитися і працювати на благо країни та людей; бути відповідальним і небайдужим. Водночас бути громадянином для українських студентів означає й “проблемне” життя та негарзди (бути втягнутим у бюрократичну систему; підкорятися безглуздим законам; нелегально працювати; тікати від проблем; жити бідно тощо).

Висновки. На основі аналізу, систематизації та узагальнення отриманих емпіричних даних виявлено:

1) тенденцію до взаємоперетинання, взаємоперехрещення національної та громадянської самоідентифікацій молоді, де об'єднавчими є етнокультурні ознаки і позитивні настановлення щодо власної спільноти. Якщо національна ідентичність більшою мірою акцентує, увиразнює й актуалізує так звані національні почуття і переживання, то громадянська пов'язана передусім з обов'язками, функціями громадянина;

2) тенденцію до “врівноваження” негативно заряджених емоційно-оцінних переживань студентства, пов'язаних із належністю до нації, позитивними. Можна говорити про ознаки амбівалентної національної самоідентифікації сучасної студентської молоді. Разом з тим кількісно-якісний аналіз групи відповідей респондентів, до якої увійшов увесь спектр негативно насичених почуттів, дає підстави говорити про ознаки латентно-позитивної національної самоідентифікації молоді;

3) своєрідний “баланс” на користь переважання гордості за власну політичну націю, що є свідченням відносно високого рівня самоповаги та одним з індикаторів позитивної національної самоідентифікації;

4) особливості громадянського самовизначення через обов'язки: воно є найчастіше узагальнено-абстрактним, декларативно-констатувальним, здебільшого без “розшифровки” змістового наповнення і розуміння їх сутності, неконкретизованим.

Література

1. Андреева Г. М. Психология социального познания / Г. М. Андреева. – М. : Аспект Пресс, 2000. – С. 180–191.
2. Калиновський Ю. Ю. Комунікативно-дискурсивна парадигма у сучасних політичних дослідженнях / Ю. Ю. Калиновський // Сучасне суспільство. – 2012. – Вип. 2. – С. 12–18.
3. Лукьянова Н. А. Признаки коммуникативных практик deliberативной политики / Н. А. Лукьянова // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. – 2014. – № 3 (27). – С. 97–103.
4. Матяш О. И. Что такое коммуникация и нужно ли нам коммуникативное образование / О. И. Матяш // Сибирь. Философия. Образование. – Вып. 6. – 2002. – С. 37–47.
5. Петров А. В. Социальные практики молодежи: механизмы структурирования и идентификации / А. В. Петров // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. – 2006. – № 3. – С. 123–134.

6. Сергодеев В. А. Коммуникативные практики в интернет-сообществах / В. А. Сергодеев // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2014. – Вып. 1 (135). – С. 133–138.
7. Скар О. М. Комунікативні практики розвитку самосвідомості особистості: визначення та підходи до розуміння / О. М. Скар // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей / Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К., 2016. – Вип. 38 (41). – С. 102–112.
8. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности / Г. У. Солдатова. – М. : Смысл, 1998. – 389 с.
9. Титаренко Т. М. Психологічні практики конструювання життя в умовах постмодерної соціальності : монографія / Т. М. Титаренко, О. М. Кочубейник, К. О. Черемних ; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – К. : Міленіум, 2014. – 206 с.

Reference

1. Andreeva, G. M. (2000). *Psikhologiya sotsialnogo poznavaniya* [Psychology of social cognition]. Moscow: Aspect-Press Publ. (rus).
2. Kalynovskyi, Yu. Yu. (2012). Komunikatyvno-dyskursyva paradyhma u suchasnykh politychnykh doslidzhenniakh [Communicative-discursive paradigm in contemporary political research]. *Suchasne suspilstvo* [Modern society], 2, 12–18 (ukr).
3. Lukyanova, N. A. (2014). Priznaki kommunikativnykh praktik deliberativnoy politiki [Signs of communicative practices of deliberative politics]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Announcer of the Tomsk state university. Philosophy. Sociology. Political science], 3 (27), 97–103 (rus).
4. Matyash, O. I. (2002). Chtyo takoe kommunikatsiya i nuzhno li nam kommunikativnoye obrazovaniye [What is communication and whether communicative education needs to us]. *Sibir. Filosofiya. Obrazovaniye* [Siberia. Philosophy. Education], 6, 37–47 (rus).
5. Petrov, A. V. (2006). Sotsialnyye praktiki molodezhi: mekhanizmy strukturirovaniya i identifikatsii [Social practices of young people: mechanisms of structuring and identification]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Sotsiologiya i politologiya* [Announcer of the Moscow University. Sociology and political science], 3, 123–134 (rus).
6. Sergodeev, V. A. (2014). Kommunikativnyye praktiki v internet-soobshchestvakh [Communicative practices are in internet-associations]. *Vestnik Adygeyskogo gosudarstvennogo universiteta* [Announcer of Adygei University], 1 (135), 133–138 (rus).
7. Sknar, O. M. (2016). Komunikatyvni praktyky rozvytku samosvidomosti osobystosti: vyznachennia ta pidkhody do rozuminnia [Communicative practices of the development of person's identity: definition and approaches to understanding]. *Naukovi studii iz sotsialnoi ta politychnoi psykholohii* [Scientific Studies of Social and Political Psychology], 38 (41), 102–112 (ukr).
8. Soldatova, G. U. (1998). *Psikhologiya mezhetnicheskoy napryazhennosti* [Psychology of interethnic tension]. Moscow: Smysl Publ. (rus).
9. Tytarenko, T. M., Kochubeinyk, O. M., Cheremnykh, K. O. (2014). *Psykholohichni praktyky konstruiuvannia zhyttia v umovakh postmodernoi sotsialnosti* [Psychological practices of life's constructing in postmodern sociality]. Kyiv: Milenium Publ. (ukr).

Скар О. Н. Модель эмпирического исследования коммуникативных практик развития самосознания как фактора гражданской и национальной самоидентификации молодежи

Исходными теоретико-методологическими основаниями эмпирического исследования коммуникативных практик развития самосознания личности как фактора гражданской и национальной самоидентификации молодежи определены такие утверждения: коммуникация является смысловым “воспроизведением” общества, а смысл – основой коммуникативных практик; коммуникативные практики репрезентируют систему смыслов, что определяет образ социальной реальности в целом и общественно-политической в частности; практики являются способом приобретения и репрезентации гражданской и национальной идентичности, механизмом самоидентификации. Обосновывается модель эмпирического исследования, которая, охватывая когнитивный, эмоциональный и ценностно-мотивационный аспекты, образует трехкомпонентную структуру (коммуникативные практики самопознания, практики самоотношений, практики саморегуляции); презентует показатели коммуникативных практик развития самосознания личности как фактора гражданской и национальной самоидентификации молодежи и определяет методы их изучения. Обосновывается мнение о целесообразности привлечения ресурсов качественной методологии к конструированию инструментария исследования.

Ключевые слова: коммуникативные практики, самосознание, молодежь, идентичность, национальная самоидентификация, гражданская самоидентификация.

Sknar O. M. The model of empirical research of communicative practices of self-consciousness development as a factor of civic and national self-identification of youth

The initial theoretical and methodological basis for empirical research of communicative practices of self-consciousness development as a factor of civic and national self-identification of youth were the following statements: communication is a semantic “reproduction” of society and sense is a basis of communicative practices; communicative practices represent a system of senses what define image of social reality in whole and social-political in particular; practices are means of acquisition and representation of civic and national identity, a mechanism of self-identification.

The model of empirical research is grounded. It covers cognitive, emotional and value-motivational aspects and forms three-component structure (communicative practices of self-cognition, practices of self-attitude, practices of self-regulation); presents indexes of communicative practices of person's self-consciousness development as a factor of civic and national self-identification of youth and outlines methods of their study. Reasonability of utilization of quality methodology in research construction is emphasized.

Key words: communicative practices, self-consciousness, youth, national self-identification, civic self-identification.