

УДК

ГРОМАДЯНСЬКА ТА НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ У КОМУНІКАТИВНОМУ ДИСКУРСІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Жадан І.В., к.психол.н., с.н.с., зав.лабораторії
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, м. Київ
Чала К.О., ст. викл. каф. психол. та соціальної роботи
*Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського*

У статті представлено результати емпіричного дослідження комунікативних практик як чинника громадянської та національної самоідентифікації студентської молоді. Запропоновано робочі визначення досліджуваних категорій та переліки показників громадянської і національної самоідентифікації.

Ключові слова: громадянська та національна самоідентифікація, комунікативні практики, показники, особливості, факторна модель.

В статье представлены результаты эмпирического исследования коммуникативных практик как фактора гражданской и национальной самоидентификации студенческой молодежи. Предложены рабочие определения исследуемых категорий и определены показатели гражданской и национальной самоидентификации.

Ключевые слова: гражданская и национальная самоидентификация, коммуникативные практики, показатели, особенности, факторная модель.

Zhadan I. V., Chala K.O. Civic and national self-identification in the student communication discourse

The article contains the results of the empirical study focusing on communication practices as a factor of student civic and national self-identification. The authors introduce working definitions and the list of main indicators of civic and national self-identification.

Key words: civic and national self-identification, communication practices, indicators, peculiarities, factor model.

Постановка проблеми. Процеси національної і громадянської ідентифікації, які істотно активізувались в Україні в останні кілька років, породжують нові виклики і запитання, зокрема стосовно чинників, а також можливих і прийнятних моделей та практик ідентифікації. Недостатньо осмисленим залишається і образ бажаного результату цих процесів, тобто уявлення про громадянські чесноти та міру вияву окремих із них (зокрема міру активності). Більше того, наразі бракує навіть типологій громадянської ідентифікації, на основі яких можна було б конструювати інструментарій і проводити констатувальні дослідження. Викладене вказує на суспільну та наукову *актуальність проблеми*, якій присвячена дана стаття.

Метою статті є визначення базових смислів комунікативних практик, що зумовлюють громадянську і національну самоідентифікацію студентської молоді.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі аналізу наукових розвідок щодо соціально-психологічних чинників ідентифікаційних процесів [2,3 та ін.], було висунуто припущення про те, що у постіндустріальному суспільстві одним із найбільш продуктивних чинників самоідентифікації є трансформування комунікативних практик. Потенціал впливу комунікативних практик на самоідентифікування визначається їх здатністю утворювати соціальні реальності та спільноти, у комунікативному просторі яких вибудовується взаєморозуміння; конституювати і відтворювати ідентичності; репрезентувати основні способи соціального існування, можливі у певній культурі у певний час; генерувати (трансформувати, уточнювати, доповнювати) смисли та прийнятні для спільноти способи взаємодії, правила і норми життєдіяльності; конструювати образи бажаного майбутнього у процесі комунікативної взаємодії. Отже комунікативні практики можна визначити як способи цілераціонального відтворення комунікативних відносин, встановлення взаєморозуміння і формування ефективних поведінкових моделей, застосовуючи які суб'єкт конструює власні смисли, визначає і обґрунтовує свою приналежність до соціокультурної спільноти, відтак самоідентифікується. Слід зауважити, що йдеться саме про цілі і уявлення щодо раціональності та критерії ефективності поведінкових моделей безпосередніх учасників комунікативної взаємодії, а отже відтворювані дискурсом комунікативні практики з точки зору інших людей і спільнот можуть оцінюватись зовсім інакше, вважатись ірраціональними, неефективними тощо.

Грунтуючись на методології конструктивно-дискурсивного підходу нами були сформульовані *базові положення дослідження* комунікативних практик як чинника національної та громадянської самоідентифікації молоді [1, с.3-11].

З огляду на різноманіття дефініцій громадянської та національної ідентифікації та у зв'язку з необхідністю операціоналізації понять для

подальшого емпіричного пошуку нами було запропоновано робочі визначення та переліки основних показників громадянської і національної самоідентифікації, на основі яких на наступному етапі дослідження був розроблений інструментарій.

Громадянську самоідентифікацію визначено як усвідомлення особистістю своєї приналежності до спільноти, члени якої готові і здатні до обстоювання своїх інтересів у відповідальній, конструктивній соціальній взаємодії. До показників громадянської само ідентифікації віднесено: громадянську суб'єктність, локус контролю соціальної відповідальності, потребу у свободі, практики громадянської взаємодії, можливі «Я» суб'єкта громадянської взаємодії та стратегії їх досягнення, моделі громадянської активності, сенси (цілі) громадянства, інтегрованість у громадянську спільноту, часову орієнтацію, дистанційованість влади.

Згідно запропонованого визначення та обраних емпіричних показників громадянська самоідентифікація постає як процес усвідомлення суб'єктом власної потреби, готовності і спроможності визначати цілі і цінності, обирати міру і форми своєї активності задля забезпечення своїх інтересів та інтересів спільноти. Чим вищим є рівень громадянської ідентифікації, тим більше вона відрефлексована, усвідомлена, раціональна.

За ознакою способу використання знаку [6] у комунікативних практиках ми виділили чотири рівні самоідентифікації, на кожному з яких знак використовується як засіб: 1) позначення ідентичності, 2) символічного її осмислення, 3) конструювання категорій і ідеалів, з якими особа себе ідентифікує, 4) конструювання умов і правил перетворення реальності.

Національну самоідентифікацію в межах даного дослідження визначено як усвідомлення особою приналежності до політичної нації – соціокультурної спільноти, що має свій досвід державності, традиції, міфи і символіку, спільні цінності і очікування щодо майбутнього. Серед показників, за якими оцінюється рівень національної само ідентифікації – переживання, пов'язані з усвідомленням приналежності до української політичної нації; образ минулого,

теперішнього і майбутнього української державності; уявлення про цінність держави; міфи і символи держави; само проектування в своє майбутнє у своїй державі; потреби у цінностях свободи і правової держави, прагнення до регламентованості; образ геополітичного позиціонування держави; інтегрованість до політичної нації.

Вже із запропонованих переліків показників стає зрозуміло, що громадянська самоідентифікація представлена переважно раціональними і порівняно легко вимірюваними показниками, тоді як національна – більш емоційними і складно вимірюваними, що зумовлює певні труднощі при конструюванні інструментарію для дослідження національної самоідентифікації.

На наступному етапі дослідження був розроблений емпіричний інструментарій, із застосуванням якого проведене дослідження особливостей комунікативного дискурсу громадянської і національної самоідентифікації студентської молоді.

У даній статті представлено два його епізоди, а саме: 1) результати дослідження особливостей практик громадянської та національної самоідентифікації за *методикою семантичного диференціалу* (у авторській модифікації), яку активно застосовують для вивчення поведінки, соціальних настановлень та особистісних смислів, і 2) результати, отримані за методикою «Хто Я?» (М. Куна і Т. Макпартленда у модифікації Т.В.Румянцевої), що застосовувалась нами для виявлення місця громадянської та національної самоідентифікації у соціальній ідентифікації студентської молоді.

Вимірюваними об'єктами у дослідженні за методикою СД були судження-індикатори вказаних вище показників (всього 37 суджень). Оцінювання здійснювалось за біполярною семибальною шкалою.

У опитуванні взяли участь 250 студентів ВНЗ – по 50 осіб з 5 регіонів України (центрального, західного, східного, північного і південного).

Після попередньої статистичної обробки масиву отриманих даних був проведений факторний аналіз і побудована шестифакторна модель, що

відображає структурування практик громадянської і національної самоідентифікації студентської молоді у просторі комунікативної взаємодії. Аналіз показників отриманої моделі дає змогу скласти уявлення про базові смисли комунікативних практик студентства, які зумовлюють самоідентифікування молоді.

Перший фактор (загальний внесок у сумарну дисперсію 12,7%), названий нами фактором *громадянської суб'єктності*, вказує на те, що комунікативна взаємодія студентської молоді вибудовується, насамперед, навколо смислів, що репрезентують ціннісне ставлення до громадянськості та громадянської активності. Більше третини респондентів переконані, що громадянство – це лише фіксація факту народження і проживання у країні, а громадянська самоідентифікація взагалі не є ознакою зрілості особистості. Кожен десятий не має однозначної думки щодо того, чи варто всім виявляти громадянську активність, ще близько 28% опитаних переконані, що це мають робити лише ті, хто має таку потребу. При цьому більше 22% респондентів не впевнені у тому, що майбутнє держави якимось пов'язане з самоідентифікацією її громадян, а 37% – взагалі не погоджуються з думкою про існування такої залежності.

Другий фактор (загальний внесок у сумарну дисперсію 8,0%) поєднує комунікативні практики, спрямовані на визначення (окреслення, осмислення тощо) *сенсів (цілей) громадянської само ідентифікації*. Переважна більшість респондентів (64,4%), щоправда з різною мірою впевненості, погоджуються з думкою, що сенс громадянської активності полягає у забезпеченні прав людини та політичних прав і свобод. Майже 71% опитаних сенс громадянської само ідентифікації вбачають у спільному контролі влади і більше 81% студентів – у можливості впливати на прийняття важливих державних рішень. Близько 70% респондентів прагнуть до самостійного прийняття рішень і розглядають громадянську само ідентифікацію як ресурс такої свободи.

Третій фактор (загальний внесок у сумарну дисперсію 7,0%) поєднує комунікативні практики, які репрезентують *інструментальну функцію само*

ідентифікації, У фокусі комунікації – доволі різноманітна проблематика, а відтак і оцінки громадянської самоідентифікації як інструменту вирішення соціальних проблем неоднозначні. Так, уявлення респондентів про ідентифікацію як інструмент спрощення сприймання та оцінювання інформації виявились суперечливими – кількість тих, хто погоджуються з цією тезою (36%), майже така ж, як і кількість тих, хто не погоджується (33%). Водночас більше 54% опитаних скоріше погоджуються з тим, що громадянська ідентифікація – це основа виникнення великої кількості груп за інтересами, що не сприяє єдності у державі. Більше 72% опитаних готові відмовитись від контролю прийняття владних рішень у обмін на постійне відчуття того, що про них піклуються. У той же час більше половини студентів (53%) не готові відмовитись від прав і свобод заради порядку і стабільності. Майже 63% респондентів пов'язують свої очікування щодо змін життя на краще з центральною владою, що навряд чи мотивує до громадянської участі, адже виявляється вона, насамперед, при вирішенні проблем місцевих та регіональних громад.

Четвертий фактор (загальний внесок у сумарну дисперсію 4,8%) репрезентує комунікативні практики, пов'язані з визначенням *політичного вектору самоідентифікації*. Більше 56% опитаних схиляються до вибору з орієнтацією на лідера політичної сили. 44% студентів скоріше погоджуються з тим, що підтримувати слід ті політичні сили, які вже мають досвід управління державою і користуються довірою людей (33% дотримуються протилежної думки). 40% респондентів покладають відповідальність за все, що відбувається в державі, на владу, щоправда 43% опитаних з цим не погоджуються. Більш одностайні студенти у виборі між політичними силами, орієнтованими на революційний чи еволюційний шлях перетворень – 65% респондентів підтримують тих, хто має програму поступових перетворень.

П'ятий фактор (із загальним внеском у сумарну дисперсію 4,3%), названий *національна самоідентифікація*, вказує на присутність у комунікативному просторі переживань, пов'язаних з приналежністю до

Батьківщини – рідного дому, друзів з дитинства, звичаїв і традицій, країни і народу, природи рідного краю. Такого роду смисли представлені у практиках близько 70% респондентів і лише 15% опитаних стверджують, що ці теми у їхній комунікації відсутні. До цього фактору увійшло також судження щодо шляхів бажаних змін у державі. Йдеться про маленькі справи у місцевих громадах, з яких, на переконання 70% респондентів, починаються зміни на краще. І це, до певної міри, суперечить останній позиції третього фактору, де молодь пов'язує перспективи розвитку з активністю центральної влади. Ймовірно, це пояснюється браком віри у власну спроможність і готовність місцевих громад до спільної активності.

Шостий фактор (загальний внесок у сумарну дисперсію 4,2%) репрезентує практики *регіональної самоідентифікації*. Більше 40% опитаних, вибудовуючи комунікацію, виходять з того, що прагнення і цінності людей у їхньому регіоні істотно відрізняються від тих, що притаманні людям в інших регіонах (протилежної позиції дотримуються 37,5% респондентів). Водночас майже 48% студентів переконані у тому, що відмінності цінностей і прагнень жителів різних регіонів нашої країни не такі істотні, як вважають політики (погоджуються з думкою політиків близько 31% опитаних).

Узагальнивши викладене можна скласти *уявлення про особливості комунікативних практик студентства*, що зумовлюють громадянську і національну самоідентифікацію. Насамперед слід відзначити, що смисли, які транслуються молоддю у процесі комунікації, репрезентують скоріше низький рівень громадянської суб'єктності, яка у нашій теоретичній моделі є визначальною для громадянської самоідентифікації.

У комунікативних практиках студентської молоді бракує тем, а відтак і смислів, які репрезентують значущість ідентифікації для майбутнього держави і спільноти. Загалом адекватно оцінюючи сенси громадянської самоідентифікації, молодь зосереджує увагу переважно на особистісних її цілях (забезпечення прав і свобод, контроль прийняття державних рішень, розширення власних можливостей для прийняття рішень). І це було б

прийнятним, коли б досягнення своїх цілей респонденти вважали власним завданням і були орієнтовані на залучення ресурсів громадянської самоідентифікації спільноти для досягнення бажаного майбутнього. Але ж молодь не розглядає громадянську само ідентифікацію як інструмент розвитку спільноти і ресурс змін на краще. Ресурси громадянської ідентичності молодь схильна недооцінювати, або ж акцентувати увагу на ймовірних негативних моментах само ідентифікації.

Усвідомлюючи те, що зміни починаються з маленьких справ у місцевих громадах, молодь воліє делегувати відповідальність і покладати сподівання на центральну владу. Політичний вектор ідентифікації студентства визначається патерналістськими настановами. Практики вибору з орієнтацією на лідера, обрання відомих політичних сил, які вже мають досвід управління державою – це ознаки дистанціювання від влади. На користь такого припущення свідчить і готовність семи з десяти опитаних відмовитись від контролю влади у обмін на відчуття того, що про них піклуються.

Практики національної самоідентифікації, представлені у отриманій моделі п'ятим фактором, не суперечливі, хоч базові смисли національної ідентичності артикульовані дещо схематично. Практики ж регіональної само ідентифікації (шостий фактор) представлені значно конкретніше і більш конфронтаційно.

Результати дослідження особливостей соціальних ідентифікацій молоді, отримані за методикою «Хто Я?» (М. Куна і Т. Макпартленда у модифікації Т.В.Румянцевої), доповнюють результати факторного аналізу. Зі зрозумілих причин ми будемо обговорювати лише ті дані, які стосуються завдань нашого дослідження. З цієї позиції окремий інтерес для нас становлять особливості рефлексивних проявів респондентів, адже саморефлексія входить до переліку атрибутивних характеристик суб'єктності і виступає показником її розвитку [4]. Згідно запропонованої авторами методики шкали [5] високий рівень рефлексії при виконанні тесту показали 46% респондентів, низький – 11%. Ідентифікаційні характеристики респондентів у переважній більшості

відповідають теперішньому часу, а частка тих, що пов'язані з перспективами, побажаннями, намірами, мріями, що стосуються різних аспектів життя становить лише 1,7%. Незважаючи на позитивну валентність ідентичності (позитивні характеристики переважають над негативними), що вказує на самоприйняття, нікчемно мала частка характеристик, спрямованих на життєву перспективу, не дає підстав говорити про якийсь рівень особистісної зрілості переважної більшості респондентів.

Аналіз психолінгвістичного аспекту ідентичності дає змогу зробити висновок про недостатню впевненість у собі та низьку оцінку своєї ефективності більшості респондентів, позаяк у характеристиках майже відсутні дієслова. Молодь емоційна і прагне визначеності (кількість іменників і прикметників майже однакова).

Ідентифікаційні характеристики, які, відповідно до теоретичної моделі дослідження, можна віднести до показників громадянської самоідентифікації, присутні у тестах 36,5% респондентів. 28,6% опитаних вказують на свою національну приналежність, при цьому йдеться виключно про етнонаціональні особливості (наприклад: «я українка», «маю польське коріння», «за національністю я єврейка» тощо). 7% респондентів вказують на свою регіональну приналежність.

Підсумовуючи аналіз результатів тестування за методикою «Хто Я?» можна констатувати, що показники значущих для громадянської суб'єктності характеристик (рівень особистісної зрілості, рівень рефлексії, часова спрямованість, рівень емоційності, самоефективність, ставлення до невизначеності) доволі низькі. А отже громадянська самоідентифікація переважної більшості респондентів не сягає рівня конструювання смислів, залишаючись на рівні протоідентичності (знакової репрезентації) або, у кращому разі, на рівні інтерпретації смислів [6].

Загальні висновки.

1. Отримана емпіричним шляхом факторна модель відповідає запропонованій теоретичній моделі самоідентифікаційних процесів і дає змогу скласти уявлення про базові смисли громадянської та національної ідентифікації, репрезентовані комунікативними практиками студентської молоді.

2. Громадянська самоідентифікація респондентів зумовлюється, насамперед, практиками, що транслюють смисли громадянської суб'єктності, характерні для другого, а почасти й першого рівня само ідентифікації – молодь лише намагається рефлексувати ціннісні аспекти громадянськості, при цьому детермінація активності переважно зовнішня.

З попередньо визначених у теоретичній моделі показників громадянської самоідентифікації найбільше артикульованими у комунікативних практиках студентства виявились потреба у свободі та сенси (цілі) громадянської активності, щоправда радше на рівні уявлень, а ніж усвідомлення чи інтеріоризації.

Локус контролю соціальної відповідальності молоді невизначений: у комунікативних практиках артикульються різновекторні позиції, при цьому більшість респондентів звинувачують в усьому владу, а у політичному виборі орієнтовані на лідера і відомі політичні сили.

Найменш артикульованими у комунікативних практиках виявились інструментальні аспекти громадянської ідентичності (зокрема, недостатньо відрефлексованим залишається розвивальний потенціал самоідентифікації) та відмінності у моделях громадянської взаємодії.

3. Національна само ідентифікація у переважній більшості випадків постає як етнонаціональна. Тема приналежності до політичної нації у комунікативних практиках студентства скоріше не представлена. Часова перспектива репрезентована особистісними (професія, родина) та рольовими цілями, теми минулого і майбутнього державності, її цінності у комунікативному просторі не актуалізовані.

4. Більш виразно, ніж національна само ідентифікація, представлені у комунікативних практиках смисли регіональної ідентичності. Це, насамперед, переживання відмінностей у цінностях та потребах громадян різних регіонів країни. І хоч більшість опитаних не схильні перебільшувати регіональні відмінності, як роблять це політики, смисли регіональної ідентичності потребують докладнішого вивчення, адже, з одного боку, вони можуть гальмувати процеси національної самоідентифікації, а з другого – стати основою для самоідентифікації молоді як активних учасників громадянської взаємодії у місцевих громадах.

Література

1. Жадан І.В. Комунікативні практики як чинник громадянської і національної само ідентифікації: теоретико-методологічні засади дослідження/ І.В.Жадан// Проблеми політичної психології: зб.наук.праць/Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України.–К.: Міленіум, 2016. – Вип.3(17).– 256с.
2. Стриганкова Е.Ю. Коммуникация и социализация в формирующемся информационном обществе: социально-философская рефлексия процессов взаимодействия / Е. Ю. Стриганкова // Вестник Поволжской академии государственной службы. - 2014. - № 3. - С. 116-123.
3. Маричева А.В. Дискурсивные аспекты конституирования субъектности личности/ А.В. Маричева// Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць Кам'янець-Подільського національного університету імені Івана Огієнка, Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України / За ред. С.Д. Максименка, Л.А. Онуфрієвої. – Вип. 24. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2014. – С.511-520.
4. Фуко М. Герменевтика субъекта: Курс лекций, прочитанных в Коллеж де Франс в 1981-1982 учебном году. СПб: Наука, 2007. – 677с.
5. Тест Куна. Тест «Кто Я?» (М.Кун, Т.Макпартленд; модификация Т.В.Румянцевой) / Румянцева Т.В. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре – СПб., 2006. С.82-103.

6. Колотаев В.А., Улыбина Е.В. Стадиальная модель развития идентичности (на примере киноискусства) / В.А. Колотаев, Е.В.Улыбина // Психология. Журнал Высшей школы экономики. М., 2011.Т.8, №1. С.3–26.