

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ

Інститут соціальної та політичної психології

**СТРАТЕГІЇ ТА ТЕХНОЛОГІЇ АКТИВІЗАЦІЇ
САМОІДЕНТИФІКУВАННЯ МОЛОДІ**

(Методичний посібник)

І.В.Остапенко

Київ – 2018

УДК 159.9.923.2:5

О 76

Рекомендовано до друку Вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України,
Протокол № 12/13 від 01 листопада 2018 року

Рецензенти:

А. Б. Коваленко, доктор психологічних наук;

В. М. Духневич, кандидат психологічних наук

Остапенко І. В. Стратегії та технології активізації самоідентифікування молоді : методичний посібник / І. В. Остапенко ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології.

У методичному посібнику визначено проблеми та стратегії активізації процесів національної та громадянської самоідентифікації молоді. Описано потенціал комунікації як чинника національного та громадянського самоідентифікування молоді. Представлено результати емпіричних досліджень особливостей прояву бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації молоді в різних підсистемах соціальної взаємодії. Запропоновано програму соціально-психологічного тренінгу активізації самоідентифікування молоді.

Методичний посібник адресований викладачам психології вищих навчальних закладів, науковцям-психологам, аспірантам та студентам, фахівцям у галузі освіти – вчителям, практичним психологам.

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1.	НАЦІОНАЛЬНА ТА ГРОМАДЯНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	5
1.1.	Основні підходи до вивчення особливостей національної та громадянської ідентичності молоді.....	5
1.2.	Методи та методики дослідження особливостей національної та громадянської ідентичності молоді	14
РОЗДІЛ 2.	ДІАГНОСТИКА БАР'ЄРІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА ГРОМАДЯНСЬКОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ МОЛОДІ.....	35
2.1.	Бар'єри національної та громадянської самоідентифікації молоді.....	35
2.2.	Особливості прояву бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації молоді в різних підсистемах соціальної взаємодії.....	44
РОЗДІЛ 3.	СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ РЕСУРСИ АКТИВІЗАЦІЇ САМОІДЕНТИФІКУВАННЯ МОЛОДІ	49
3.1.	Стратегії та технології активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді в умовах тренінгу.....	49
3.2.	Комікс як діагностичний інструмент і засіб активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді	69
3.3.	Веб-квест як метод активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді	77
ЗАКЛЮЧНЕ СЛОВО	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....		86
ДОДАТКИ.....		96

ВСТУП

В останні роки проблема становлення національної та громадянської ідентичності набуває особливої актуальності в Україні. Інтерес до цієї проблеми проявляють представники багатьох наук (філософи, політологи, соціологи, психологи), які намагаються в різний спосіб підходити до її розв'язання. Відтак ця проблема має міждисциплінарний характер і науковці акцентують увагу на різних явищах і процесах, пов'язаних з ідентичністю.

Основна увага дослідників прикута до визначення чинників становлення національної та громадянської ідентичності, встановлення тенденцій змін в уявленнях українців про себе як представників політичної нації та громадян, вивчення регіональних та вікових відмінностей у формуванні національної та громадянської ідентичності. У межах цієї проблематики досліджується специфіка соціальних репрезентацій українців в контексті національної та громадянської ідентичності, визначаються бар'єри формування національної та громадянської ідентичності, ведеться пошук сучасних технологій та методів активізації самоідентифікування. Особлива увага приділяється виявленню специфіки національної та громадянської самоідентифікації молоді.

Усвідомлюючи важливість даної проблеми, ми пропонуємо власний погляд на стратегії, технології та методи активізації самоідентифікування молоді.

РОЗДІЛ 1.

НАЦІОНАЛЬНА ТА ГРОМАДЯНСЬКА ІДЕНТИЧНІСТЬ: ПРОБЛЕМИ ТА МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Основні підходи до вивчення особливостей національної та громадянської ідентичності молоді

Вивчення особливостей становлення національної та громадянської ідентичності є важливим напрямом сучасних психологічних досліджень. Предметом уваги дослідників стають різні аспекти зазначеної проблеми.

Одні науковці зосереджуються на виокремленні певних типів національної та громадянської ідентичності та чинників їх розвитку (Н. Паніна, Н. Хазратова) [31;66]; інші концентруються на виявленні сучасних пріоритетів у формуванні національної та громадянської ідентичності (Л. Нагорна) [24] або на вивченні проявів етнічності в контексті національно-державної ідентифікації (Л. Аза) [1].

Деякі автори намагаються аналізувати динаміку розвитку національної ідентичності та визначати регіональні особливості її прояву (Т. Воропаєва) [9], вивчають вплив трансформації комунікативних практик на національну та громадянську самоідентифікацію (І. Жадан) [15], наполягають на необхідності осмислення нової національної та громадянської ідентичності через аналіз кризи попередніх ідентичностей (О. Майборода, М. Маринович) [19;20].

Не дивлячись на розмаїття існуючих напрямів досліджень, цей перелік не можна вважати вичерпаним. Одним з можливих та перспективних напрямів досліджень може бути пошук стратегій активізації процесів національної та громадянської самоідентифікації молоді. З нашої точки зору, розпочинати цей пошук варто з визначення теоретико-методологічної бази, що потребує ретельного аналізу існуючих підходів до вивчення проблем становлення національної та громадянської ідентичності.

Особливий внесок в розробку проблем ідентичності було зроблено представниками психоаналітичного підходу. Саме засновником психоаналізу З. Фрейдом було вперше введено поняття ідентифікація в психологічну науку. У своїх працях З. Фрейд розглядав ідентифікацію як несвідомий процес наслідування, один з механізмів психологічного захисту особистості, а також як один із чинників формування морально-етичної регуляції, яка відбувається через привласнення людиною зразків і схем поведінки в суспільстві [64].

Ці ідеї були творчо розвинуті в епігенетичній концепції розвитку особистості Е. Еріксона. На його думку, ідентичність формується в процесі соціалізації особистості, тобто ідентичність – це соціалізована частина «Я». Він розумів ідентичність як суб'єктивне відчуття тотожності і цілісності, здатності долати внутрішні конфлікти. Почуття ідентичності, за Е. Еріксоном, народжується шляхом поступової інтеграції всіх ідентифікацій, тобто всіх соціально значущих моделей, звичок, рис характеру, занять, ідеалів реальних або вигаданих людей. Разом з тим, на думку науковця, «ідентичність – це не певна незмінна, раз і назавжди отримана чи успадкована характеристика особистості, а навпаки, її природа – процесуальна та динамічна». [68, с. 324].

Саме тому нас цікавить саме процес самоідентифікації, сутність якого полягає у формуванні уявлень про себе самого як про самототожню, цілісну та унікальну особистість. Ідентичність формується в умовах певного символічного культурного середовища і необхідною умовою її становлення є співвіднесення себе з певною соціокультурною спільнотою та протиставлення іншій спільноті. Самоідентифікація стає можливою за умови усвідомлення не тільки зовнішніх відмінностей від інших, але й відмінності в культурно-інформаційному відношенні, що відбувається в ході засвоєння цінностей та норм певної соціокультурної спільноти.

В умовах традиційного суспільства самоідентифікація не викликала особливих труднощів, бо мала місце незмінна належність людини до певної

групи. В інформаційному суспільстві самоідентифікація стає все більш складнодетермінованим процесом. Відбувається конкуренція національних та глобальних комунікативно-дискурсивних практик та цінностей. Якщо у індустріальному та частково постіндустріальному суспільствах більшість людей позиціонували себе тільки в межах національного соціального простору, то в інформаційному суспільстві під впливом глобалізаційних процесів відбувається «розширення ідентичності» за рахунок сприйняття загальноцивілізаційних цінностей.

Найбільш ґрунтовно ці та інші аспекти проблеми формування ідентичності розроблялись в соціальній психології.

Представниками символічного інтеракціонізму (G. H. Mead, H. Blumer, Ch. H. Cooley, E. Goffman) в структурі ідентичності було виокремлено особистісну та соціальну складові, які відображають співвідношення соціальної детермінації ідентичності та самодетермінації особистості [5;10;74;80]. В межах даного підходу набуття ідентичності розглядається з позицій рольових теорій.

Згідно поглядам Дж. Г. Міда та Г. Блумера ідентичність формується в процесі соціалізації за рахунок індивідуальної активності (в формі «play») та взаємодії з соціальним оточенням (в формі «game») [5;80].

При цьому, на думку Ч. Кулі, визначальний вплив на формування ідентичності має соціальна взаємодія, а основним механізмом даного процесу визнається контроль «узагальненого іншого» [74].

Розгорнута інтерпретація процесу набуття ідентичності надається в працях представника другого покоління чиказької школи символічного інтеракціонізму І. Гофмана [10]. Він аналізує процес набуття ідентичності в межах мікросоціологічної концепції та концепції соціальної драматургії. На думку І. Гофмана, соціальна ідентичність створюється й підтримується завдяки постійним повторенням поведінкових схем, які відбуваються в групі, – так звана «політика ідентичності» [10].

Таким чином, вплив соціального середовища визнається визначальним щодо формування ідентичності. При цьому надзвичайно важлива роль відводиться мікросоціальному оточенню, яке є тією аудиторією, перед якою людина примірює на себе різні соціальні ролі як актор. Саме тут відбувається становлення соціальної (віртуальної, реальної) та персональної ідентичності. Особливо це стосується персональної ідентичності, яка є частиною соціальної ідентичності і визначається автором як віднесення індивіда до певної категорії людей (з огляду на набір його ролей, соціальну інформацію та символи, через які вона проявляється). Ключем до розуміння особливостей формування ідентичності визнається вивчення вербальних і невербальних проявів поведінки людини у повсякденному житті [10].

Дещо інакше природу процесів становлення та формування ідентичності розглядають представники соціального конструкціонізму. На думку представників даного підходу П. Бергера (Peter Berger) та Т. Лукмана (Thomas Luckmann), ідентичність формується в соціальній взаємодії: «Одного разу сформувавшись, вона підтримується, видозмінюється чи навіть перетворюється соціальними стосунками». Соціальні процеси, пов'язані з формуванням та підтриманням ідентичності, визначаються соціальною структурою» [4].

П. Бергер та Т. Лукман вважають, що людина біологічно запрограмована конструювати світ, в якому вона живе з іншими, і не може адекватно сприйматися без соціального контексту. Ідентичність так чи інакше визначається та формується в культурному середовищі [4].

Схожої точки зору дотримується і представниця конструктивістського підходу Н. Фрезер (Nancy Fraser), яка відома своєю послідовною критикою «політики ідентичності». Вона також наголошувала на значущості впливу суспільства на формування ідентичності. «Соціальні ідентичності являють собою комплекси значень та системи репрезентацій. Володіти соціальною ідентичністю означає жити і діяти згідно з тією чи іншою системою принципів. Ці принципи походять від інтерпретативних здібностей,

властивих акторам у конкретних суспільствах», – вважає дослідниця [75, с. 53].

Вагомий внесок в розвиток даної проблематики було зроблено представниками теорії соціальної ідентичності (Н Tajfel, J. Turner, Н. Giles) [86;87;88]. Г. Теджфелом поняття соціальної ідентичності характеризується як уявлення індивіда про себе, виникнення якого зумовлене знанням про членство в соціальній групі (або групах), а також цінністю та емоційною значущістю, що надавалися цьому членству. Люди прагнуть до позитивної ідентичності, тому в них виникає велика мотивація позитивно оцінювати свою групу [86].

На думку представників даного підходу, в процесі набуття позитивної ідентичності особистість прагне покращити репутацію власної групи або (коли це є неможливим) здійснити перехід в іншу групу. При цьому можуть виникати бар'єри, які заважають такому переходу. Їх подолання та досягнення позитивної соціальної ідентичності можливе завдяки реалізації низки стратегій, таких як: індивідуальна мобільність, соціальна креативність, соціальна конкуренція або колективний нарцисизм [86;88].

У контексті розуміння сутності соціальних ідентичностей (до яких відносять національну та громадянську) дискутуються питання ознак (рис) кожної з них. Більшість дослідників виокремлюють такі основні риси національної ідентичності: 1) усвідомлення своєї приналежності до держави; 2) історична територія; 3) спільна історична пам'ять та міфологія; 4) спільна масова, громадська культура; 5) національна ідея та символіка.

Відомий британський дослідник феноменів нації та націоналізму Ентоні Сміт (Anthony Smith) визначав, що національна ідентичність за самою своєю суттю багатовимірна, її ніколи не можна звести до єдиного елемента і не можна легко або швидко прищепити особистості з допомогою штучних засобів, адже нація – це, насамперед, культурні й політичні зв'язки, що об'єднують у єдину політичну спільноту всіх, хто має спільну історичну культуру та батьківщину [43].

На думку Е. Сміта, нація покликана також розвивати соціальні зв'язки між індивідами та класами, створюючи набір спільних цінностей, символів і традицій. Почуття національної ідентичності стає могутнім засобом самовизначення й самоорієнтації індивіда у світі крізь призму колективної особистості та своєї самобутньої культури [43].

Представниками дискурсивно-історичного підходу – Р. Водак (Ruth Wodak), Р.де Сілья (Rudolf De Cillia), М. Рейсіглу (Martin Reisingl) та К. Лібхарт (Karin Liebhart) – національна ідентичність визначається як комплекс загальних ідей, концептів чи схем сприймання а) емоційних оцінок, що поділяються членами однієї великої групи; б) загальних поведінкових настанов; в) того, що засвоюється індивідом в процесі соціалізації [90].

При цьому, національна ідентичність може формуватись як пасивно (коли держава формує всеохоплюючий контекст нашого існування, створюючи соціальні інститути, засоби масової інформації, провадячи мовну політику), так і активно (коли впливові національні лідери, що є джерелом влади, цілеспрямовано впливають на націю) [90].

На думку Е. Холла, дискурсивне конструювання націй та національної ідентичності завжди йде нога в ногу з конструюванням комплексу відмінних, унікальних рис [76].

Водночас представники даного підходу вважають, що національна ідентичність характеризується динамічністю та непостійністю. «Національні ідентичності не є абсолютно стійкими, стабільними, незмінними. Навпаки, вони розуміються як сутності динамічні, «тендітні», схильні до змін та такі, що часто мають не пов'язані елементи», – зазначають Р. Водак, Р.де Сілья, М. Рейсігл [90].

На думку автора теорії комунікативної дії Ю. Хабермаса (Jürgen Habermas), значення поняття «нація» змінювалося до набуття нового змісту – «чогось такого, що відіграє засадничу роль у визначенні політичної ідентичності громадянина за демократичного політичного устрою. Нація громадян виводить свою ідентичність не із спільних етнічних і культурних

особливостей, а радше з практики громадян, які активно реалізують свої громадянські права» [65].

Таким чином, автор не тільки розкриває взаємозв'язок між різними видами ідентичності (політична, національна, громадянська), але й окреслює перспективний напрям дослідження громадянської ідентичності через аналіз широкого кола суспільних практик.

Науковцями було здійснено чимало спроб конкретизувати поняття громадянська ідентичність, завдяки чому з'явилась низка цікавих підходів. Так, у дослідженнях Т. Водолажської громадянська ідентичність визначається через реалізацію однієї з базових потреб особистості в належності до групи [8]. Схожий, але більш загальний погляд на громадянську ідентичність представлено в працях О. Асмолова, який розглядає поняття «громадянська ідентичність» як усвідомлення особистістю своєї належності до спільноти громадян певної держави на загальнокультурній основі» [2]. Більш розгорнута інтерпретація даного поняття пропонується в працях М. Юшина, який розглядає громадянську ідентичність як тотожність особистості статусу громадянина, як оцінку особистістю свого громадянського стану, готовність та здатність виконувати та нести відповідальність як громадянин, і водночас, користуватися правами, приймати активну участь в житті держави [69].

Р. Шикова намагається розкрити зміст поняття громадянська ідентичність через аналіз її ролі та функцій в структурі соціальної ідентичності. Громадянська ідентичність розглядається дослідницею як структурний компонент соціальної ідентичності та визначається як результат процесу самоототожнення суб'єкта з соціальними групами на когнітивному та емоційному рівнях [67].

На необхідності розгляду самоідентифікації на різних рівнях наголошують й інші психологи, які розкривають в свої працях структуру ідентичності.

Так, наприклад, Т. Яблонська виокремлює в структурі ідентичності когнітивну, емоційну та конативну сфери. Зокрема, до когнітивної сфери ідентичності відноситься образ Я та Я-концепція. До емоційної сфери ідентичності відносяться переживання самототожності, автентичності, емоційної єдності, ідентифікації з певними об'єктами та групами. Ці переживання утворюють широку систему ставлень до оточуючого світу та до самого себе, самооцінок особистості. До конативної сфери відносяться зразки поведінки та ролі, які відповідають ідентифікаційній моделі, на ранніх стадіях розвитку, процес самоідентифікації як акт здійснення вибору – на більш пізніх стадіях онтогенезу [70].

Таким чином громадянська ідентичність, на відміну національної, не передбачає обов'язковість єдиної культури, наявність однієї ціннісної орієнтації чи національної території.

Процес ідентифікації себе як громадянина відбувається на індивідуальному і груповому рівнях. На індивідуальному рівні громадянська ідентифікація починається з формування уявлень про власні права, свободи і відповідальність.

Ідентифікація на рівні малих груп пов'язана з усвідомленням єдності своїх інтересів з інтересами соціальних груп, з якими особа ідентифікується, а також спільним досвідом і моделями громадянської поведінки.

На рівні великих груп громадянська ідентифікація виявляється в усвідомленні приналежності до спільноти громадян певної держави, об'єднаних суспільними цілями і цінностями.

Громадянська самоідентифікація пов'язана з досягненням індивідом принципів інтеграції суспільства через залучення його до спільної справи, економічного та професійного просторів тощо.

* * *

Аналіз досліджень, присвячених даній проблемі, дає змогу визначити основні положення та ідеї, на яких може базуватись пошук стратегій

активізації процесів національної та громадянської самоідентифікації. Насамперед, це:

- ідеї про інтеграцію всіх ідентифікацій (соціально значущих моделей, звичок, рис характеру, занять, ідеалів реальних або вигаданих людей), набутих особистістю в процесі соціалізації;
- положення про сутність процесу самоідентифікації, що полягає у формуванні уявлень про себе самого як про самототожню, цілісну та унікальну особистість;
- положення про провідні риси національної ідентичності, до яких відносять: усвідомлення своєї приналежності до держави; історичну територію; спільну історичну пам'ять та міфологію, спільну масову та громадську культуру; національну ідею та символіку;
- положення про індивідуальний та груповий характер процесу громадянської ідентифікації;
- положення про соціальні умови виникнення позитивної ідентичності та стратегії подолання бар'єрів (індивідуальна мобільність, соціальна креативність, соціальна конкуренція, колективний нарцисизм) на шляху її досягнення;
- ідеї про визначальну роль мікросоціального оточення на формування ідентичності, вербальні та невербальні сигнали її прояву у повсякденному житті.

З нашої точки зору, зазначені ідеї та положення (особливо ті, що стосуються умов, чинників та механізмів становлення ідентичності) варто враховувати при визначенні способів, технологій, методів та методик, активізації процесу національної та громадянської самоідентифікації молоді.

1.2. Методи та методики дослідження особливостей національної та громадянської ідентичності молоді

Дослідники особливостей національної та громадянської ідентичності використовують досить широкий арсенал методів та методик.

Найбільш популярною серед них є *методика «Хто я?»* (М. Кун та Т. Макпартленд), яку застосовують як універсальний вимірювальний інструмент для вивчення різних типів ідентичності (Т. Воропаєва, Т. Стефаненко, Н. Лебедева, О. Татарко) [9;59;61].

Методика М. Куна і Т. Макпартленда була створена для вивчення установок індивіда на себе і широко використовується для виявлення змістовних характеристик ідентичності: перш за все когнітивних, а також ціннісно-мотиваційних, афективних, поведінкових. Вона являє собою вільні самоописи з наступною контент-аналітичною обробкою, тобто відноситься до методів нестандартизованих самозвітів, що мають свої плюси (можливість аналізувати самоопис і самоствавлення, виражене мовою самого суб'єкта) і мінуси (складність самоопису, неоднозначність інтерпретації).

Методика, розроблена в рамках айовської школи символічного інтеракціонізму, є однією з найпопулярніших і затребуваних методів дослідження різних аспектів і видів ідентичності. Так, за допомогою даної методики досліджуються статеві, гендерні, вікові, етнічні (національні), сімейні, професійні, особистісні та інші самоідентичності. Доступність процедури робить можливим її застосування не тільки в дослідницьких, але в психотерапевтичних, корекційних цілях. Різні модифікації методики використовуються в практиці консультування і роботи тренінгових, психотерапевтичних груп.

Випробуванім пропонується 20 разів відповісти в письмовій формі на запитання "Хто я?" На виконання тесту дається 12 хв. Обробка відповідей за методикою "Хто я?" включає в себе кількісний і якісний аналіз отриманих даних. Обробка відповідей здійснюється методом контент-аналізу.

Досліджуючи особливості національної та громадянської ідентичності, як і багато інших дослідників (Т. Воропаєва, Н. Лебедева, О. Татарко) [9;61], ми використовували методику «Хто я?» (М. Кун та Т. Макпартленд) для вивчення змістовних характеристик ідентичності молоді.

Вказану методику було модифіковано та апробовано і розширено перелік базових питань для визначення афективних та конативних особливостей особистісної ідентичності та когнітивних, афективних і конативних особливостей групової ідентичності. В процесі модифікації ми спирались на підхід, запропонований у працях Т. Румянцевої [39].

Модифікований варіант даної методики ми використовували в процесі дослідження особливостей національної та громадянської ідентичності молоді¹.

За результатами аналізу даних дослідження було отримано такі характеристики «Я-ідентифікацій», «Ми-ідентифікацій» та «Вони-ідентифікацій»:

Характеристики «Я-ідентифікацій»

Хто я? (в порядку частоти називання):

1) студентка, студент; 2) людина; 3) донька, син; 4) подруга, друг; 5) дівчина, хлопець; 6) брат, сестра; 7) українка, українець; 8) онучка, онук; 9) громадянка (громадянин) України; 10) особистість; 11) представник професії; 12) спортсменка, спортсмен; 13) кохана, коханий; 14) сусідка, сусід; 15) працівник; 16) племінниця, племінник; 17) індивід; 18) індивідуальність; 19) хазяйка, хазяїн; 20) мандрівник.

Який (яка) я? (в порядку частоти називання):

1) люблячий, любляча; 2) старанний, старанна; 3) вірний, вірна; 4) хороший, хороша; 5) працьовитий, працьовита; 6) добрий, добра; 7) відповідальний, відповідальна; 8) щирий, щира; 9) гарний, гарна; 10) розумний, розумна; 11)

¹ Дослідження з допомогою методики «Хто я?» проводилося протягом 2017 року серед студентів вищих навчальних закладів м. Києва, які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілю (загальний обсяг вибірки – 130 осіб, з них: 72 жіночої статі та 58 чоловічої статі).

активний, активна; 12) цікавий, цікава; 13) веселий, весела; 14) турботливий, турботлива; 15) чесний, чесна; 16) цілеспрямований, цілеспрямована; 17) звичайний, звичайна; 18) розуміючий, розуміюча; 19) лінивий, лінива; 20) талановитий, талановита.

Що я роблю? (в порядку частоти називання):

1) навчаюсь; 2) живу; 3) допомагаю; 4) люблю; 5) турбуюсь, піклуюсь; 6) працюю; 7) самовдосконалююсь; 8) спілкуюсь; 9) існую; 10) підтримую; 11) тренуюсь; 12) кохаю; 13) слухаю; 14) читаю; 15) розвиваюсь; 16) намагаюсь; 17) мандрую; 18) малюю; 19) творю; 20) граю.

Характеристики «Ми-ідентифікацій»

Хто ми? (в порядку частоти називання):

1) студенти; 2) люди; 3) українці; 4) представники професії; 5) друзі; 6) діти; 7) молодь; 8) майбутнє; 9) громадяни; 10) особистості; 11) народ; 12) патріоти; 13) працівники; 14) підлітки; 15) суспільство; 16) митці; 17) індивідуальності; 18) доньки, сини; 19) жінки, чоловіки; 20) родина.

Які ми? (в порядку частоти називання):

1) розумні; 2) веселі; 3) добрі; 4) гарні; 5) дружні; 6) працьовиті; 7) молоді; 8) хороші; 9) старанні; 10) різні; 11) відповідальні; 12) щирі; 13) вірні; 14) щасливі; 15) справжні; 16) талановиті; 17) зацікавлені; 18) віддані; 19) сміливі; 20) вільні.

Що ми робимо? (в порядку частоти називання):

1) навчаємось; 2) живемо; 3) працюємо; 4) розвиваємося; 5) допомагаємо; 6) існуємо; 7) любимо; 8) радіємо; 9) дружимо; 10) спілкуємось; 11) думаємо; 12) читаємо; 13) створюємо; 14) підтримуємо; 15) намагаємось; 16) гуляємо; 17) кохаємо; 18) слухаємо; 19) захищаємо; 20) самовдосконалюємось.

Характеристики «Вони-ідентифікацій»

Хто вони? (в порядку частоти називання):

1) люди; 2) чоловіки, жінки; 3) батьки; 4) працівники, робітники; 5) викладачі; 6) влада, політики; 7) студенти; 8) діти; 9) друзі; 10) особистості;

11) військові, солдати; 12) лікарі; 13) українці; 14) учні; 15) вороги; 16) громадяни; 17) дорослі; 18) тварини; 19) расисти; 20) люди похилого віку.

Які вони? (в порядку частоти називання):

1) розумні; 2) сильні; 3) добрі; 4) веселі; 5) працьовиті; 6) люблячі; 7) креативні; 8) гарні; 9) злі; 10) хороші; 11) вірні; 12) щирі; 13) щасливі; 14) мужні; 15) цікаві; 16) талановиті; 17) різноманітні; 18) живі; 19) хитрі; 20) заможні.

Що вони роблять? (в порядку частоти називання):

1) живуть; 2) вчать; 3) працюють; 4) вчать; 5) захищають; 6) допомагають; 7) люблять; 8) крадуть, грабують; 9) існують; 10) творять; 11) грають; 12) спілкуються; 13) думають; 14) вбивають; 15) розвиваються; 16) лікують; 17) воюють; 18) піклуються; 19) заробляють; 20) обманюють.

Аналіз даних, отриманих за допомогою даної методики, дозволив встановити, що в цілому уявленням молоді про себе властиві: досить високий рівень диференційованості, позитивна валентність «Я-ідентифікацій» та «Ми-ідентифікацій», амбівалентність «Вони-ідентифікацій», домінування референтних груп з найближчого соціального оточення (родина, друзі, однокашники), які забезпечують простір для життєвої самореалізації.

Нами було визначено особливості національного самоідентифікування студентської молоді:

- зростання ступеню значущості національної ідентичності в просторі «Ми-ідентифікацій» порівняно з простором «Я-ідентифікацій»;
- позитивну валентність ідентифікаційних характеристик, пов'язаних з національною ідентичністю;
- домінування лінгвістичних форм (насамперед, дієслів теперішнього часу), що свідчить про активне та свідоме ставлення до себе як представника політичної нації (в просторі «Я-ідентифікацій» та «Ми-ідентифікацій») та інших соціальних груп (простір «Вони-ідентифікацій»);

- наявність внутрішньо українських соціальних груп з негативною валентністю у просторі «Вони-ідентифікацій» (влада, політики – крадуть, грабують), які слугують об'єктом для порівняння з «Ми-ідентифікаціями» та «Я-ідентифікаціями».

Також, в процесі аналізу даних за методикою «Хто я?» було визначено особливості громадянської ідентичності студентської молоді:

- зростання ступеню значущості громадянської ідентичності в просторі «Ми-ідентифікацій» порівняно з простором «Я-ідентифікацій» (однак менш істотно порівняно з національною ідентичністю);
- позитивну або нейтральну валентність ідентифікаційних характеристик, пов'язаних з громадянською ідентичністю (що може розглядатись як свідчення її меншої значущості для молоді порівняно з національною ідентичністю);
- домінування лінгвістичних форм (насамперед, дієслів теперішнього часу), що свідчить про активне та свідоме ставлення до себе як громадянина (в просторі «Я-ідентифікацій» та «Ми-ідентифікацій») та інших соціальних груп (простір «Вони-ідентифікацій») аналогічно з національною ідентичністю;
- наявність внутрішньо українських соціальних груп з негативною валентністю у просторі «Вони-ідентифікацій» (влада, політики – крадуть, грабують), які слугують об'єктом для порівняння та співставлення з «Ми-ідентифікаціями» та «Я-ідентифікаціями» (аналогічно з національною ідентичністю).

Помітною є схожість наведених особливостей національної та громадянської ідентичності, що може свідчити про їх недостатню диференціацію в уявленнях студентської молоді про себе. Крім того, виявлені розбіжності в валентностях можуть свідчити про те, що національна ідентичність є більш стійким утворенням порівняно з громадянською.

Таким чином, методику «Хто я?» можна використовувати як дослідницький інструмент для вивчення змістовних характеристик

національної та громадянської ідентичності. Використовуючи модифікований варіант даної методики, крім характеристик «Я-ідентифікацій», можна вивчати характеристики «Ми-ідентифікацій» та «Вони-ідентифікацій». Корисним є використання розширеної версії питань (наприклад, Хто я?, Який я?, Що я роблю?), що дає змогу визначити когнітивні, афективні та конативні компоненти уявлень про себе як представника політичної нації та громадянина.

Деякі дослідники пропонують спеціалізовані вимірювальні інструменти для вивчення конкретних типів ідентичності. Наприклад, *опитувальник громадянина* (О. Дейнека) [11].

Опитувальник громадянина розроблений О. С. Дейнекою в кінці 90-х років. Це багатофакторний шкальний опитувальник, що складається з 26 тверджень, з якими слід виразити ступінь згоди/незгоди за 7-бальною шкалою (де «7» означає «цілком згоден», а «1» — «зовсім незгоден»). З його допомогою досліджувались: 1) прямі (позитивні чи негативні) та непрямі (вимірювання політичного оптимізму, патріотизму, солідарності, часової перспективи) оцінки образу країни; 2) змістовні компоненти іміджу країни (економічний, політичний, ментальний); 3) змістовно-інструментальні показники, в якості яких виступили соціальні регулятори суспільства (закон, мораль, традиції); 4) тріада ставлення (установки): когнітивні, афективні та конативні компоненти [12].

Методика перекладена на кілька мов і активно використовувалась в крос-культурних дослідженнях (переважно учнями та послідовниками О. С. Дейнеки) [12]. Опитувальник є досить популярним і серед українських дослідників. Однак, на нашу думку, методика має обмежений потенціал для використання в Україні. Значна кількість тверджень відображає особливості уявлень про громадянську ідентичність, властиві ментальності росіян та домінуючим в російському суспільстві ідеологемам. Саме тому застосування даної методики в інших країнах можливе лише за умови істотних

модифікацій, після яких необхідно проводити додаткову адаптацію та стандартизацію під конкретну вибірку.

Досліджуючи особливості національної та громадянської ідентичності, науковці намагаються приділяти увагу і вивченню взаємовідносин людини з соціальним оточенням.

Для цього широко застосовуються: різні варіанти шкали соціальної дистанції Е. Богардуса (як класичний варіант, так і різні модифікації, серед яких найбільш відомими є шкали, запропоновані Н. Паніною, О. Романовою, В. Павленко, С. Тагліним та Л. Почебут) [32;36; 61] (Додаток 3).

Шкала соціальної дистанції Е. Богардуса є одним з досить відомих методів, що мають певну традицію використання в дослідженнях, спрямованих на вивчення ставлення до інших соціальних груп (в т. ч. етнічних груп).

Шкалу активно використовують для вимірювання готовності до зближення або, навпаки, дистанціювання представників певних етнічних груп (незалежно від їх особистісних якостей та відмінностей) одна від одної [32].

При цьому, під соціальною дистанцією розуміється ставлення до представників різних національних і расових груп, що дозволяє встановити «соціальну дистанцію», яку досліджуваний хотів би мати між собою і представником відповідної групи [36].

За допомогою даної шкали, можна визначити параметри соціальної дистанції між представниками певних етнічних груп в просторі двох основних полюсів:

- *максимальна соціальна дистанція* – представник етнічної групи ізольований, майже не контактує з представниками інших етносів;
- *мінімальна соціальна дистанція* – представник етнічної групи активно контактує з представниками інших етнічних груп, виявляє зацікавленість у більш глибокому розумінні представників інших етнічних груп [36].

Поступово, з накопиченням досвіду використання даного дослідницького інструменту, уявлення про можливі сфери застосування шкали соціальної дистанції значно розширились. Сьогодні в психологічній науці поширеною є думка, що шкала Богардуса – це різновид кумулятивної шкали, призначеної для вивчення співвідносних позицій різноманітних явищ, предметів, товарів тощо [32].

Однак первинне призначення також залишилось за шкалою. Протягом багатьох років майже незмінною є і процедура її використання. Вона є достатньо простою. Відповідаючи на поставлені запитання, пов'язані зі ставленням до представників різних національних, етнічних або расових груп, опитуваний повинен самостійно встановити ту «соціальну дистанцію», яку він хотів би мати між собою і представниками відповідної групи.

Шкала соціальної дистанції дає можливість визначити два основних показники, кожен із яких має два варіанти, що оцінюють можливу та реальну соціальні дистанції.

Перший показник – соціальна прийнятність, відображає прагнення до взаємодії, інтеграції та навіть асиміляції з іншим етносом.

Другий показник – соціальна експансивність – відображає вираженість і спрямованість соціальних почуттів представників одного етноса по відношенню до іншого. Чим сильніше виражені позитивні почуття людей по відношенню один до одного, тим менша між ними соціальна дистанція, тим щільніша їхня взаємодія. Тому вивчення етнічних спільнот з допомогою шкали соціальної дистанції дає можливість визначити й міру вираженості етнічних почуттів.

Окремим напрямом досліджень особливостей національної та громадянської ідентичності є вивчення цінностей, які виступають регулятором соціальної поведінки особистості [33;71;72;81].

Найчастіше для цього використовують методику «Модуль дослідження цінностей» / «Value Survey Module» (Г. Хофстед) та методику вимірювання цінностей (Ш. Шварц) [77;84].

Методика Г. Хофстеда «Модуль дослідження цінностей» є одним з найбільш популярних інструментів для вимірювання культурної варіативності в крос-культурній психології.

Методика була запропонована Г. Хофстедом, який у своїй книзі «Наслідки культури: міжнародні відмінності трудових цінностей» (1980) описав результати свого дослідження, а також чотири класичні культурні виміри, отримані з допомогою розробленої ним методики.

В методиці розраховувались індекси наступних культурних вимірів: індивідуалізм, дистанція влади, уникання невизначеності, маскулінність. Пізніше до них додалась довгострокова орієнтація. Кожна з країн отримала оцінки в межах цих п'яти вимірів, які варіюють в інтервалі від 0 до 100 [77].

Методику «Модуль дослідження цінностей» можна використовувати для вивчення впливу культурного середовища на національну та громадянську ідентичність, проведення крос-культурних досліджень, а також для дослідження особливостей територіальної ідентичності (Додаток 4).

Методика вимірювання цінностей Ш. Шварца також може використовуватись в дослідженнях, спрямованих на вивчення національної та громадянської ідентичності. Згідно теоретичного підходу Ш. Шварца, культурні цінності групового рівня визначають способи, якими різні суспільства вирішують базові проблеми регулювання людської діяльності. Способи вирішення цих проблем можуть бути використані в якості вимірів, за якими культури відрізняються одна від одної. Шварц виокремив ці виміри, розглядаючи три основні проблеми, які виникають у будь-яких суспільствах.

1. Природа взаємовідносин між особистістю та групою. Шварц назвав полюси цього виміру «автономією та приналежністю». В культурах, що цінують автономію, люди розглядаються як незалежні та самостійні, тоді як в культурах, заснованих на цінностях «приналежності», вони розглядаються як такі, що належать колективам. Сенс їх життя - в соціальних відносинах, в ідентифікації з групою та прагненні до групових цілей.

2. Забезпечення соціально відповідальної поведінки. Один з полюсів цього виміру – «рівноправ'я». Соціалізація в таких культурах включає турботу про благо інших. Важливі цінності – рівність, соціальна справедливість, відповідальність, допомога іншому та чесність. Альтернативний полюс – «ієрархія», базується на ієрархічній системі ролей, що забезпечують соціально відповідальну поведінку. В таких культурах важливі цінності соціальної влади, авторитетності, підкорення й багатства.

3. Регуляція ставлення людей до свого природного й соціального оточення. Культурне вирішення цієї проблеми, що можна назвати «гармонією», передбачає прийняття світу таким, який він є, намагаючись скоріше зрозуміти його, ніж змінити. Полярне вирішення цієї ж проблеми – цінності «майстерності». В таких культурах заохочується активне самоствердження для того, щоб змінити природне й соціальне середовище. Важливі цінності амбіцій, успіху та компетентності.

Опитувальник Ш. Шварца містить 57 цінностей, відібраних таким чином, щоб презентувати собою кожен тип, які він описав. Респондентам пропонується проранжувати цінності в залежності від їх важливості від -1 (цінність, що відкидається) до 7 (найбільш важлива) [84] (Додаток 5).

Методика вимірювання цінностей Ш. Шварца може бути корисною при вивченні соціальних та індивідуальних компонентів в структурі національної та громадянської ідентичності, а також впливу великих та малих соціальних груп на процеси самоідентифікації.

Для вивчення психосемантичних особливостей національної та громадянської ідентичності, а також візуалізації уявлень про представника політичної нації та громадянина можна використовувати проєктивну техніку колаж. Акцентуючи увагу на діагностичних можливостях техніки колаж, психологи відзначають, що даний метод дозволяє актуалізувати особистісні переживання, визначити психологічний стан та дослідити певні аспекти життєвого досвіду людини, які проявляються у її візуальних репрезентаціях. При цьому, незалежно від форми використання даної техніки (індивідуальна,

групова), у психолога завжди залишається можливість розгорнутого діалогу з клієнтом/клієнтами, що допомагає краще зрозуміти їх внутрішній світ.

Нами було використано варіант техніки колаж, реалізований в *методиці «Географія візуальних образів»*, яку було запропоновано та описано в роботах О. Соснюка [54;57]. В основу даної методики покладено техніку створення колажу на основі ідей А. Branthwaite та L. Toiati [73]. Методика пройшла багаторічну апробацію у наших наукових та прикладних психологічних дослідженнях [26;27;55], а також у дослідженнях наших колег [18;54;57;78].

Використання методики «Географія візуальних образів» надає певні переваги, пов'язані з процедурними та конструктивними особливостями даної методики. При створенні колажу обстежуваним пропонується підписати кожний візуальний образ, так би мовити, здійснити спробу надати картинкам первинне індивідуальне значення. Завдяки цим особливостям, методика дозволяє у підсумку не тільки отримати інтегральні колажі, але й ідентифікувати цінності, які репрезентують візуальні образи, що були використані обстежуваними. Крім того, застосування даної проективної методики передбачає використання спеціальної інтерпретаційної схеми, розробленої О. Соснюком [54].

Методика дозволяє виявити специфіку прояву базових конструктів національної та громадянської ідентичності в площинах: раціонального, емоційного та життєвого досвіду, творчої пізнавальної активності. Для цього ми використовували вдосконалений варіант інтегральної інтерпретаційної схеми [55] (Рис.1.2.1). Зазначена методика разом з розробленою інтерпретаційною схемою була використана нами в межах емпіричного дослідження психосемантичних особливостей національної та громадянської ідентичності студентської молоді².

² Дослідження проводилося протягом 2016-2017 рр. серед студентів вищих навчальних закладів м.Києва, які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілю. Загальний обсяг вибірки – 230 осіб (123 жіночої статі, 107 чоловічої статі).

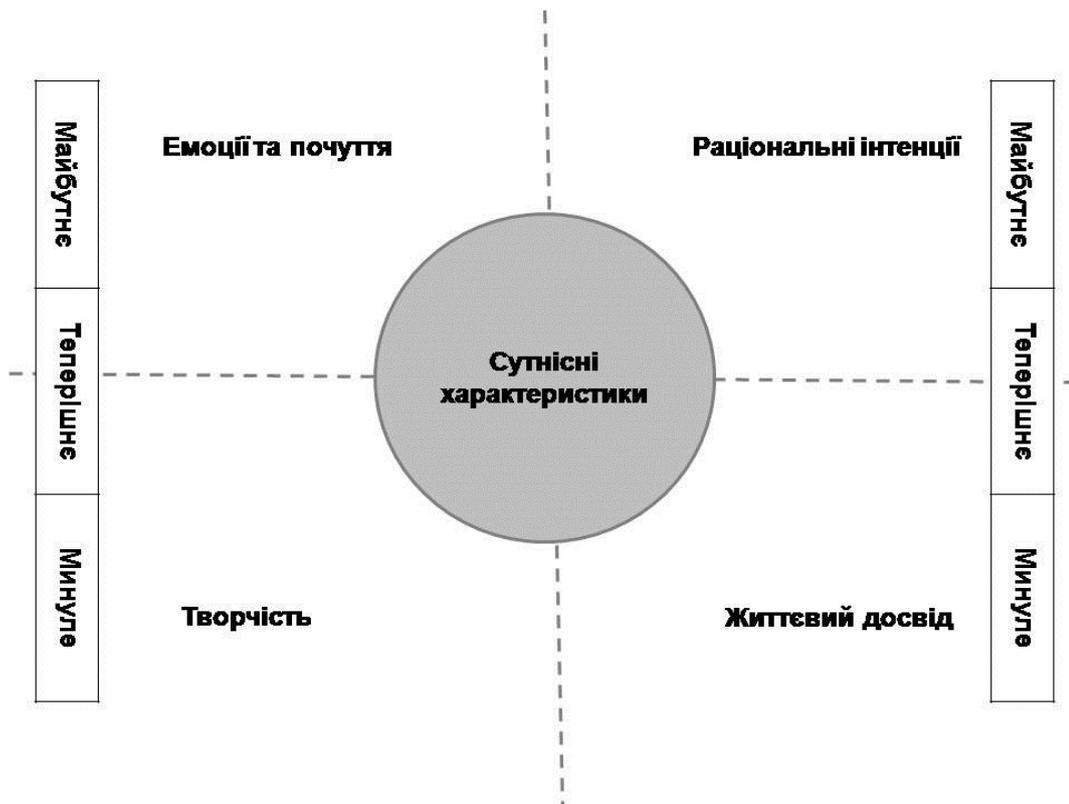


Рис.1.2.1. Схема базових елементів інтерпретації колажів за методикою «Географія візуальних образів».

Всім досліджуваним пропонувалось зробити 4 колажі за методикою «Географія візуальних образів»: «Справжній українець» та «Псевдоукраїнець», «Справжній громадянин» та «Псевдогромадянин».

За результатами проведеного дослідження нами було визначено такі психосемантичні особливості національної та громадянської ідентичності студентської молоді:

Узагальнені результати для колажів «Справжній українець».

Сутнісні характеристики. Гідні справи на користь країни, відданість країні (зображення військових, які загинули, захищаючи свою країну, відомих українців, які прославили країну в світі – спортсменів, митців, науковців, інженерів) (Рис.1.2.2).

Раціональні інтенції. Прагнення спілкуватись винятково українською, відмова від товарів та послуг, а також візитів до країни-агресора (відмова від

товарів російського виробництва у торгівельних супермаркетах), орієнтація на демократичні свободи (вільний перетин кордону завдяки безвізовому режиму з європейськими країнами).

Життєвий досвід. Повсякденні справи на благо інших людей (зображення пересічних громадян, які сумлінно роблять свою справу), благоустрій, турбота про дітей.

Креатив, узагальнений попередній досвід. Прагнення більше знати про історію країни, подорожувати по країні та в Європу (зображення мандрівок, мальовничих місць), зображення героїчних досягнень українців в історичному минулому (в т.ч. сучасних історичних реконструкцій).

Емоції та почуття. Гідність, гордість, повага, відповідальність, солідарність, підтримка, воля, відвага, хоробрість, захист слабих та знедолених, прагнення свободи, протест проти свавілля, жертвність (зображення людей на масових протестах).



Рис.1.2.2. Типовий колаж «Справжній українець».

Узагальнені результати для колажів «Псевдоукраїнець».

Сутнісні характеристики. Демонстративність проукраїнської поведінки (наприклад, український одяг на свята та для публіки), легкість зміни країни заради покращення матеріальних умов життєдіяльності (Рис.1.2.3).

Раціональні інтенції. Розрив між проукраїнськими деклараціями, намірами, які не підкріплені справами, а доволі часто порушення законів та корупційні дії (зображення не щирих українських політиків).



Рис.1.2.3. Типовий колаж «Псевдоукраїнець».

Життєвий досвід. Відмова від захисту країни, відсутність бажання берегти її територіальну цілісність (дезертири), прагнення досягнути чогось у неправомірний спосіб (зображення терезів, на яких гроші переважають людяність та інші чесноти, корупціонерів).

Креатив, узагальнений попередній досвід. Відсутність поваги до всього українського (насамперед, мови), нехтування культурним надбанням,

недбале ставлення до історичних пам'яток, відмова від вшанування національних традицій, обрядів, героїв.

Емоції та почуття. Відсутність віри у майбутнє країни, зневага до інших людей та державних символів, користолюбство.

Узагальнені результати для колажів «Справжній громадянин».

Сутнісні характеристики. Офіційний статус (зображення паспорта громадянина України), літера “Я” стилізована в кольори державного прапора, карта країни, офіційні ситуації, в яких необхідно мати паспорт (перетин кордону, одруження) (Рис.1.2.4).



Рис.1.2.4. Типовий колаж «Справжній громадянин».

Раціональні інтенції. Права та обов'язки (зображення ситуацій участі у виборах, захисту країни від збройної агресії, піклування про чистоту навколишнього середовища, турбота про людей похилого віку, відмова від шкідливих звичок заради здоров'я дітей), громадська активність (ситуації публічних виступів за права інших, участі у мітингах, промови в судах).

Життєвий досвід. Традиції, ритуали, обряди (зображення родини за святковим столом), прибирання території навколо власного будинку або після пікніка, дотримання здорового способу життя (заняття спортом).

Креатив, узагальнений попередній досвід. Вивчення історії та культури своєї країни, мови (зображення ситуацій навчання), створення чогось нового та корисного для інших людей (творча праця).

Емоції та почуття. Відповідальність, гордість, повага, щирість, оптимізм (зображення людей, які виявляють зазначенні емоції та почуття), толерантність до представників інших етнічних груп (зображення різноманітних ситуацій міжетнічного спілкування).

Узагальнені результати для колажів «Псевдогромадянин».

Сутнісні характеристики. Втрата або зміна громадянства, еміграція (зображення людей, які відправляються у мандри в пошуках щастя за кордоном, зображення заробітчан), демонстративна відмова від громадянства (зображення людей, які сплячуть український паспорт) (Рис.1.2.5).

Раціональні інтенції. Відмова від виконання громадянських обов'язків (участь у виборах, служба в армії, дотримання чистоти), нехтування законодавчими нормами та моральними принципами.

Життєвий досвід. Співпраця з ворогами країни, колаборація, зрада, свідомо неповага до держави, розповсюдження неправдивої інформації про власну країну за грошову винагороду.

Креатив, узагальнений попередній досвід. Пошук комфортних життєвих ніш за межами країни, прагнення пристосуватись до будь-яких умов та за будь-яку ціну (зображення зірок шоу-бізнесу, які виступають в РФ), наганий космополітизм.

Емоції та почуття. Зневага, безвідповідальність, безпорадність, байдужість, безпринципність, зневага, спустошеність, зрада, підступність.

Отримані результати свідчать про досить високий ступінь структурованості та узгодженості уявлень столичної студентської молоді про

«Справжнього українця» та «Справжнього громадянина», а також протилежних їм за змістом конструктів.



Рис.1.2.5. Типовий колаж «Псевдогромадянин».

Методика «Географія візуальних образів» може бути корисною для вивчення психосемантичних особливостей національної та громадянської ідентичності, прояву базових конструктів національної та громадянської ідентичності в площинах: раціонального, емоційного та життєвого досвіду, творчої пізнавальної активності; а також візуалізації уявлень про представника політичної нації та громадянина.

Як зазначалося нами раніше, в дослідженнях, спрямованих на вивчення національної та громадянської самоідентифікації особлива роль відводиться методам та методикам, які дозволяють визначити специфіку ціннісних орієнтацій представників різних соціальних груп. Нижче ми поділимо власним досвідом використання цих методів в дослідницькій практиці.

Нами було розроблено *Методику для виявлення ціннісних орієнтацій*, що виступають регулятором національної та громадянської

самоідентифікації молоді. В основу методики покладена техніка незавершених речень. Перелік незавершених речень було стандартизовано за спеціальною процедурою із залученням експертів.

При створенні методики, спрямованої на виявлення ціннісних орієнтацій, ми спиралися на положення диспозиційної концепції В. О. Ядова, в межах якої визначаються: 1) цінності-ідеали (бажання); 2) цінності-норми (зобов'язання); 3) цінності-цілі (прагнення); 4) цінності-засоби (способи досягнення) [33;71;72].

В нашому дослідженні³ цінності-ідеали визначались через з'ясування того, чого молоді люди хочуть як українці та громадяни; цінності-норми – через визначення того, що обстежувані повинні/мають робити як українці та громадяни; цінності-цілі – через визначення того, до чого вони мають прагнути як українці та громадяни; цінності-засоби – через визначення того, як і за рахунок чого вони досягають своїх цілей як українці та громадяни (Додаток 1).

За результатами дослідження встановлено, що в процесі національної самоідентифікації студентської молоді провідну роль відіграють:

1) цінності-ідеали (в порядку частоти згадування):

- мир; свобода; добробут, достаток; благополуччя своєї країни; незалежність.

2) цінності-норми (в порядку частоти згадування):

- дотримуватися законів; бути патріотом; знати свої права; захищати свою країну; бути чесним; працювати; любити та поважати свою Батьківщину, батьків, родичів, друзів; виконувати свої обов'язки; бути відданим державі; поважати українську культуру.

3) цінності-цілі (в порядку частоти згадування):

³ Дослідження ціннісних орієнтацій проводилося протягом 2017 року серед студентів вищих навчальних закладів м. Києва, які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілю (загальний обсяг вибірки – 130 осіб, з них: 72 жіночої статі та 58 чоловічої статі).

- розвивати державу; бути незалежним; бути щасливим; бути вільним; жити в достатку; мирне життя; самовдосконалення; жити в безпеці.

4) цінності-засоби (в порядку частоти згадування):

- конкретні гарні справи для того, щоб країна стала краще; все для свого благополуччя, але те, що не шкодить іншим; робити свою справу, роботу добре.

Також нами було встановлено, що в процесі громадянської самоідентифікації студентської молоді провідну роль відіграють:

1) цінності-ідеали (в порядку частоти згадування):

- мир; незалежність; стабільність; розвинена держава; почуватися захищеним; висока якість життя; гідна заробітна платня.

2) цінності-норми (в порядку частоти згадування):

- Законослухняність; знання законів, своїх прав; дбати про себе та своїх близьких; працювати на благо країни.

3) цінності-цілі (в порядку частоти згадування):

- Самовдосконалення; самореалізація; законність; позитивна динаміка економічного та соціального розвитку; щасливе майбутнє; вдосконалення умов життя в країні; перемога над ворогами; патріотизм.

4) цінності-засоби (в порядку частоти згадування):

- Робити свою справу якісно; все на благо держави; те, що не суперечить законам; щось гарне для співгромадян; тільки чесні вчинки; кроки до саморозвитку.

Аналіз отриманих даних дозволив визначити, що найменш чітко уявлення у молоді – саме про засоби досягнення цілей як українців і громадян.

Методику для виявлення ціннісних орієнтацій (незавершені речення) можна використовувати для вивчення: цінностей-ідеалів, цінностей-норм, цінностей-цілей та цінностей-засобів представників політичної нації та громадян.

* * *

Для вивчення особливостей національної та громадянської ідентичності доцільно використовувати такі методи та методики:

Методику «Хто я?» можна використовувати як дослідницький інструмент для вивчення змістовних характеристик національної та громадянської ідентичності. Використовуючи модифікований варіант даної методики, крім характеристик «Я-ідентифікацій», можна вивчати характеристики «Ми-ідентифікацій» та «Вони-ідентифікацій». Корисним є використання розширеної версії питань (наприклад, Хто я?, Який я?, Що я роблю?), що дає змогу визначити когнітивні, афективні та конативні компоненти уявлень про себе як представника політичної нації та громадянина.

Шкала соціальної дистанції призначена для дослідження ставлення до представників різних національних, етнічних або расових груп.

Методику «Модуль дослідження цінностей» можна використовувати для вивчення впливу культурного середовища на національну та громадянську ідентичність, а також для проведення крос-культурних досліджень.

Методика вимірювання цінностей Шварца допомагає виокремити соціальні та індивідуальні компоненти в структурі національної та громадянської ідентичності, а також дослідити вплив великих та малих соціальних груп на процеси самоідентифікації.

Методика «Географія візуальних образів» може бути корисною для вивчення психосемантичних особливостей національної та громадянської ідентичності, прояву базових конструктів національної та громадянської ідентичності в площинах: раціонального, емоційного та життєвого досвіду, творчої пізнавальної активності; а також візуалізації уявлень про представника політичної нації та громадянина.

Методику для виявлення ціннісних орієнтацій (незавершені речення) дозволяє вивчати цінності-ідеали, цінності-норми, цінності-цілі та цінності-засоби представників політичної нації та громадян.

Опитувальник громадянина може використовуватись для дослідження особливостей уявлень про громадянську ідентичність. Застосування даної методики можливе лише за умови істотних модифікацій, після яких необхідно проводити додаткову адаптацію та стандартизацію під конкретну вибірку.

РОЗДІЛ 2.

ДІАГНОСТИКА БАР'ЄРІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА ГРОМАДЯНСЬКОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ МОЛОДІ

2.1. Бар'єри національної та громадянської самоідентифікації молоді

В процесі становлення національної та громадянської ідентичності можуть виникати бар'єри, які ускладнюють самоідентифікацію.

Значна частина розглянутих в попередньому розділі методик розроблена в межах номотетичного підходу і є стандартизованими психометричними інструментами, застосування яких передбачає орієнтацію дослідників на використання кількісних методів при вивченні особливостей національної та громадянської ідентичності.

Однак їх застосування накладає певні обмеження на дослідників і не надає можливості повною мірою виявити специфіку соціальних репрезентацій в контексті національної та громадянської ідентичності, а також особливості самоідентифікації та бар'єрів, які перешкоджають цьому процесу.

У зв'язку з цим виникає необхідність у пошуку нових дослідницьких інструментів. Подолати наявні методичні труднощі дозволяє використання якісних методів, розроблених в межах ідеографічного підходу. Серед них провідна роль відводиться методу глибинного інтерв'ю, в форматі якого дослідники активно використовують асоціативні техніки та проєктивні методики, а також різні форми та методи візуалізації [3;22;28;40;44;48].

Для визначення основних бар'єрів, які виникають в процесі національної та громадянської самоідентифікації молоді, нами було проведене спеціальне емпіричне дослідження⁴. Провідним методом дослідження було обрано глибинне інтерв'ю.

⁴ Дослідження проводилося протягом 2016-2017 рр. серед студентів вищих навчальних закладів м. Києва, які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілю (загальний обсяг вибірки – 146 осіб, з них 74 жіночої статі та 72 – чоловічої).

При розробці тематичного плану проведення глибинного інтерв'ю ми спиралась на результати попереднього теоретичного аналізу особливостей національної та громадянської самоідентифікації [25]. Крім того, нами враховувались методологічні напрацювання С. Белановського [3], Р. Мертона, М. Фіске, П. Кендалла [22], О. Соснюка [48] та В. Ядова [40] щодо використання даного методу в дослідницькій практиці. При обробці результатів дослідження використовувався якісно-кількісний контент-аналіз.

План проведення глибинного інтерв'ю

Глибинне інтерв'ю складалось з кількох тематичних блоків та передбачало використання низки проєктивних технік та методик. У загальному вигляді *процедура проведення інтерв'ю* виглядає наступним чином.

Вступна частина. Знайомство, біографічні дані, стиль життя, особливості взаємовідносин з соціальним оточенням. За результатами складається перелік осіб із соціального оточення, з якими досліджувані часто спілкуються і які їм подобаються або не подобаються. Цей перелік потім використовується при проведенні II та III етапів за проєктивною методикою «Креативний простір» [28;53;83].

Блок проєктивна методика «Креативний простір» – I етап. На цьому етапі досліджуваним пропонується скласти історії за спеціально підібраними картинками-стимулами [28;53]. Перед початком складання історій дається інструкція, в якій пропонується виконати творче завдання, склавши історії за картинками таким чином, щоб вони були емоційно насиченими, відображали емоції, почуття та думки героїв, розкривали (за можливістю) те, що відбувається зараз, те, що передувало виникненню тієї чи іншої ситуації, як вона може розвиватися у майбутньому. За рахунок уточнюючих запитань отримується додаткова інформація про особливості ситуації, характер героїв та відносини між ними, вікові, статусні та професійні характеристики героїв, їх біографічні дані, склад соціального оточення.

Блок «Національна самоідентифікація». В межах даного блоку виявляються: особливості уявлення про себе як українця (на спонтанному рівні); асоціативний простір щодо бачення себе як українця (проективна техніка «Вільні асоціації»); особливості емоційного ставлення до себе як українця; індивідуальні переваги та недоліки національної належності; ситуації впливу на національну самоідентифікацію; провідні групи впливу на національну самоідентифікацію у соціальному оточенні; особливості ставлення до власної національності порівняно з представниками інших національностей; ціннісні орієнтації українців; пріоритети, перешкоди та сприятливі умови патріотичного виховання (рольова гра «Експерт з виховання»).

Блок проективна методика «Креативний простір» – II етап. На цьому етапі перед досліджуваним розташовуються всі картинки-стимули і пропонується у стислій формі пригадати складені за ними історії на першому етапі проведення методики. Потім його просять сказати: 1) які історії, на його думку, вдалося створити емоційно-хвилюючими і уточнюється, чому саме; 2) які історії нагадують йому події з власного життя або життя знайомих людей; 3) які історії нагадують йому відомі художні твори, кінофільми тощо. Після цього пропонується імплементувати перший набір елементів, які було виявлено під час знайомства та при визначенні груп впливу у блоці «Національна самоідентифікація». До переліку додається елемент «Я». Далі досліджуваного просять визначити те, з якими історіями асоціюються у нього ті чи інші елементи (особи з соціального оточення). При цьому обов'язково фіксується чому, з ким, з якими емоціями та почуттями, з яким фрагментом історії асоціюється той чи інший елемент. Допускається, що з однією історією може асоціюватись кілька елементів (але не більше трьох). Досліджуваного просять визначити, хто з осіб, які асоціюються з тією чи іншою історією, може вважатися справжнім українцем. Аналізуються особливості стосунків з іншими «героями» історії, їх мотиви та цінності, бар'єри та установки на їх подолання.

Блок «Громадянська самоідентифікація». Питання даного блоку спрямовані на виявлення: особливостей уявлень про себе як громадянина України (на спонтанному рівні); асоціативного простору уявлення про себе як громадянина України (проективна техніка «Вільні асоціації»); особливостей емоційного ставлення до себе як громадянина України; індивідуальні переваги та недоліки українського громадянства; ситуації впливу на громадянську самоідентифікацію; провідні групи впливу на громадянську самоідентифікацію у соціальному оточенні; особливості ставлення до українського громадянства порівняно з громадянами інших країн; ціннісні орієнтації українських громадян; пріоритети, перешкоди та сприятливі умови у вихованні громадян України (рольова гра «Експерт з виховання»).

Блок проективна методика «Креативний простір» – III етап. На цьому етапі перед досліджуваним знову розташовуються всі картинки-стимули і пропонується у стислій формі пригадати складені за ними історії на першому етапі. Після цього досліджуваному пропонується імплементувати другий набір елементів, які було виявлено під час знайомства та при визначенні груп впливу у блоці «Громадянська самоідентифікація». До переліку додається елемент «Я». Далі досліджуваного просять визначити те, з якими історіями асоціюються у нього ті чи інші елементи (особи з соціального оточення). При цьому обов'язково фіксується чому, з ким, з якими емоціями та почуттями, з яким фрагментом історії асоціюється той чи інший елемент. Допускається, що з однією історією може асоціюватись кілька елементів (але не більше трьох). Потім досліджуваного просять визначити, хто з осіб, які асоціюються з тією чи іншою історією може вважатися справжнім громадянином України. Аналізуються особливості стосунків з іншими «героями» історії, їх мотиви та цінності, бар'єри та установки на їх подолання.

Аналіз результатів емпіричного дослідження дозволив визначити основні види бар'єрів, які виникають в процесі національної самоідентифікації молоді (Рис.2.1.1).



Рис.2.1.1. Основні бар'єри національної самоідентифікації (%)
(за результатами якісно-кількісного контент-аналізу)

Таким чином, нам було встановлено, що до основних бар'єрів національної самоідентифікації молоді належать:

- Агресивна патріотична пропаганда – інформація, що має нав'язливий характер та ображає почуття представників інших національностей, тому має зворотній ефект, не викликаючи патріотичних почуттів.
- Відсутність національної ідеї, що об'єднала б навколо себе, відсутність бачення місії українців як нації. Зазвичай використовуються гасла приєднання до когось: «йдемо в Європу», приєднуємося Митного союзу, тощо.
- Неналежна мовна та культурна політика, що проводиться неграмотно, а тому зазвичай або не має ефекту взагалі, або ефективна тільки для певних категорій громадян переважно старшого віку.

- Перекручування історії – неправдиве висвітлення історичних подій, що принижує українців як націю.
- Радянський менталітет – ностальгія за радянським минулим, бажання його повернути та відмова ідентифікувати себе як українця.
- Ворожа пропаганда – таке висвітлення подій в ЗМІ інших держав, що транслуються в Україні, за якого українці завжди виглядають непривабливо.
- Сімейне виховання – відсутність національних культурно-історичних традицій виховання.
- Релігійна розрізненість, належність до іншої релігії, що заважає ідентифікувати себе як українця.
- Комплекс меншовартості, або «молодшого брата», коли інші нації сприймаються як успішніші і є більш привабливим об'єктом ідентифікації.
- Глобалізація, космополітизм – усвідомлення себе перш за все «людиною без нації, громадянином світу».
- Мовний бар'єр – вживається в різних значеннях: 1) вимога ділового спілкування державною мовою сприймається як обмеження права спілкуватися рідною мовою (наприклад, російською); 2) почуття сорому в процесі спілкування рідною мовою – «соромно спілкуватися українською», тому переходять на російську; 3) неможливість спілкуватися українською мовою в російськомовному середовищі або навпаки, тощо.

Також за результатами емпіричного дослідження було визначено основні види бар'єрів, які виникають в процесі громадянської самоідентифікації молоді (Рис.2.1.2).



Рис.2.1.2. Основні бар'єри громадянської самоідентифікації (%) (за результатами якісно-кількісного контент-аналізу)

Таким чином, нами було встановлено, що основними бар'єрами громадянської самоідентифікації молоді виступають:

- Непривабливий образ держави, що не викликає бажання бути громадянином України.
- Правовий нігілізм – усталена практика не керуватися нормами права в нашій державі.
- Правова некомпетентність – спричиняє відсутність громадянської відповідальності.
- Політико-ідеологічні розбіжності – незрозуміння та неприйняття політики державної політики.
- Морально-виховний – відсутність традицій виховання правової самосвідомості.

Аналіз результатів дослідження дозволяє стверджувати, що:

1) серед бар'єрів національної самоідентифікації домінують змістово-операціональні (насамперед такі як: агресивна патріотична пропаганда, неналежна мовна та культурна політика, перекручування історії, ворожа пропаганда, сімейне виховання, відсутність національної ідеї). Також нами було встановлено, що вплив індивідуально-психологічних особливостей (радянський менталітет, комплекс меншовартості, глобалізація, космополітизм) та соціальних бар'єрів (релігійна розрізненість) на процес національної самоідентифікації менший.

2) серед бар'єрів громадянської самоідентифікації переважають індивідуально-психологічні (правовий нігілізм, правова некомпетентність, морально-виховний). При цьому, соціальні бар'єри (політико-ідеологічні розбіжності) та змістово-операціональні бар'єри (непривабливий образ держави) менше впливають на процес громадянської самоідентифікації молоді.

Отримані результати дали змогу визначити критерії класифікації бар'єрів громадянської та національної самоідентифікації молоді: соціальна приналежність партнерів по спілкуванню, медіакомпетентність, особистісні якості, зміст спілкування, способи та засоби спілкування.

Також нами було уточнено типологію бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації:

1) соціальні - зумовлені соціальною належністю партнерів по спілкуванню та соціокультурними факторами;

2) інформаційно-ідеологічні – зумовлені особливостями сприймання інформаційних повідомлень та ідеологем в медіапросторі;

3) індивідуально-психологічні - в основі їх виникнення лежать особистісні якості, а також невідповідність особистісно значущих смислів соціальним вимогам;

4) змістові – зумовлені тематикою та спрямованістю спілкування особистості, а також адекватністю розуміння змісту спілкування його учасниками;

5) операціональні – спричинені вибором способів і засобів спілкування.

Визначено індикатори бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації в залежності від їх типу:

- соціальні – знижена готовність до спілкування та конструктивної взаємодії з представниками певних соціальних груп;
- інформаційно-ідеологічні – спотворене сприймання інформаційних повідомлень в медіапросторі;
- індивідуально-психологічні – міжособистісні конфлікти у спілкуванні та уникання взаємодії;
- змістові – викривлення смислів та неадекватне розуміння змісту спілкування його учасниками;
- операціональні – відсутність або спотворений зворотний зв'язок у спілкуванні.

Вказані бар'єри можуть бути трансформовані за рахунок розвитку рефлексивних механізмів соціальної взаємодії в умовах тренінгу, що сприятиме активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді [...].

* * *

Для діагностики особливостей національної та громадянської ідентичності, а також бар'єрів, що виникають в процесі самоідентифікації доцільно використовувати метод глибинного інтерв'ю з використанням проєктивної методики «Креативний простір», проєктивної техніки «Вільні асоціації» та рольових ігор. Ці методи та методики дозволяють виявити домінуючі бар'єри національної та громадянської самоідентифікації.

2.2. Особливості прояву бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації молоді в різних підсистемах соціальної взаємодії

З нашої точки зору, трансформація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації повинна здійснюватись з урахуванням специфіки їх прояву в різних підсистемах соціальної взаємодії і референтного впливу певних соціальних груп на молодь.

Нами було створено *методику для виявлення референтних груп «Соціальний простір»* сучасної молоді (Додаток 2). При створенні методики, спрямованої на виявлення референтних груп, ми спиралися на наступні теоретико-методологічні положення: 1) положення про референтну групу як значущу соціальну детермінанту норм та цінностей, що регулюють поведінку особистості, виступають еталоном оцінки себе та інших; 2) положення про провідні ознаки референтної групи, такі як вплив на особистість та допомога у реалізації життєвих цілей [23].

В процесі дослідження⁵ було виявлено підсистеми соціальної взаємодії, в яких відбувається процес самоідентифікації молоді: з найближчим соціальним оточенням (друзями); з одногрупниками; з родиною; з викладачами; з друзями з інших країн; з соціальними медіа (соцмережами: Facebook, Instagram, Telegram, Twitter); з традиційними медіа (новини у інтернеті, телевізійні новини); з культурно-мистецькими творами (актори, та персонажі кінематографу, літературних творів, музичні твори та музиканти, танцівники).

Було встановлено міру впливу референтних груп на процес національної та громадянської самоідентифікації: найбільший вплив має найближче соціальне оточення (друзі), соціальні медіа (соцмережі), родина та

⁵ Дослідження проводилося протягом 2017 року серед студентів вищих навчальних закладів м. Києва, які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілю (загальний обсяг вибірки – 130 осіб, з них 72 жіночої статі та 58 – чоловічої).

культурно-мистецькі твори. Меншою мірою впливають одногрупники, та група в цілому, традиційні медіа, викладачі та друзі з інших країн.

Для визначення домінуючих бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації в різних підсистемах соціальної взаємодії нами використовувався *метод репертуарних решіток* [17;35].

Рангові репертуарні решітки – ідеографічний метод вивчення системи індивідуальних уявлень людини, в основу якої покладено техніку ранжування [63]. Процедура проведення дослідження з допомогою даного методу передбачає визначення елементів та викликання конструктів. Після цього обстежуваним пропонують проранжувати елементи від одного полюса конструкту до іншого. В матриці, яка отримується після проведення цієї процедури, на перетині строк та стовпчиків стоять ранги, які відповідають кожному елементу по кожному конструкту [60;63]. Рангові решітки є одним з найпопулярніших видів решіток, що використовуються у психодіагностиці та дослідницькій практиці. В процесі діагностики можна використовувати як виявленні елементи та конструкти, так і задані [60].

В нашому дослідженні в якості елементів репертуарної решітки виступили 8 підсистем соціальної взаємодії: Я-друзі, Я-родина, Я-одногрупники, Я-друзі з інших країн, Я-викладачі, Я-соціальні медіа, Я-традиційні медіа, Я-культурно-мистецькі твори.

В якості конструктів репертуарної решітки використовувались 18 ситуацій соціальної взаємодії, в яких виникають бар'єри національної та громадянської самоідентифікації, що були виявлені у наших попередніх дослідженнях [25;28;55].

Досліджуваним пропонувався бланк репертуарної решітки (Додаток 3). Процедура заповнення передбачала ранжування, у яких підсистемах соціальної взаємодії (тобто з ким) вони найчастіше зустрічаються з ситуаціями, в яких є перешкоди для розвитку уявлень про себе як українця або про себе як громадянина. Ситуації надавались по черзі. Якщо у взаємодії з кимось певні ситуації виникають в першу чергу, то

ставилась цифра «1» у відповідному стовпчику, якщо в другу, то цифра «2» і т. д. Ранги ставились для кожної ситуації (всі клітинки матриці повинні були бути заповнені).

За результатами аналізу рангових репертуарних решіток нами було встановлено домінуючі бар'єри національної самоідентифікації:

- в підсистемі «Я-друзі» - відсутність національної ідеї, що об'єднала б навколо себе, відсутність бачення місії українців як нації; глобалізація, космополітизм – усвідомлення себе перш за все «людиною без нації, громадянином світу»;
- в підсистемі «Я-родина» - радянський менталітет – ностальгія за радянським минулим, бажання його повернути та відмова ідентифікувати себе як українця; відсутність національної ідеї, що об'єднала б навколо себе, відсутність бачення місії українців як нації;
- в підсистемі «Я-одногрупники» - відсутність національних культурно-історичних традицій виховання; почуття сорому в процесі спілкування рідною мовою – «соромно спілкуватися українською», тому переходять на російську;
- в підсистемі «Я-друзі з інших країн» - належність до іншої релігії, що заважає ідентифікувати себе як українця; неможливість спілкуватися українською мовою в російськомовному середовищі або навпаки; відсутність національної ідеї, що об'єднала б навколо себе, відсутність бачення місії українців як нації;
- в підсистемі «Я-викладачі» - вимога ділового спілкування державною мовою сприймається як обмеження права спілкуватися рідною мовою (наприклад, російською); неможливість спілкуватися українською мовою в російськомовному середовищі або навпаки; радянський менталітет – ностальгія за радянським минулим, бажання його повернути та відмова ідентифікувати себе як українця;
- в підсистемі «Я-соціальні медіа» – ворожа пропаганда – таке висвітлення подій в ЗМІ інших держав, що транслюються в Україні, коли

українці завжди виглядають непривабливо; неправдиве висвітлення історичних подій, що принижує українців як націю; неналежна мовна та культурна політика, що проводиться неграмотно; комплекс меншовартості, або «молодшого брата», коли інші нації сприймаються як успішніші і є більш привабливим об'єктом ідентифікації;

- в підсистемі «Я-традиційні медіа» - агресивна патріотична пропаганда; неправдиве висвітлення історичних подій, що принижує українців як націю; ворожа пропаганда – таке висвітлення подій в ЗМІ інших держав, що транслюються в Україні, за якого українці завжди виглядають непривабливо;
- в підсистемі «Я-культурно-мистецькі твори» - агресивна патріотична пропаганда; неправдиве висвітлення історичних подій, що принижує українців як націю; ворожа пропаганда – таке висвітлення подій в ЗМІ інших держав, що транслюються в Україні, за якого українці завжди виглядають непривабливо; вимога ділового спілкування державною мовою сприймається як обмеження права спілкуватися рідною мовою (наприклад, російською).

Також було встановлено домінуючі бар'єри громадянської самоідентифікації:

- в підсистемі «Я-друзі» – політико-ідеологічні розбіжності – нерозуміння та неприйняття державної політики; морально-виховний – відсутність традицій виховання правової самосвідомості;
- в підсистемі «Я-родина» – політико-ідеологічні розбіжності – нерозуміння та неприйняття державної політики;
- в підсистемі «Я-одногорупники» – морально-виховний – відсутність традицій виховання правової самосвідомості; правова некомпетентність – спричиняє відсутність громадянської відповідальності; непривабливий образ держави, що не викликає бажання бути громадянином України;
- в підсистемі «Я-друзі з інших країн» – непривабливий образ держави, що не викликає бажання бути громадянином України; правовий нігілізм – усталена практика не керуватися нормами права в нашій державі; політико-ідеологічні розбіжності – нерозуміння та неприйняття державної політики;

- в підсистемі «Я-соціальні медіа» – правовий нігілізм – усталена практика не керуватися нормами права в нашій державі; морально-виховний – відсутність традицій виховання правової самосвідомості;
- в підсистемі «Я-традиційні медіа» – правова некомпетентність – спричиняє відсутність громадянської відповідальності; непривабливий образ держави, що не викликає бажання бути громадянином України;
- в підсистемі «Я-культурно-мистецькі твори» – непривабливий образ держави, що не викликає бажання бути громадянином України; правовий нігілізм – усталена практика не керуватися нормами права в нашій державі.

За результатами дослідження було розроблено технологічну схему подолання бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації: через їх актуалізацію, рефлексію та трансформування в різних підсистемах соціальної взаємодії. Більш докладно про це – у наступних розділах.

* * *

Трансформація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації повинна здійснюватись з урахуванням специфіки їх прояву в різних підсистемах соціальної взаємодії і референтного впливу певних соціальних груп на молодь.

Методика для виявлення референтних груп дозволяє визначити підсистеми соціальної взаємодії, в яких відбувається процес самоідентифікації.

Для визначення домінуючих бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації в різних підсистемах соціальної взаємодії може бути використаний метод рангових репертуарних решіток.

РОЗДІЛ 3.

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ РЕСУРСИ АКТИВІЗАЦІЇ САМОІДЕНТИФІКУВАННЯ МОЛОДІ

3.1. Стратегії та технології активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді в умовах тренінгу

Активізація національної та громадянської самоідентифікації передбачає створення спеціальних соціально-психологічних умов, які можна забезпечити завдяки впровадженню спеціалізованих освітніх програм та тренінгів.

В процесі розробки таких програм принципово важливим завданням є трансформація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації молоді. Оскільки самоідентифікація відбувається у процесі соціальної взаємодії, то бар'єри переважно мають комунікативну природу, а їх перетворення безпосередньо пов'язане з набуттям нового комунікативного досвіду.

Як зазначає І. Жадан, основними способами зміни практик вважають: 1) *артикуляцію* (коли фокусується, називається більш чітко окреслюється певний спосіб дії або стиль поведінки, в результаті чого він набуває певного поширення у суспільстві); 2) *реконфігурацію* (зміну статусу практики, коли вона перетворюється на центральну); 3) *запозичення* (перенесення і поширення практик з інших культур чи інших просторів) [16].

І. Жадан також визначає провідні стратегії трансформування комунікативних практик з метою активізації національної та громадянської самоідентифікації: 1) унаочнення реальних та віртуальних комунікативних практик; 2) прогностичне моделювання наслідків застосування окремих типів комунікативних практик для розвитку спільноти та держави; 3) конструювання (реконструювання) ідентифікаційного дискурсу [16].

Для кожної стратегії автором визначаються відповідні способи, технології та техніки реалізації (Таблиця 3.1).

Таблиця 3.1.1.

Стратегії трансформування комунікативних практик (за І. В. Жадан)

Стратегії трансформування	Способи реалізації	Технології та техніки
Унаочнення реальних та віртуальних комунікативних практик.	Увиразнення спектру комунікативних практик, усвідомлення особливостей власних практик та практик окремих соціальних груп, визначення комунікативних бар'єрів самоідентифікації.	Рефлексивні технології, психодіагностичні методи та методики, дискусії, наративні техніки.
Прогностичне моделювання наслідків застосування окремих типів комунікативних практик для розвитку спільноти та держави	Побудова ймовірнісних моделей найближчого майбутнього в умовах переважання різних типів самоідентифікації, оцінка відповідності отриманих моделей бажаним та визначення практик, які здатні забезпечити бажаний результат.	Моделювання, конструювання, SWOT – аналіз.
Конструювання (реконструювання) ідентифікаційного дискурсу	Уведення в дискурс певних тем і пропозицій, реконструювання комунікативних практик у напрямі бажаної моделі, аналіз семіотичних компонентів комунікативних практик, усунення комунікативних бар'єрів самоідентифікації, створення просторів самідентифікації (нові групи, інтернет спільноти), демонстрація і культивування переживань, пов'язаних із самоідентифікацією.	Самопрезентація, самоконструювання, дискусії, обговорення у соціальних мережах та круглих столах, поширення нових понять та акцентування смислів, конструювання метафор.

Поділяючи концептуальні погляди І. Жадан, ми врахували їх при створенні власних розробок, спрямованих на активізацію національної та громадянської самоідентифікації молоді.

На нашу думку, трансформація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації може здійснюватись через: 1) актуалізацію бар'єрів; 2) рефлексію особливостей прояву бар'єрів; 3) трансформування бар'єрів в різних підсистемах соціальної взаємодії; 4) інтеграцію набутого досвіду. Саме тому, розроблена нами технологічна схема трансформації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації включає зазначені етапи (Рис.3.1.1).



Рис.3.1.1. Технологічна схема трансформації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації

Актуалізація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації передбачає використання технологій діагностики: розпізнавання бар'єрів, визначення особливостей впливу на самоідентифікацію, визначення референтних груп впливу.

В свою чергу для забезпечення переосмислення особливостей прояву бар'єрів пропонується використовувати рефлексивні технології: оцінки багатоплановості проявів бар'єрів у підсистемах соціальної взаємодії, визначення зон комфорту / дискомфорту, оцінки адекватності власної поведінки в ситуаціях прояву бар'єрів, рефлексії можливих стратегій поведінки при виникненні бар'єрів у реальній соціальній взаємодії.

Для трансформування бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації в різних підсистемах соціальної взаємодії ми пропонуємо застосовувати технології перетворення, зокрема створення мотивації до трансформації власного комунікативного досвіду та оволодіння вміннями та навичками оптимізації міжособистісної взаємодії.

Завершення процесу трансформації передбачає інтеграцію набутого досвіду, яка може бути досягнута за рахунок використання технологій: закріплення мотивації до аутокорекції та розвитку готовності застосовувати нові знання, вміння, навички в реальній взаємодії.

В процесі створення спеціалізованих освітніх та тренінгових програм варто враховувати інші концептуальні умови, які, на думку дослідників, повинні бути передбачені і реалізовані в таких розробках.

Багато науковців, які вивчають дану проблематику, вважають, що конструювання громадянської і особливо національної ідентичності базується на спільній історії, яка пов'язана з історичною пам'яттю та культурою. Тому при конструюванні національної ідентичності застосовується дискурсивно історичний підхід [89].

Основою для конструювання національної та громадянської ідентичності вважається дихотомія «ми-вони» («свої-чужі», «наша нація-їхня нація»). На думку У. Г. Самнера, «члени навіть найменших і найбільш примітивних суспільств вже схильні...різко розмежовувати себе й інших... Наша група і все, що вона робить – це сама істина й чеснота, а до того, що до неї не належить, ставляться підозріло й презирливо» [85].

Національна та громадянська ідентичність можуть конструюватися шляхом приписування різними дискурсивними засобами власній нації позитивного образу, а чужій – негативного. Але існує й інший підхід до інтерпретації дихотомії «ми-вони» з додатковою категорією «свій-інший», що припускає нейтральну або позитивну оцінку «вони-групи» («чужий-інший», «чужий-друг») [85].

Таким чином, національна та громадянська ідентичність конституюються не тільки завдяки репрезентації власної нації в дискурсивному просторі, але й шляхом порівняння або протиставлення їй нації «інших» / «чужих».

Активізація національної та громадянської самоідентифікації в межах спеціалізованих освітніх та тренінгових програм передбачає використання відповідних методів та підходів. З нашої точки зору, такими методами можуть бути – метод створення креолізованих текстів (коміксів) та веб-квести.

Також для активізації національної та громадянської самоідентифікації ми пропонуємо соціально-психологічний тренінг із застосуванням методів групової дискусії та активного навчання.

Основні цілі та завдання тренінгових груп полягають у створенні соціально-психологічних умов для:

- 1) актуалізації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації;
- 2) активізації рефлексії проявів цих бар'єрів в різних підсистемах соціальної взаємодії;
- 3) створення мотивації до трансформації та оновлення уявлень про себе як українця (представника політичної нації та громадянина);
- 4) інтеграції набутого досвіду та формування готовності застосовувати набуті знання, вміння та навички в ситуаціях реальної соціальної взаємодії.

Розробку програми тренінгу активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді було здійснено на основі принципів суб'єктної

парадигми, в межах якої головні завдання – це розвиток суб'єктності учасників групової роботи, запуск основних механізмів та забезпечення динаміки цього процесу [6;7;37;51].

На нашу думку, погляд на групову роботу як засіб розвитку суб'єктності учасників найбільше відповідає меті та змісту визначених завдань. До того ж ця парадигма максимально враховує особливості цільової аудиторії (студентської молоді).

З огляду на вибір парадигми, мети та завдань було визначено **принципи** проведення тренінгових груп, спрямованих на активізацію національної та громадянської самоідентифікації молоді.

Як вихідні методологічні і методичні засади можна розглядати наступні: принцип активності учасників, принцип дослідницької позиції учасників, принцип подійності, принцип об'єктивації (усвідомлення) поведінки, принцип партнерського (суб'єкт-суб'єктного) спілкування, принцип переходу від потреб нужди до потреб зростання [6;42;37;38;51; 58].

Програма соціально-психологічного тренінгу активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді⁶

Вступна частина тренінгу.

Індивідуальна співбесіда. Проводиться для з'ясування загальної зацікавленості учасників в участі у тренінговій групі (мотивів участі), визначення специфіки індивідуальних очікувань, оцінки готовності учасників до емоційних навантажень.

Установча зустріч. Проводиться у форматі групової бесіди, під час якої відбувається ознайомлення учасників з цілями та завданнями тренінгу, принципами групової роботи, основними етапами роботи в групі, а також обговорення організаційних умов, норм та правил поведінки.

⁶ Програма пройшла апробацію в роботі зі студентами вищих навчальних закладів м.Києва в 2017-2018 рр. Всього було проведено 8 груп. Загальна кількість учасників – 130 осіб.

Мета та завдання: адаптація до участі в тренінгу, ознайомлення із цілями, завданнями та структурою групової роботи, визначення специфіки індивідуальних очікувань, оцінка готовності учасників до емоційних навантажень.

Базові методи: індивідуальні співбесіди, групова дискусія.

Етап 1. Актуалізація уявлень про себе як українців та бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації.

Мета – актуалізація уявлень учасників про себе як українців (представників політичної нації та громадян), бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації, створення умов для запуску механізмів децентрації, необхідних для рефлексії комунікативних практик в різних підсистемах соціальної взаємодії.

Завдання:

- актуалізація наявних знань про себе як українців (представників політичної нації та громадян)
- актуалізація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації в різних підсистемах соціальної взаємодії;
- актуалізація емоцій та переживань, що проявляються у ставленні до себе як українців та супроводжують процес національної та громадянської самоідентифікації;
- актуалізація типових ситуацій та моделей поведінки, що реалізуються в процесі національної та громадянської самоідентифікації у різних підсистемах соціальної взаємодії;
- створення банку типових критичних ситуацій, в яких проявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації;
- розмежування об'єктивних та суб'єктивних складових критичних ситуацій на рівні самосвідомості учасників;

- оволодіння навичками діагностики бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації у різних підсистемах соціальної взаємодії;
- створення мотивації до переосмислення наявних комунікативних практик в різних підсистемах соціальної взаємодії.

Базові методи та спеціальні техніки: групова дискусія (метод обміну досвідом), зондувальні запитання, метод імітації (імітаційні рольові ігри), метод символічного вираження (створення колажів «Справжній українець» / «Псевдоукраїнець», «Справжній громадянин» / «Псевдогромадянин»), метод аналізу відеоконтенту, веб-квест, вправа «Скринька Пандори» (перша частина). Після виконання окремих вправ передбачено шерінг (групове обговорення) [6;13;29;30].

Основний зміст та послідовність дій на першому етапі.

Групова дискусія розгортається з використанням техніки прямої воронки (побудована за дедуктивною логікою – від загального до особливого) [29;30;58].

Спочатку учасникам ставлять запитання загального характеру, спрямовані на актуалізацію їхніх уявлень про себе як українців (представників політичної нації та громадян):

- Що для вас означає бути українцем? Які риси властиві справжнім українцям? Що їх відрізняє від інших? Чи маєте ви досвід безпосередньої взаємодії з такими людьми? Який саме? Яких людей можна назвати псевдоукраїнцями? Які риси властиві їм, що їх відрізняє? Чи маєте ви досвід безпосередньої взаємодії з такими людьми? Який саме?
- Що для вас означає бути громадянином України? Які риси властиві справжнім громадянам? Що їх відрізняє від інших? Чи маєте ви досвід безпосередньої взаємодії з такими людьми? Який саме? Яких людей можна назвати псевдогромадянами? Які риси властиві їм, що їх

відрізняє? Чи маєте ви досвід безпосередньої взаємодії з такими людьми? Який саме?

За результатами обговорення визначається перелік рис, притаманних справжнім українцям / псевдоукраїнцям, справжнім громадянам / псевдогромадянам, а також ситуації реальної взаємодії з такими людьми.

Всі виявлені риси та ситуації фіксуються на дошці або фліпчарті.

Далі учасникам пропонується створити колективні колажі «Справжній українець» та «Псевдоукраїнець», «Справжній громадянин» та «Псевдогромадянин» (за методикою «Географія візуальних образів», описаною у попередніх розділах) [27;28;55].

Для створення колажів учасникам пропонуються зображення, відібрані під час емпіричного дослідження уявлень молоді про себе як українців [55].

За наявності технічних засобів та доступу до мережі Інтернет, учасникам може бути запропоновано використовувати зображення, віднайдені ними самостійно, безпосередньо під час тренінгу. Також як альтернативний варіант припускається можливість пошуку необхідних зображень у спеціально підготовлених для цього журналах.

Коли створення колажів буде завершено, всі картинки підписуються і кожен з учасників має можливість уточнити, яку характеристику (рису) він хотів проілюструвати тим чи іншим зображенням.

Далі учасникам пропонується переглянути добірку відеоматеріалів (з художніх та документальних фільмів), які ілюструють різні аспекти життя українців у власній країні та за її межами, ставлення українців до себе. В процесі обговорення з'ясовується:

- Що з побаченого вразило найбільше? Чому? Що вам здається типовим, а що, навпаки, скоріше винятковим? Чому? З чим з побаченого ви погоджуєтесь? Що викликає заперечення? Які емоції та почуття виникали у вас під час перегляду?

Після цього учасникам ставляться запитання з метою актуалізації емоцій та переживань, що проявляються у ставленні до себе як українців та супроводжують процес національної та громадянської самоідентифікації:

- Які емоції та почуття виникають у зв'язу з тим, що ви українці / громадяни України? Чому саме такі?)

За результатами обговорення визначається рейтинг емоцій та почуттів, що проявляються у ставленні до себе як українців. Результати фіксуються на дошці або фліпчарті.

Далі учасникам ставляться запитання, спрямовані на актуалізацію ситуацій безпосередньої соціальної взаємодії, в яких виникають певні емоції та почуття:

- Найменший рейтинг має така-то емоція / таке-то почуття? Чому саме вона? З чим це пов'язано? В яких ситуаціях реальної взаємодії вона проявляється? Поділіться з нами власним досвідом, розкажіть нам про ці ситуації докладніше.

У процесі дискусії обговорюються всі раніше виявлені емоції / почуття, що увійшли у рейтингових список, а також ситуації реальної взаємодії, в яких вони виявляються (починаючи з емоцій та почуттів, що мають найнижчий рейтинг і завершуючи тими, що мають найвищий рейтинг).

В окремих випадках, наприклад, коли учасникам не вистачає слів для опису ситуації або виникає потреба уточнити певні деталі ситуації, може використовуватися метод ігрового програвання (імітаційні рольові ігри).

Всі ситуації фіксуються на окремих картках. У такий спосіб формується банк типових критичних ситуацій, в яких актуалізуються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації (перша частина вправи «Скринька Пандори»). Детальніше ці ситуації та бар'єри аналізуються на наступному етапі.

У завершальній частині даного етапу учасникам дається домашнє завдання, яке передбачає: 1) створення коміксів, які ілюструють ситуації соціальної взаємодії, в яких актуалізуються бар'єри національної та

громадянської самоідентифікації; 2) виконання завдань веб-квесту (для цього учасники розподіляються на міні-групи, кожна з яких отримує окреме завдання).

Особливості застосування коміксів та веб-квестів як методів, що сприяють актуалізації та трансформації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації, більш детально розглядаються у наступних розділах.

Результати виконання домашнього завдання обговорюються на початку другого етапу.

Етап 2. Рефлексія уявлень про себе як українців та особливостей прояву бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації.

Мета – активізація рефлексії уявлень про себе як українців (представників політичної нації та громадян) та особливостей прояву бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації.

Завдання:

- визначення індивідуальних та групових проблем, пов'язаних з національною та громадянською самоідентифікацією у різних підсистемах соціальної взаємодії;
- оцінка адекватності власної поведінки вимогам критичних ситуацій соціальної взаємодії, в яких виявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації;
- оволодіння навичками рефлексії ситуацій соціальної взаємодії, в яких виявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації;
- об'єктивація стратегій поведінки при розв'язанні критичних ситуацій у ситуаціях соціальної взаємодії, в яких виявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації;
- визначення зон емоційного комфорту / дискомфорту у різних підсистемах соціальної взаємодії;

- оволодіння вміннями та навичками оптимізації соціальної взаємодії, пошуку альтернативних рішень під час розв'язання критичних ситуацій, в яких виявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації;
- рефлексія можливих стратегій у ситуаціях соціальної взаємодії; в яких виявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації;
- створення мотивації до трансформації власного досвіду соціальної взаємодії.

Базові методи та спеціальні техніки: тематична групова дискусія («Патртіоти-псевдопатртіоти»), метод аналізу критичних ситуацій (вправа «Скринька Пандори»), комікси, веб-квести, кейс-метод, метод імітації (імітаційні рольові ігри, вправи «Самоналіз» та «Мої козири»), метод концентрації присутності, брейнстормінг [6;13;29;30].

Основний зміст та послідовність дій на другому етапі.

Перед початком цього етапу передбачено групову рефлексію попередньої групової роботи за методикою «рефлексивний квадрат».

Після цього кожною підгрупою презентуються результати виконання веб-квесту. Презентації завершуються груповим обговоренням.

Далі учасниками демонструються підготовлені ними комікси, які ілюструють ситуації, в яких актуалізуються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації. Після демонстрації коміксів також відбувається групове обговорення представленого в них контенту.

Після обговорення результатів домашнього завдання група переходить до основної частини роботи.

Групова дискусія на другому етапі розгортається з використанням техніки зворотної воронки (побудована за індуктивною логікою – від особливого до загального).

Першим кроком є проведення тематичної групової дискусії «Патртіоти-псевдопатртіоти», покликаної актуалізувати уявлення учасників про полярні і найбільш розповсюджені позиції, поширені у суспільній думці.

Після цього учасники виконують вправу «Скринька Пандори» і їм пропонується здійснити аналіз критичних ситуацій соціальної взаємодії (виявлених на першому етапі), в яких виявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації.

У разі необхідності (наприклад, коли критичних ситуацій було виявлено замало або вони дуже схожі й ілюструють обмежену кількість бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації) предметом обговорення можуть бути спеціально підібрані ситуації (кейси). У цьому випадку кейси використовуються як доповнення до сформованого раніше банку критичних ситуацій.

В окремих випадках, що стосуються найбільш типових критичних ситуацій, з якими пов'язані інтенсивні емоційні переживання багатьох учасників («чіпають за живе»), може використовуватися метод ігрового програвання (імітаційні рольові ігри).

Далі виконується вправа «Самоаналіз» під час виконання якої учасники дають вільні описи себе як українців (представників політичної нації та громадян), подумки фіксуючись на емоціях та почуттях, що при цьому виникають. По завершенні вправи учасники діляться власними емоціями з групою.

Після цього учасники виконують вправу «Мої козирі», в процесі виконання якої їм необхідно навести якомога більше переваг від того, що вони українці. Таким чином, формується банк інформації про основні переваги бути українцем. Далі учасникам в процесі групового обговорення потрібно розповісти можливі стратегії реалізації цих переваг у реальних ситуаціях соціальної взаємодії.

Для активізації дій учасників під час пошуку нових стратегій поведінки у ситуаціях соціальної взаємодії, в яких виявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації, використовуються брейнстормінгові техніки (прямий та зворотний брейнстормінг) [29;30].

Крім того, додатково аналізуються можливі зміни в емоціях та переживаннях у певних критичних ситуаціях за умови реалізації альтернативних стратегій поведінки. Ставляться уточнюючі запитання:

- Реалізація тієї чи іншої стратегії змінює ситуацію взаємодії? А що за такого сценарію може змінитись у нашому ставленні до себе як українців / громадян України, до представників інших націй / держав? Чому?)

Наприкінці цього етапу учасникам пропонується відповісти на запитання, які стосуються можливих змін в уявленнях про себе як українців (представників політичної нації та громадян):

- Наскільки використання запропонованих вами стратегій сприяє трансформації ситуацій взаємодії у конструктивний бік? Чому? А що в такому випадку може змінитися в наших уявленнях про себе як українців? Чому? Чи зникають при цьому перешкоди, які заважають позитивному уявленню про себе як українців? Чому?

У завершальній частині даного етапу учасникам дається домашнє завдання, яке передбачає: 1) переробку коміксів, які ілюструють ситуації соціальної взаємодії, в яких актуалізуються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації (пропонується переробити комікси з урахуванням знань, вмінь та навичок, набутих під час тренінгу); 2) виконання завдань наступного веб-квесту (для цього завдання учасники розподіляються на міні-групи, кожна з яких отримує окреме завдання).

Результати виконання домашнього завдання обговорюються на наступних етапах. Результати виконання веб-квесту розглядаються на початку третього етапу. Перероблені комікси розглядаються на початку четвертого етапу.

Етап 3. Трансформація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації та оновлення власного комунікативного досвіду.

Мета – створення мотивації до трансформації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації та оволодіння вміннями та навичками оптимізації соціальної взаємодії.

Завдання:

- створення мотивації до аутокорекції та трансформації власного комунікативного досвіду, конструктивного подолання перешкод для формування позитивної національної та громадянської ідентичності;
- аналіз можливих стратегій щодо координації спільних дій в ситуаціях, які негативно впливають на процес національної та громадянської самоідентифікації;
- оволодіння вміннями та навичками оптимізації позиційних структур в різних ситуаціях соціальної взаємодії, пов'язаних з демонстрацією національної та громадянської ідентичності.

Базові методи та спеціальні техніки: метод аналізу ситуацій, комікси, веб-квест, кейс-метод, групова дискусія, імітаційні рольові ігри (техніка «Альтернативні перетворення»), диспозиційні та спонтанно-імпровізаційні ігри [13;14;29;30].

Основний зміст та послідовність дій на другому етапі.

Перед початком цього етапу передбачено групову рефлексію попередньої групової роботи за методикою «рефлексивний квадрат».

Після цього кожною підгрупою презентуються результати виконання веб-квесту, який був запропонований наприкінці другого етапу. Презентації завершуються груповим обговоренням.

Після обговорення результатів домашнього завдання група переходить до основної частини роботи.

Найбільш значущі для учасників ситуації відтворюються у форматі імітаційних ігор. Учасниками проробляються можливі сценарії конструктивного вирішення ситуацій.

При цьому використовується техніка «Альтернативні перетворення». У процесі обговорення та ігрового програвання особлива увага приділяється

пошуку альтернативних стратегій поведінки в критичних ситуаціях взаємодії:

- Що і як можна змінити у ситуації? Яким чином? Як саме? Що для цього може зробити особисто кожен з нас?), аналізу їх переваг та недоліків, визначенню найефективніших з них.

Наприкінці цього етапу учасникам пропонується відповісти на запитання, які стосуються можливих змін в уявленнях про себе як українців (представників політичної нації та громадян):

- Наскільки використання запропонованих вами стратегій сприяє трансформації ситуацій взаємодії у конструктивний бік? Чому? А що в такому випадку може змінитися в наших уявленнях про себе як українців? Чому? Чи зникають при цьому перешкоди, які заважають позитивному уявленню про себе як українців? Чому?

У завершальній частині даного етапу учасникам дається домашня, яке передбачає виконання завдань наступного веб-квесту (для цього учасники розподіляються на міні-групи, кожна з яких отримує окреме завдання).

Етап 4. Інтеграція набутого досвіду.

Мета – актуалізація готовності застосовувати набутий комунікативний досвід (знання, вміння та навички) у реальних ситуаціях життєдіяльності.

Завдання:

- створити умови для концептуалізації та систематизації учасниками набутого комунікативного досвіду;
- закріплення мотивації до аутокорекції та трансформації набутого досвіду;
- розвиток готовності застосовувати нові знання, вміння, навички в реальній взаємодії.

Базові методи та спеціальні техніки: тематична групова дискусія («Погляд у майбутнє»), кейс-метод, техніка «3 D», метод групової рефлексії.

Основний зміст та послідовність дій на третьому етапі.

Перед початком цього етапу передбачено рефлексію попередньої групової роботи за методикою «рефлексивний квадрат».

Після цього кожною підгрупою презентуються результати виконання веб-квесту, який був запропонований наприкінці третього етапу. Презентації завершуються груповим обговоренням.

Далі учасниками демонструються перероблені ними комікси (завдання, що було надане після другого етапу), які ілюструють ситуації, в яких виявляються бар'єри національної та громадянської самоідентифікації.

Після демонстрації коміксів відбувається групове обговорення представленого в них контенту. Основним предметом обговорення є зміни представлених в коміксах, запропоновані учасниками.

Після обговорення результатів домашнього завдання група переходить до основної частини роботи.

Першим кроком є використання техніки «3 D» [30]. Учасникам по чергово пропонується опис спеціально підібраних ситуацій (кейсів), які не були предметом обговорення на попередніх етапах, але також є типовими з точки зору прояву бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації.

Після ознайомлення із певною ситуацією учасникам пропонується швидко (одним реченням) визначити головну проблему через виокремлення специфіки ситуації, ставлення до неї як українця (представника політичної нації та громадянина).

Бажано, щоб кількість кейсів приблизно дорівнювала кількості учасників, щоб кожен з них мав можливість виконати вправу. Відповіді учасників фіксуються на дошці або фліпчарті.

Далі учасникам пропонується провести тематичну групову дискусію «Погляд у майбутнє». У форматі групової дискусії учасники визначають ймовірні стратегії конструктивного вирішення ситуацій, аналізуються можливості використання цих стратегій в різних підсистемах соціальної взаємодії у майбутньому.

У підсумковій частині групової дискусії обговорюється можливість використання набутого досвіду в реальній соціальній взаємодії:

- Що нового ви дізналися, зрозуміли, навчилися? Що з цього ви готові використовувати у реальних життєвих ситуаціях? У чому сумніваєтесь? Що не будете використовувати? Чому?

Заклучна частина.

Післятренінгова діагностика. Проводиться з метою отримання деталізованої інформації про особливості оновлення уявлень учасників про себе як українців (представників політичної нації та громадян), трансформації ними бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації, готовності використовувати набутий досвід в реальній соціальній взаємодії. Проводиться наступного дня після завершення тренінгу.

Посттренінговий супровід. Організація індивідуальних консультацій для учасників після завершення тренінгу.

Розроблена нами програма тренінгу, спрямованого на активізацію національної та громадянської самоідентифікації молоді успішно апробована в роботі зі студентами закладів вищої освіти м. Києва.

* * *

Активізація національної та громадянської самоідентифікації передбачає створення спеціальних соціально-психологічних умов, які можна забезпечити завдяки впровадженню спеціалізованих освітніх програм та тренінгів. В процесі розробки таких програм принципово важливим завданням є трансформація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації молоді. Оскільки самоідентифікація відбувається у процесі соціальної взаємодії, то бар'єри переважно мають комунікативну природу, а їх перетворення безпосередньо пов'язане з набуттям нового комунікативного досвіду.

Основними способами зміни практик вважають: артикуляцію (коли фокусується, називається більш чітко окреслюється певний спосіб дії або стиль поведінки, в результаті чого він набуває певного поширення у суспільстві); 2) реконфігурацію (зміну статусу практики, коли вона перетворюється на центральну); 3) запозичення (перенесення і поширення практик з інших культур чи інших просторів). Провідні стратегії трансформування комунікативних практик з метою активізації національної та громадянської самоідентифікації: 1) унаочнення реальних та віртуальних комунікативних практик; 2) прогностичне моделювання наслідків застосування окремих типів комунікативних практик для розвитку спільноти та держави; 3) конструювання (реконструювання) ідентифікаційного дискурсу. Трансформація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації може здійснюватись через: 1) актуалізацію бар'єрів; 2) рефлексію особливостей прояву бар'єрів; 3) трансформування бар'єрів в різних підсистемах соціальної взаємодії; 4) інтеграцію набутого досвіду.

Актуалізація бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації передбачає використання технологій діагностики: розпізнавання бар'єрів, визначення особливостей впливу на самоідентифікацію, визначення референтних груп впливу. Для забезпечення переосмислення особливостей прояву бар'єрів можна використовувати рефлексивні технології: оцінки багатоплановості проявів бар'єрів у підсистемах соціальної взаємодії, визначення зон комфорту / дискомфорту, оцінки адекватності власної поведінки в ситуаціях прояву бар'єрів, рефлексії можливих стратегій поведінки при виникненні бар'єрів у реальній соціальній взаємодії. Для трансформування бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації в різних підсистемах соціальної взаємодії можна застосовувати технології перетворення, зокрема створення мотивації до трансформації власного комунікативного досвіду та оволодіння вміннями та навичками оптимізації соціальної взаємодії. Завершення процесу трансформації передбачає інтеграцію набутого досвіду, яка може бути досягнута за рахунок

використання технологій концептуалізації досвіду: закріплення мотивації до аутокорекції та трансформації набутого досвіду, розвитку готовності застосовувати нові знання, вміння, навички в реальній взаємодії.

Розроблена нами програма соціально-психологічного тренінгу, спрямованого на активізацію національної та громадянської самоідентифікації молоді успішно апробована у закладах вищої освіти. Вказана програма складається з наступних частин: вступ (індивідуальні співбесіди, установча зустріч), етап актуалізації уявлень про себе як українців та бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації, етап рефлексії уявлень про себе як українців та особливостей прояву бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації, етап трансформації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації та оновлення власного комунікативного досвіду, заключна частина (післятренінгова діагностика, посттренінговий супровід).

Базовими методами та спеціальними техніками, які використовуються в тренінгу виступають: на першому етапі – групова дискусія (метод обміну досвідом), зондувальні запитання, метод імітації (імітаційні рольові ігри), метод символічного вираження (створення колажів «Справжній українець» / «Псевдоукраїнець», «Справжній громадянин» / «Псевдогромадянин»), метод аналізу відеоконтенту, веб-квест, вправа «Скринька Пандори»; на другому етапі – тематична групова дискусія («Патріоти-псевдопатріоти»), метод аналізу критичних ситуацій (вправа «Скринька Пандори»), комікси, веб-квести, кейс-метод, метод імітації (імітаційні рольові ігри, вправи «Самоналіз» та «Мої козири»), метод концентрації присутності, брейнстормінг; на третьому етапі – метод аналізу ситуацій, комікси, веб-квест, кейс-метод, групова дискусія, імітаційні рольові ігри (техніка «Альтернативні перетворення»), диспозиційні та спонтанно-імпровізаційні ігри; на четвертому етапі – тематична групова дискусія («Погляд у майбутнє»), кейс-метод, техніка «3 D», метод групової рефлексії.

3.2. Комікс як діагностичний інструмент і засіб активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді

Перспективним напрямом активізації національної та громадянської самоідентифікації може бути використання креолізованих текстів.

Креолізованим вважається текст, фактура якого складається щонайменше з двох різнорідних частин: вербальної і невербальної. Термін був введений Ю. Сорочиним та Є. Тарасовим, які запропонували позначати так тексти, «фактура яких складається з двох негомогенних частин» [46].

В процесі сприймання креолізованого тексту відбувається подвійне декодування закладеної в ньому інформації, тобто при виокремленні концепту зображення відбувається його накладення на концепт вербального тексту. Відповідно, взаємодія двох концептів приводить до створення єдиного загального концепту (сенсу) креолізованого тексту [45].

З функціональної точки зору, креолізовані тексти поєднують в собі реалізацію двох функцій впливу: 1) функції впливу мови, що реалізується за допомогою всього арсеналу лінгвістичних засобів виразності; 2) функції масової комунікації, що реалізується із застосуванням особливих медіа-технологій, характерних для того або іншого засобу масової інформації [46].

Фактично, креолізація – це комбінування засобів різних семіотичних систем в комплексі. До засобів креолізації вербальних текстів відносяться образотворчі компоненти та всі технічні моменти оформлення тексту, що впливають на його зміст.

Одним з найбільш відомих і популярних варіантів використання креолізованих текстів є комікси. Комікс – це мультимодальний (креолізований) текст, що містить зображення й тексти. За визначенням С. МакКлауда, комікс – це «ілюстративні та інші зображення, поставлені поруч в продуманій послідовності для передачі інформації і/або отримання естетичного відгуку від глядача» [79, с.17].

На нашу думку, комікс має високий діагностичний та розвивальний потенціал активізації процесів національної та громадянської самоідентифікації молоді.

По-перше, цьому сприяє взаємодія вербальних і невербальних компонентів коміксу, а також широкі можливості його використання як проективної методики.

По-друге, комікси є звичним для молоді продуктом творчості. Саме тому, креативні завдання на створення коміксів є релевантними для даної цільової групи.

По-третє, використання коміксів відповідає основним способам зміни комунікативних практик (артикуляції, реконфігурації, запозиченню).

По-четверте, застосування коміксів дозволяє в умовах тренінгу реалізовувати стратегії унаочнення, прогностичного моделювання та конструювання (реконструювання) ідентифікаційного дискурсу.

В розробленому нами соціально-психологічного тренінгу завдання із створення коміксів насамперед використовувались для актуалізації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації.

Учасникам тренінгу пропонувалось зробити комікси, які відображають особливості їх комунікації як українців (представників політичної нації та громадян) в різних підсистемах соціальної взаємодії (Додатки 7-11).

Розробка коміксів відбувалась у форматі домашнього завдання. А самі комікси і те, що в них було відображено учасниками, ставали предметом обговорення під час тренінгових занять.

Для підготовки коміксів ми зазвичай рекомендуємо учасникам користуватись безкоштовними Інтернет-ресурсами (наприклад, такими як StoryboardThat - <https://www.storyboardthat.com/> або іншими віртуальними конструкторами). Вони є інтуїтивно зрозумілими, простими у використанні, дозволяють зберігати індивідуальні розробки учасників у зручних для презентації на тренінгу форматах та ділитися ними з іншими в мережевому просторі.

Як вже зазначалось раніше, в нашій практичній діяльності, комікси, створені учасниками тренінгу, застосовувались для актуалізації бар'єрів в різних підсистемах соціальної взаємодії. Нижче наведено приклад коміксу, розробленого учасниками тренінгу для ілюстрації комплексу меншовартості, або «молодшого брата», коли інші держави сприймаються як успішніші і більш привабливі об'єкти ідентифікації (Рис.3.2.1.).

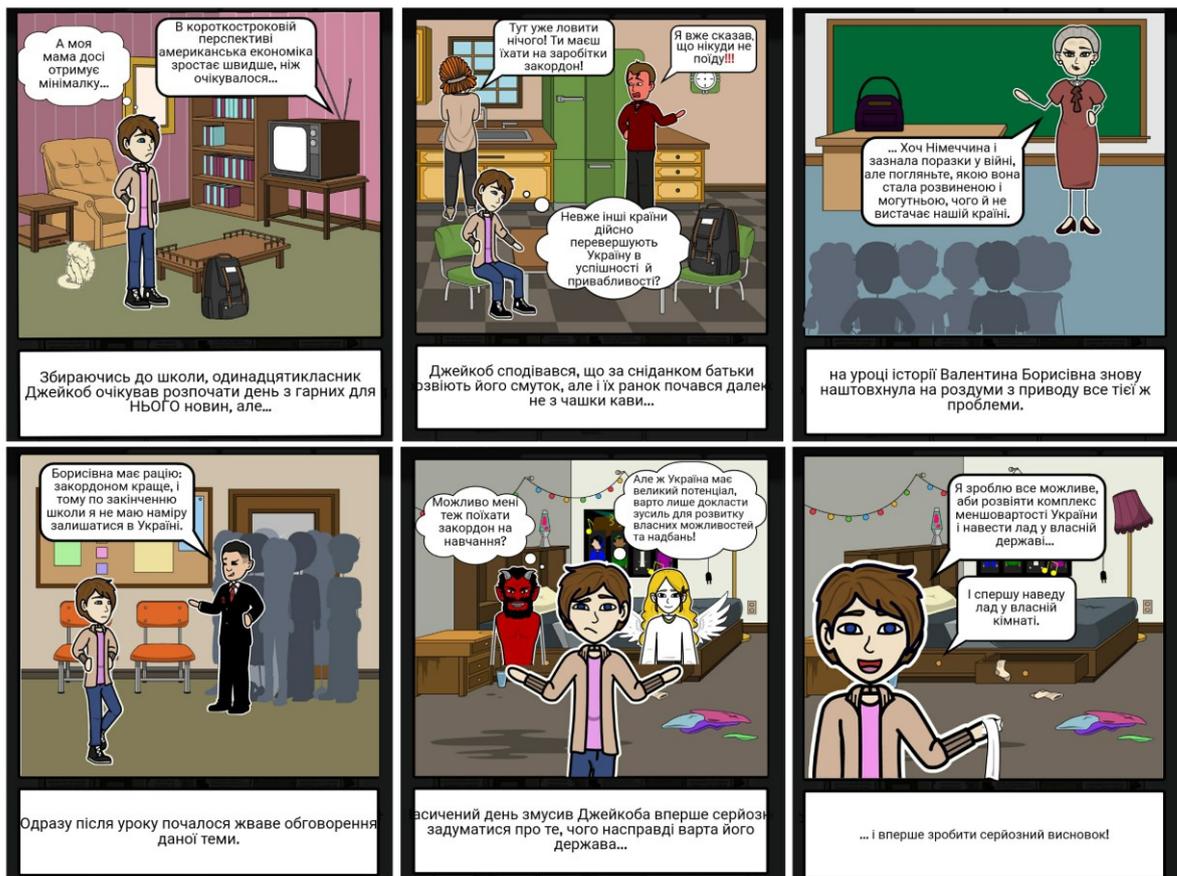


Рис.3.2.1. Приклад коміксу, який ілюструє ситуацію прояву комплексу меншовартості в різних підсистемах соціальної взаємодії.

Після підготовки коміксів учасники презентували їх на тренінгу, розповідаючи власні ілюстровані історії. Після цього відбувалось обговорення: самих ситуацій, стратегій поведінки героїв, актуалізованих бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації, емоцій та почуттів, які виникають в подібних ситуаціях.

Ми також маємо позитивний досвід використання методу створення коміксів в тренінговій практиці для підвищення резистентності молоді впливу пропаганди, що в українських реаліях є вкрай важливим, з точки зору розвитку національної та громадянської ідентичності.

При цьому інколи ми йдемо далі і разом з учасниками тренінгів на основі коміксів робимо короткі фільми. Нижче наведено кадри з одного з таких фільмів «Думай головою!» про дію російської пропаганди (Рис.3.2.2.).

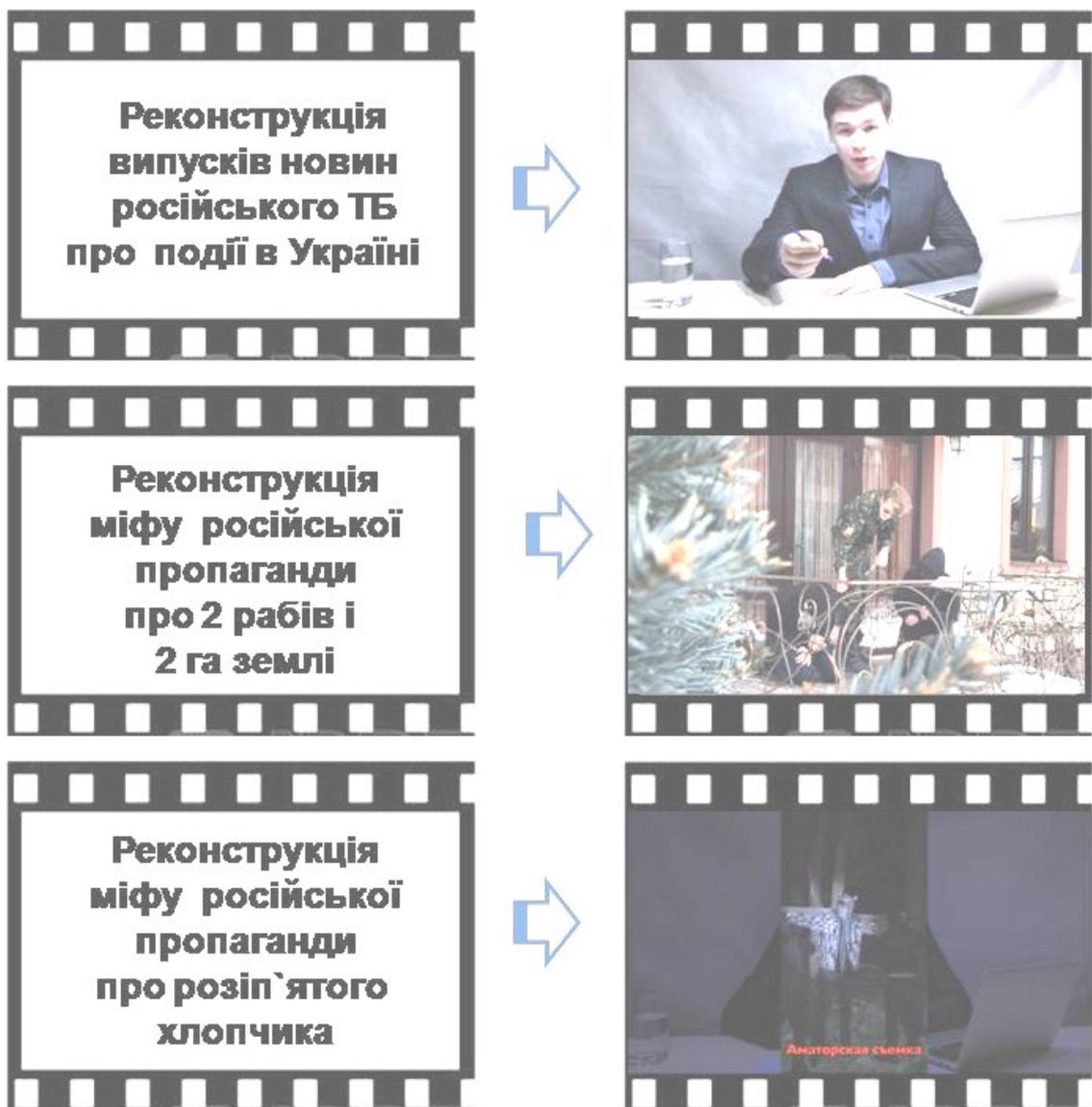


Рис.3.2.2. Кадри з фільму «Думай головою!», створеного учасниками тренінгу на основі коміксу.

В процесі створення фільму учасники дізнавалися про те, яким чином створюється пропаганда на ТБ і як подається така інформація через випуски новин. Окрім того, вони реконструювали широко відомі міфи російської пропаганди (міф «Про 2 раби та 2 га землі», які нібито обіцяні як нагорода українським солдатам, міф «Про розіп'ятого хлопчика», який нібито став жертвою українських солдат).

У тренінгу комікси використовувались нами двічі. На початкових етапах – для актуалізації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації, на завершальних етапах – для фіксації змін, які відбулися з учасниками в процесі тренінгу.

Для цього ми пропонували учасникам переробити створені ними комікси з урахування набутого в процесі тренінгу досвіду. Перероблені комікси учасники також презентували на тренінгу, розповідаючи вже про запропоновані ними зміни. Після цього відбувалось обговорення того, що було змінено.

Порівняльний аналіз перших та других варіантів коміксів дозволив виявити три основні інтенції, які виникали в учасників в процесі переробки коміксів: підвищення активності героїв коміксів у відстоюванні власної національної та громадянської ідентичності, зростання рівня асертивності героїв (здатності відстоювати свою точку зору, не порушуючи моральних прав іншої людини) та прагнення до пошуків варіантів конструктивного вирішення конфліктних ситуацій. З нашої точки зору, наявність зазначених інтенцій може розглядатись як свідчення позитивних змін учасників та ефективності тренінгу в цілому.

Як зазначалося нами раніше, комікси в процесі тренінгу можуть використовуватись і як проєктивна методика. Завдяки використанню коміксів в такий спосіб можна отримувати корисну дослідницьку інформацію.

Для цього необхідно виокремити одиниці якісного контент-аналізу коміксів. Теоретико-методологічною основою для нас виступили насамперед праці дослідників, присвячені мультимодальному аналізу та вивченню візуальних образів (Є. Є. Анісімова, М. Б. Ворошилова, Л. Дж. Філіпса, М. В. Йоргенсена, G. Kress, T. van Leeuwen, D. Machin, C. McCloud, K. L. O'Halloran).

Аналіз праць вітчизняних та зарубіжних науковців дозволив визначити індикатори національної та громадянської ідентичності для якісного контент-аналізу вербальних та невербальних компонентів коміксів.

Перелік індикаторів національної та громадянської ідентичності для якісного контент-аналізу вербальних компонентів коміксів виглядає наступним чином: 1) вербальні вказівки на певне географічне місце /країна/держава, вираз почуття приналежності до нього, усвідомлення себе в цьому просторі; 2) вказівки на відсутність приналежності до певного географічного місця /країна/держава, що викликає дискомфорт; 3) вербальні вказівки на певне географічне місце /країна/держава, яке викликає задоволення, комфорт; 4) експліцитні вказівки на національність, громадянство (ми українці, ми громадяни України); 5) наявність протиставлення «ми-вони»; 6) репрезентація «ми-групи» з позитивного боку; 7) конструювання власної ідентичності через протиставлення (порівняння) з іншими з використанням лексики позитивного, негативного або нейтрального забарвлення; 8) використання негативних висловлювань відносно представників інших груп, національностей, держав, ідеологем, пов'язаних з ними; 9) демонстрація низького рівня культури представників інших груп, національностей, держав; 10) апеляція до історії власної країни, національних свят, символів; 11) експліцитні вказівки на щось нове, відмінне у представників інших груп, національностей, держав; 12) повідомлення про володіння /не володіння /погане володіння державною мовою; 13) наявність оцінок своєї та інших мов; 14) наявність фонетичних або граматичних помилок у висловлюваннях представників інших груп,

національностей, держав; 15) використання приказок своєї країни; 16) використання іншомовних слів, приказок інших країн; 17) посилення на історичних героїв, видатних особистостей своєї країни; 18) посилення на історичних героїв, видатних особистостей інших країн; 19) наявність мілітарних висловлювань.

До переліку індикаторів національної та громадянської ідентичності для якісного контент-аналізу невербальних компонентів коміксів увійшли наступні: 1) зображення героїв великих розмірів (кого – своїх чи чужих) – натяк на домінування; 2) використання крупних шрифтів для позначення себе, своєї групи (ауто номінації); 3) наявність зображень артефактів інших культур, зовнішності представників інших гру /культур; 4) зображення представників своєї групи з національними /державними символами; 5) зображення представників інших груп (вони-груп) з національними /державними символами; 6) зображення персоніфікованих образів інших держав; 7) карикатурність зображення представників інших груп (вони-груп); 8) зображення представників інших груп (вони-груп) з привабливо або непривабливою зовнішністю; 9) розмір зображення – натяк на соціальну дистанцію, бачення окремих моментів або цілісної картини; 10) швидкість / повільність переходів між кадрами – натяк на активність / дієвість або на пасивність; 11) зображення конструктивної взаємодії з представниками інших груп, національностей, держав; 12) зображення деструктивної взаємодії з представниками інших груп, національностей, держав.

Виокремлені індикатори ми плануємо використовувати у наших подальших дослідженнях для аналізу коміксів, що ілюструють ситуації, в яких відбувається становлення національної та громадянської самоідентифікації молоді.

* * *

Використання креолізованих текстів є інноваційним засобом активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді.

Креолізованим вважається текст, фактура якого складається щонайменше з двох різнорідних частин: вербальної і невербальної.

Одним з найбільш відомих і популярних варіантів використання креолізованих текстів є комікси – мультимодальні тексти, що містить зображення й вербальну інформацію. Метод створення коміксів має високий діагностичний та розвивальний потенціал для активізації процесів національної та громадянської самоідентифікації молоді: 1) сприяє взаємодії вербальних і невербальних компонентів коміксу, а також має широкі можливості його використання як проєктивної методики; 2) комікси є звичним для молоді продуктом творчості, тому креативні завдання на створення коміксів є релевантними для даної цільової групи; 3) використання коміксів відповідає основним способам зміни комунікативних практик (артикуляції, реконфігурації, запозиченню); 4) застосування коміксів дозволяє в умовах тренінгу реалізовувати стратегії унаочнення, прогностичного моделювання та конструювання (реконструювання) ідентифікаційного дискурсу.

В розробленому соціально-психологічному тренінгу завдання із створення коміксів можуть використовуватись з подвійною метою. На початкових етапах – для актуалізації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації, на завершальних етапах – для фіксації змін, які відбулися з учасниками в процесі тренінгу.

Аналіз коміксів дозволив виявити три основні інтенції, які виникали в учасників в процесі переробки коміксів: підвищення активності героїв коміксів у відстоюванні власної національної та громадянської ідентичності, зростання рівня асертивності героїв (здатності відстоювати свою точку зору, не порушуючи моральних прав іншої людини) та прагнення до пошуків варіантів конструктивного вирішення конфліктних ситуацій. Наявність зазначених інтенцій може розглядатись як свідчення позитивних змін учасників та ефективності тренінгу в цілому.

Виокремлені індикатори національної та громадянської ідентичності можуть використовуватись в дослідницькій практиці для якісного контент-аналізу вербальних та невербальних компонентів коміксів.

3.3. Веб-квест як метод активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді

В межах спеціалізованих освітніх і тренінгових програм, спрямованих на розвиток національної та громадянської самоідентифікації молоді, можна використовувати інноваційні методи активного соціального навчання.

Аналіз сучасних трендів засвідчує, що найбільший потенціал в роботі зі студентською молоддю мають методи активного навчання, які: містять елементи гейміфікації [49;50;82] та інтерактивності [50], дозволяють використовувати Інтернет-ресурси та соціальні медіа [21;50;81], надають можливості для вияву самостійної творчої активності та самореалізації [49;82], забезпечують умови для кооперації при виконанні навчальних вправ та завдань [47;82].

Зазначеним вимогам відповідає такий метод активного навчання, як веб-квест. Цей метод передбачає пошуковий формат занять, під час проведення яких більша частина матеріалу або ж вся інформація, з якою працюють студенти, отримується ззовні (від тренера або з Інтернету). Як правило, для цього використовуються різні програми – від простих ресурсів для поширення текстових або інших документів (Dropbox, Google Docs) або профілів у соціальних мережах (Facebook, Twitter, Instagram) до спеціально створених сайтів [47;82].

До стандартного набору базових структурних елементів веб-квесту відносять: (1) вступ, (2) завдання, (3) процес, (4) джерела, (5) оцінювання та висновки. Однак ми додаємо ще один елемент – (6) лайфхак (lifehack), який є фактично варіантом концептуалізації набутих знань та досвіду в термінах «життєвої мудрості» у формі, придатній для передачі інформації будь-якій пересічній або недостатньо обізнаній в певній тематиці людині.

Наш досвід застосування веб-квестів для активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді в умовах тренінгу доводить їх додаткову корисність, адже цей метод не тільки сприяє активізації пізнавальної та пошукової активності учасників, але й апріорі передбачає опцію створення власного контенту.

В залежності від рівня підготовки, ступеню обізнаності, наявності/відсутності часових обмежень лайфхак може набувати різних форм. Це може бути проста розповідь з використанням підручних засобів для ілюстрацій, підготовка інтерактивних плакатів, коміксів, презентацій, аудіо- або відеороликів. Вибір форми може варіювати в залежності від стадії освітньої програми або тренінгу. На початкових стадіях використовуються більш прості форми, які не потребують серйозної додаткової підготовки, на фінальних стадіях – більш складні, які потребують спеціальних технічних навичок. В процесі розробки освітніх або тренінгових програм, спрямованих на розвиток пізнавальної активності учасників тренінгу, спочатку корисно проводити індивідуальні або групові інтерв'ю. За результатами їх проведення визначається ступінь готовності учасників до виконання веб-квестів.

У процесі інтерв'ювання важливо з'ясувати: особливості доступу учасників тренінгу до медіаресурсів, ступінь їх обізнаності в сфері медіатехнологій, характер їх взаємодії з медіа та специфіку активності у соціальних мережах, ступінь володіння технічними засобами (програмами, додатками), необхідними для створення власного контенту, наявність досвіду використання медіаресурсів для досягнення власних цілей (ведення блогу, власний канал на YouTube, популяризація власних профілів у соціальних мережах). Отримання даної інформації дає змогу підібрати завдання, які можуть бути цікавими за змістом та релевантними за засобами, необхідними для їх виконання.

В процесі проходження веб-квесту учасники отримують завдання та обирають ту чи іншу професійну/соціальну роль, в межах якої вони їх надалі і виконують. Наш досвід застосування веб-квестів свідчить про користь від

зміни ролей при виконанні різних завдань. Це створює умови для рольової децентрації, що в свою чергу активізує рефлексію та полегшує концептуалізацію набутого досвіду [28;30;56]. Особливо важливим це є тоді, коли метою тренінгу виступає активізація національної та громадянської самоідентифікації молоді.

В окремих випадках доцільно починати веб-квест з завдань на «розігрів». Так, наприклад, якщо серед завдань веб-квесту є набуття навичок розпізнавання певних зображень, перші завдання можуть бути спрямовані на побудову колажів з використанням веб-контенту. По-перше, наш досвід використання даного методу [26;27;34] та досвід наших колег [18;78] свідчить про те, що його використання дає змогу отримати цікаву інформацію, яка сама по собі може бути предметом рефлексії. По-друге, такого типу завдання є відносно простими для виконання, однак при цьому активізують уяву та сприяють орієнтації учасників тренінгу в Інтернет-просторі. На заключних стадіях тренінгу можуть використовуватись завдання веб-квестів, які передбачають розвиток навичок користування спеціалізованими програмними додатками (наприклад, Findexif.com, Foto Forensics, Google Search by Image, TinEye, WebMii, Jeffrey's Exif Viewer, JPEGsnoop, Geofeedia, Wolfram Alpha). При формуванні переліку ресурсів корисно використовувати не тільки власні заготовки тренера, але й посилання на медіаресурси (в т.ч. навчальні матеріали на YouTube, навчальні та художні фільми), корисні відкриті інформаційні платформи (наприклад, такі як Media Sapiens – <http://osvita.mediasapiens.ua/>). Перелік інформаційних ресурсів не повинен бути вичерпним, щоб в учасників тренінгу залишалися стимули для самостійного інформаційного пошуку.

Приклад веб-квесту з програми тренінгу активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді

Інструкція. Шановні колеги, вам пропонується виконати завдання веб-квесту. Це дозволить розширити уявлення про можливості застосування психологічних знань в різних ситуаціях соціальної взаємодії. Для виконання

завдань веб-квесту вам знадобиться творча уява та наполегливість в самостійному інформаційному пошуку. Проходження веб-квесту передбачає 2 етапи. Після кожного етапу вам буде необхідно підготувати відповідні презентаційні матеріали. Бажаємо успіху!

Попередній етап. Ознайомлення з ролями.

Уявіть собі, що ви експерти, які входять у проектну групу, яка займається консультуванням в сфері крос-культурних комунікацій. В цій групі ви можете виконувати різні професійні ролі. Оберіть для себе одну з них:

Експерт-верифікатор – спеціаліст з розпізнавання брехні.

Експерт-комунікатор – спеціаліст в сфері комунікації. .

Експерт-культуролог – спеціаліст з крос-культурної взаємодії.

Експерт-конфліктолог – спеціаліст з вирішення конфліктних ситуацій.

Після того, як ви обрали певну роль, необхідно об'єднатись у міні-групи за професійною ознакою.

Завдання 1. Використовуючи запропоновані посилання та самостійну пошукову активність, відшукайте інформацію про ключові компетенції, знання, вміння та навички, які повинні мати: експерт-верифікатор, експерт-комунікатор, експерт-культуролог та експерт-конфліктолог.

Процес роботи. Після завершення інформаційного пошуку підготуйте презентацію. В залежності від того, чю професійну роль ви обрали, в презентаційних матеріалах необхідно відобразити:

- ключові компетенції даного спеціаліста;
- основні напрями роботи спеціаліста.

Додатково необхідно визначити:

- ***для експерта-верифікатора*** – індикатори (зовнішні ознаки) брехні;
- ***для експерта-комунікатора*** – засоби вербальної та невербальної комунікації, необхідні для більш ефективного спілкування;
- ***для експерта-культуролога*** – методи підвищення ефективності крос-культурної взаємодії;

- **для експерта-конфліктолога** – методи та прийоми вирішення конфліктних ситуацій.

Термін підготовки презентаційних матеріалів першого завдання – 1 тиждень. В процесі роботи міні-групам експертів варто об'єднатись в соціальних мережах для спільної дистанційної роботи над виконанням завдання. Підготовлені вами матеріали необхідно буде презентувати колегам на початку тренінгу під час наступної зустрічі, яка відбудеться через тиждень. Після цього буде проведена групова дискусія з метою рефлексії здобутків на цьому етапі.

Завдання 2. На другому етапі вам буде запропоновано переглянути добірку спеціально підготовленого для кожної групи відео контенту (з художніх та документальних фільмів).

Процес роботи. В процесі перегляду відеоконтенту, в залежності від обраної професійної ролі вам буде необхідно:

- **для експерта-верифікатора** – визначити, хто з відео говорив неправду та сформулювати поради відносно того, що треба робити в таких ситуаціях;
- **для експерта-комунікатора** – визначити специфіку комунікаційних проблем героїв відео та запропонувати варіанти їх вирішення;
- **для експерта-культуролога** – визначити специфіку крос-культурної взаємодії героїв відео та запропонувати варіанти її оптимізації;
- **для експерта-конфліктолога** – визначити типи та види конфліктних ситуацій героїв відео, запропонувати варіанти вирішення подібних конфліктних ситуацій.

Власні розробки оформіть у вигляді презентації. Термін підготовки презентаційних матеріалів першого завдання – 2 тижні. В процесі роботи міні-групам експертів варто об'єднатись в соціальних мережах для спільної дистанційної роботи над виконанням завдання. Підготовлені вами матеріали необхідно буде презентувати колегам на початку тренінгу під час зустрічі,

яка відбудеться через 2 тижні. Після цього буде проведена групова дискусія з метою рефлексії здобутків на цьому етапі.

Заклучна частина. Групова рефлексія. Підсумкова групова дискусія з метою рефлексії здобутків в процесі проходження веб-квесту, організована за методикою «Рефлексивний квадрат».

Ресурси:

для експерта-верифікатора

- [http://www.e-reading.club/bookreader.php/106192/Ekman - Psihologiya_lzhi.html](http://www.e-reading.club/bookreader.php/106192/Ekman_-_Psihologiya_lzhi.html)
- https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%81%D0%B8%D1%85%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F_%D0%BB%D0%B6%D0%B8
- <http://psyfactor.org/liar.htm>

для експерта-культуролога

- <https://postupi.online/professiya/menedzher-po-kross-kulturnoj-kommunikacii/>
- <http://atlas100.ru/catalog/menedzhment/menedzher-po-kross-kulturnoy-kommunikatsii/>
- <http://www.deklarantonline.ru/nashi-kursy/vneshneekonomicheskaya-deyatelnost-2/kross-kulturnye-kommunikacii-trening/>

для експерта-конфліктолога

- https://www.researchgate.net/publication/281376587_Girnik_AM_Komunikativni_aspekti_dialnosti_eksperta-konfliktologa
- <https://blog.liga.net/user/vorehov/article/22032>
- <http://ua.textreferat.com/referat-10462-1.html>

Варто відзначити, що веб-квест є досить гнучким інструментом. Завдяки його використанню можна вирішувати додаткові освітні завдання. Так, важливим моментом в освітньому процесі, а особливо в тренінгу, є створення в учасників належної мотивації. З часів М. Форверга одним з методів формування такої мотивації є лабілізація [62]. Однак багато психологів критично ставляться до застосування даного методу [6;41;52]. Використання веб-квестів може бути своєрідною альтернативою лабілізації, бо дозволяє створювати необхідну мотивацію завдяки реалізації «принципу виклику завдання», сформульованому О. В. Сидоренко [41;42]. Крім того, використання веб-квестів дозволяє підтримувати цю мотивацію, якщо між

заняттями є тривалі перерви. Серед загальних переваг використання веб-квестів можна відзначити наступні:

- зосередження учасників тренінгу на темі, коли вони працюють з інформацією, особливо в Інтернеті (діяльність учасників організована у веб-квесті, тому вони зосереджені на використанні інформації, а не на її пошуку);
- підтримка критичного мислення та навичок вирішення проблем через оригінальне оцінювання, кооперативне навчання, створення планів та інтеграції освітніх та медіатехнологій;
- стимуляція кооперативного навчання через спільну діяльність у групі (навіть у віртуальній);
- розвиток технологічних навичок учасників тренінгу;
- надання можливості вибору варіантів завдання на різних веб-сайтах (використання різних сайтів як джерел інформації дозволяє учасникам вибирати ті джерела, які найкраще відповідають їх розумінню проблеми/завдання);
- забезпечення чіткого та структурованого зворотного зв'язку (чіткі інструкції до виконання завдання і/або критерії оцінювання надаються на початку веб-квесту, тому учасники тренінгу точно знають, що від них очікують);
- підсилення розвитку міждисциплінарних навичок, що дає учасникам тренінгу можливість поєднати навчання з реальним досвідом;
- створення ситуацій, в яких учасники отримують інформацію, обговорюють питання, приймають участь у тематичних дискусіях, залучаються до виконання ролей і вирішення проблем;
- надання можливості приміряти на себе інші професійні/соціальні ролі у безпечній формі;
- заохочення учасників до співпраці і зацікавленого навчання.

Досвід застосування веб-квестів, набутий в межах наших досліджень, було впроваджено в освітню практику. Веб-квести стали складовою

частиною тренінгової програми подолання бар'єрів та технології активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді.

* * *

Наш практичний та дослідницький досвід дозволяє визначити найбільш важливі моменти, пов'язані з використанням веб-квестів. Веб-квест належить до інноваційних методів активного навчання, придатних для активізації національної та громадянської самоідентифікації студентської молоді. Даний метод містить елементи гейміфікації та інтерактивності, дозволяє використовувати Інтернет-ресурси та соціальні медіа, надає можливості для прояву учасниками тренінгу самостійної творчої активності та самореалізації, забезпечує умови для кооперації при виконанні навчальних вправ та завдань.

Базовими структурними елементами веб-квесту є: вступ, завдання, процес, джерела, оцінювання та висновки, створення лайфхаку контенту. Лайфхак (lifehack) як варіант концептуалізації набутих знань та досвіду в термінах «життєвої мудрості» у формі, придатній для передачі інформації іншим особам є корисним елементом освітніх програм або тренінгів, спрямованих на активізацію національної та громадянської самоідентифікації молоді.

В процесі активізації національної й громадянської самоідентифікації молоді веб-квести можуть використовуватись для дистанційного та аудиторного навчання, підтримки зацікавленості у навчанні, створення надихаючої мотивації під час тренінгу (альтернатива використанню методу лабіалізації), що забезпечує більш високий рівень ефективності навчальних та тренінгових програм з використанням веб-квестів порівняно з традиційними програмами та методами навчання. Імплементация даного методу активного навчання в процес розробки технологій трансформації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації молоді підвищує ефективність тренінгу.

ЗАКЛЮЧНЕ СЛОВО

Активізація процесів національної та громадянської ідентифікації у молоді є досить важливим та актуальним завданням. Успішність його вирішення багато в чому визначається методами, які використовуються для цього.

Точкою опори для розробки програм активізації національної та громадянської ідентифікації повинні слугувати результати комплексної діагностики, що передбачає використання методів та методик, створених в межах номотетичного та ідеографічного підходів. Останні є особливо корисними, адже вони дозволяють глибше зрозуміти те, як відбувається процес самоідентифікування молоді, визначити найважливіші змістовні компоненти та бар'єри на шляху формування ідентичності. У поєднанні з результатами, отриманими за допомогою номотетичних методів та методик, це дозволяє визначити стратегічні орієнтири для активізації процесів самоідентифікації в умовах тренінгу.

Не менш важливим є використання інноваційних методів активного соціального навчання, які є релевантними для молоді. Досвід наших досліджень свідчить про високий потенціал таких сучасних методів як веб-квести та комікси, які спрямовані на розвиток самостійної пізнавальної та пошукової активності, містять елементи гейміфікації та надають молодим людям проявляти творчість, виробляти власний контент в процесі тренінгу. Привнесення зазначених методів в тренінгову практику дозволяє більш якісно використовувати технології актуалізації, рефлексії та трансформації бар'єрів в процесі самоідентифікування, сприяє реалізації стратегій трансформування комунікативних практик з метою активізації національної та громадянської самоідентифікації.

Список використаних джерел

1. Аза Л. Етнічність у контексті національно-державної ідентифікації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://i-soc.com.ua/institute/11-Aza.pdf> (30.10.2018).
2. Асмолов А. Г. Как рождается гражданская идентичность в мире образования: от феноменологии к технологии: в 2-х ч. / А. Г.Асмолов. – М.: Федеральный ин-т развития образования, 2011. – Ч. 1. – 112 с.
3. Белановский, С. А. Индивидуальное глубокое интервью / С. А. Белановский. – М.: Никколо-Медиа, 1993. – 320 с.
4. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М.: Медиум, 1995. – 323 с.
5. Блумер Г. Символический интеракционизм. / Г. Блумер. – М.: Элементарные формы, 2017. – 346 с.
6. Большаков В. Ю. Психотренинг. Социодинамика. Упражнения. Игры / В. Ю. Большаков. – СПб.: «Социально-психологический центр», 1996. – 380 с.
7. Вачков И. В. Окна в мир тренинга / И. В. Вачков, С .Д. Дерябо. – СПб: Речь, 2004. – 272 с.
8. Водолажская Т. Идентичность гражданская / Т. Водолажская // Образовательная политика. – 2010. – № 5–6. – С. 140–142.
9. Воропаєва Т. Спільна ідентичність в контексті консолідації українства / Т. Воропаєва // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Українознавство. – 2016. – Вип. 1. – С. 11–14.
10. Гофман И. Ритуал взаимодействия: очерки поведения лицом к лицу / И. Гофман. Пер. с англ. С. С. Степанов, Л. В. Трубицына. Под ред. Н. Н. Богомоловой и Д. А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2009. – 319 с.
11. Дейнека О. С. Опыт эмпирических исследований политического и экономического сознания / О. С. Дейнека // Вестник СПбГУ. Сер. 16. – 2015. – вып. 3. – С. 13–26.

12. Дейнека О. С. Образ экономической политики и отношение к государству у граждан Мозамбика (результаты интернет-исследования) / О. С. Дейнека, Ж. З. С. Матемулане // Вестник СПбГУ. Сер. 12. – 2012. – вып. 1. – С. 80–89.
13. Духневич В. М. Прикладні питання технологій підготовки та проведення когнітивно-орієнтованих тренінгів спілкування : методичні рекомендації / В. М. Духневич; Нац. акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. – Кіровоград : Імекс-ЛТД., 2014. – 84 с.
14. Духневич В. М., Сіверс З. Ф. Когнітивне спілкування в умовах утрудненої взаємодії та подолання бар'єрів у міжособових комунікаціях та стосунках / В. М. Духневич, З. Ф. Сіверс // Засади когнітивної психології спілкування: [монографія] / [В. П. Казміренко, В. М. Духневич, О. Ю. Осадько]; за наук. Ред. В. П. Казміренка; Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. С. 331–386.
15. Жадан І. В. Комунікативні практики як чинник громадянської і національної самоідентифікації: теоретико-методологічні засади дослідження / І. В. Жадан // Проблеми політичної психології : зб. наук. праць / Асоц. політ. психологів України, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К. : Міленіум, 2016, – Вип. 3(17) – С. 3 – 11.
16. Жадан І. В. Трансформування комунікативних практик громадянської та національної самоідентифікації: потенціал освіти дорослих / І. В. Жадан // Збірник матеріалів методологічного семінару НАПНУ «Концептуальні засади розвитку освіти дорослих: світовий досвід, українські реалії і перспективи». К., 2018.
17. Келли Дж. Психология личности. Теория личных конструктов / Дж.Келли. – СПб: Речь, 2000. – 249 с.
18. Коваленко А. Б. Соціальна ідентичність як механізм адаптації особистості під час суспільної кризи / А. Б. Коваленко, К. С. Безверха // Український психологічний журнал. – 2017. – №3. – С. 48–62.

19. Майборода О. «Українська національна ідея»: інтегративні можливості віртуальності // Національна інтеграція в полікультурному суспільстві: український досвід 1991 – 2000 років. – К., 2002. – С. 349.
20. Маринович М. Проблема збереження релігійної ідентичності в умовах відкритого суспільства / М. Маринович // Громадянське суспільство як здійснення свободи: центрально-східноєвропейський досвід / За заг. ред. А. Карася. – Львів, 1999. – С. 219–224.
21. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід: навч.-метод. посібник / за ред. Л. А. Найдьоновой, О. Т. Барішпольця. – К.: Міленіум, 2010. – 440 с.
22. Мертон Р. Фокусированное интервью / Р. Мертон, М. Фиске, П. Кендалл. – М, 2000. – 167 с.
23. Митягина Е. В. Референтные группы современной молодежи / Е. В. Митягина // Вестник нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского. Серия «Социальные науки», Выпуск 1 (6). – Н. Новгород: Изд-во ННГУ, 2007. – С.71-78.
24. Нагорна Л. Соціокультурна ідентичність: Проблема тезаурусу / Л. Нагорна // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. – 2011. – Вип. 5. – С. 56–74.
25. Остапенко І. В. Концептуальні засади дослідження комунікативних бар'єрів національної та громадянської ідентифікації / І. В. Остапенко // Український психологічний журнал. – 2016. – № 2. – С. 73–84.
26. Остапенко І. В. Особливості візуалізації уявлень студентської молоді про владно-підвладну взаємодію / І. В. Остапенко // Проблеми політичної психології: збірник наукових праць. – 2014. – Вип. 1 (15). – С. 368–374.
27. Остапенко І. В. Особливості використання проективної техніки «колаж» для дослідження уявлень студентської молоді про владні режими / І. В. Остапенко // Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки : Збірник наукових праць. – К. : Логос, 2014. – № 2 (23). – С. 187–192.

28. Остапенко І. В. Особливості використання якісних методів для дослідження комунікативних бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації / І. В. Остапенко // Проблеми політичної психології: збірник наукових праць. – 2017. – Вип. 5 (19). – С.167–178.
29. Остапенко І. В. Розвиток рефлексивних механізмів структурування дискурсу взаємодії з владою в умовах тренінгу / І. В. Остапенко, О. П. Соснюк // Збірник наукових статей Київського міжнародного університету й Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Серія : «Психологічні науки: проблеми і здобутки». – К. : КиМУ, 2015. – Випуск 8. – С.185–201.
30. Остапенко І. В. Формування рефлексивної компетентності керівника в умовах психологічного тренінгу / І. В. Остапенко // Актуальні проблеми психології. Проблеми загальної та педагогічної психології: збірник наукових праць. – 2013. – Том 11. – Вип. 7, Частина 2. – С. 141–150.
31. Панина Н. В. Как мы относимся к другим национальностям? / Н. В. Панина // Украинский обозреватель. – К, 1992. – № 1. – С.37–42.
32. Паніна Н В. Технологія соціологічного дослідження / Н. В. Паніна. – К., 2007. – 320 с.
33. Пахомова Е. В. Методика диагностики ценностных ориентаций / Е. В. Пахомова // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия «Психология» – 2011. – № 2(10). – С. 120–134.
34. Політична картина світу студентської молоді: психологічні проблеми формування. Монографія [І. В. Жадан, І. В. Остапенко, С. І. Позняк, О. М. Скнар, М. Ю. Сидоркіна, І. А. Дідук]. – Київ, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2016. – 276 с.
35. Похилько В. И. Техника репертуарных решеток в экспериментальной психологии личности / В. И. Похилько, Е. О. Федотова // Вопросы психологии. – № 3. – 1984. – С.151– 157.

36. Почебут Л. Г. Взаимопонимание культур. Методология и методы этнической и кросс-культурной психологии. Психология межэтнической толерантности. Учебное пособие / Почебут Л. Г. – СПб., 2005. – 279 с.
37. Практикум по социально-психологическому тренингу, 3-е изд., испр. и доп./ Под. ред. Б.Д. Парыгина.- СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2000. – 352 с.
38. Решетова Т. В. Как увеличить эффективность тренинга [Электронный ресурс] / Т. В. Решетова. – 2016. – Режим доступа: <https://www.b17.ru/article/42370/> (30.10.2018).
39. Румянцева Т. В. Психологическое консультирование: диагностика отношений в паре / Т. В. Румянцева. – СПб., 2006. – С. 82–103.
40. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / Под ред. В. А. Ядова. – Л. : Наука, 1979. – 264 с.
41. Сидоренко Е. В. Тренинг влияния и противостояния влиянию / Е. В. Сидоренко. – СПб.: Речь, 2006. – 255 с.
42. Сидоренко Е. В. Тренинг коммуникативной компетентности в деловом взаимодействии / Е. В. Сидоренко – СПб.: Речь, 2008. – 208 с.
43. Сміт Ентоні Д. Національна ідентичність / Ентоні Д. Сміт. – К.: Основи, 1994. – 224 с.
44. Соколова Е. Т. Психологическое исследование личности: проективные методики / Е. Т. Соколова. – М. : ТЕИС, 2002. – 150 с.
45. Сонин В. А. Психодиагностическое познание профессиональной деятельности / В. А. Сонин. – СПб., 2004. – С.216– 218.
46. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – М., 1990. – С. 178–187.
47. Соснюк О. П. Веб-квест як інструмент розвитку медіакомпететності студентської молоді / О. П. Соснюк, І. В. Остапенко // Український психологічний журнал. – 2018. – № 1 (7). – С.133 –150.

48. Соснюк О. П. Діагностика особливостей особистісної активності суб'єктів інноваційної діяльності якісними методами / О. П. Соснюк // Актуальні проблеми психології, Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – 2008. – Том 7. – Випуск 16. – С. 163–168.
49. Соснюк О. П. Ігрові технології як засіб підвищення ефективності вирішення дослідницьких завдань / О. П. Соснюк // Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць. – 2013. – Том 11. – Випуск 7, Частина 2. – С. 377–383.
50. Соснюк О. П. Інновації в організації та забезпеченні освітнього процесу: сучасні тенденції та перспективи / О. П. Соснюк // Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «Психологічна освіта в Україні: традиції, сучасність та перспективи». – Київ, 2017. – С. 241–244.
51. Соснюк О. П. Методологічні принципи формування психологічної готовності до інноваційної діяльності в умовах тренінгу / О. П. Соснюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка Серія: Соціологія. Психологія. Педагогіка. – Київ, 2006. – Випуск 26. – С. 49-52.
52. Соснюк О.П. Особливості використання лабілізації в тренінгу: можливості та обмеження / О. П. Соснюк // Український психологічний журнал. – 2016. – №2. – С. 97–108.
53. Соснюк О. П. Проективна методика «Креативний простір» як психодіагностичний та дослідницький інструмент / О. П. Соснюк // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Харків, 2011. – № 971. – Сер. Психологія. – С. 145–151.
54. Соснюк О. П. Психосемантична інтерпретація візуальних образів у прикладних дослідженнях / О. П. Соснюк // Наука і освіта. – 2012. – № 9. – С.201-205.

55. Соснюк О. П. Психосемантичні особливості національної та громадянської ідентичності студентської молоді / О. П. Соснюк, І. В. Остапенко // Український психологічний журнал. – 2017. – № 2 (4). – С.164–176.
56. Соснюк О. П. Рольова децентрація як фактор трансформації професійних стереотипів / О. П. Соснюк // Вісник Харківського університету. Серія: Психологія. – 2002. – № 550 (Частина 1). – С. 241–242.
57. Соснюк О. Семиотический анализ визуальных образов в качественных исследованиях / О. Соснюк // Маркетинговые исследования в Украине. – 2011. – №1 (44). – С. 29–35.
58. Соснюк О. П. Тренінгові технології формування навичок юридичної безпеки журналістів / О. П. Соснюк // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави, Збірник наукових праць. – 2008. – Випуск 7. – С. 418–423.
59. Стефаненко Т. Г. Этнопсихология: практикум: Учебное пособие для студентов вузов / Т. Г. Стефаненко. – М.: Аспект Пресс, 2006. – 208 с.
60. Стюарт В. Практическое применение репертуарных решеток в бизнесе / В. Стюарт. – 1997.– [Електронний ресурс] – Режим доступу – URL: http://pssw.vspu.ru/other/science/publications/valerie_stewart/index_stewart.html. (30.10.2018).
61. Татарко А. Н. Методы этнической и кросскультурной психологии /А. Н. Татарко, Н. М. Лебедева. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011. – 164 с.
62. Форверг М. Социально-психологический тренинг как метод психологического воздействия и обучения / М. Форверг // Вопросы психологии. – 1989. – №6. – С. 68–87.
63. Франселла Ф. Новый метод исследования личности. Руководство по репертуарным личностным методикам: Пер. с англ. [Общая редакция и

- предисловие. Ю. М. Забродина, В. И. Похилько] / Ф. Франселла, Д. Баннистер. – М.: Прогресс, 1987. – 236 с.
64. Фрейд З. Введение в психоанализ. Лекции / З. Фрейд. – СПб: Питер, 2007. – 384 с.
65. Хабермас Ю. В поисках национальной идентичности. Философские и политические статьи / Ю. Хабермас. – Донецк: Донбасс, 1999. – 252 с.
66. Хазратова Н. В. Громадянська ідентичність у структурі особистісних ідентичностей / Н. В. Хазратова // Проблеми політичної психології. – 2015. – Вип. 2. – С. 112-125.
67. Шикова Р. Ю. Гражданская идентичность молодёжи в современной России / Р. Ю. Шикова // Трансформация публичной сферы и сравнительный анализ новых феноменов политики : сб. науч. ст. – Краснодар : КубГУ, 2010. – С. 91–97.
68. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Э. Эриксон – М. : Издательская группа «Прогресс», 1996. – 344 с.
69. Юшин М. А. Молодежный парламентаризм и формирование гражданской идентичности / М. А. Юшин // ОБОЗРЕВАТЕЛЬ-OBSERVER. – 2007. – №7. – С. 26–35.
70. Яблонская Т. Н. Особенности идентичности «благополучных» и «проблемных» подростков и старшеклассников / Т. Н. Яблонская // Вестник Пермского университета. – Серия : «Философия. Психология. Социология». – Вып. 3 (15). – Пермь, 2013. – 196 с. – С. 123–132
71. Ядов В. А. Социальная идентификация в кризисном обществе / В. А. Ядов // Социологический журнал. – 1994. – № 1. – С. 35–52.
72. Ядов В. А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности / В. А. Ядов // Мир России. – 1995. – № 3–4. – С. 158–181.
73. Branthwaite A. An unusual approach to collage / Alan Branthwaite, Luigi Toiati // Exploring projective techniques (Reassessing and developing current

- practice) / A.Branthwaite, L.Toiati. – Barcelona (WorkShop ESOMAR), 2005. – P.18–27.
74. Cooley Ch. H. (). The Life-Study Method as Applied to Rural Social Research / Ch. H. Cooley // Publications of the American Sociological Society, 1929. – № 23. – P. 248–254.
 75. Fraser N. Unruly practices: power, discourse, and gender in contemporary social theory / Nancy Fraser. – Minneapolis: University of Minnesota Press, 1989. – 201 p.
 76. Hall E. T. Hidden Differences: Studies in International Communication / Edward Twitchell Hall. – Hamburg: Grunder & Jahr, 1990. –172 p.
 77. Hofstede G. . Values survey module . Manual / G. Hofstede, M. Minkov – 2013. – [Электронний ресурс] – Режим доступу: URL: <https://geerthofstede.com/wp-content/uploads/2016/07/Manual-VSM-2013.pdf> (30.10.2018).
 78. Kovalenko A. B. Youth`s imagery features of their own future and future of Ukraine / A. B. Kovalenko., O-L. Roketa // Ukrai'ns'kyj psykologichnyj zhurnal. – 2016. – №1. – S. 50–62.
 79. McCloud S. Understanding Comics: The Invisible Art / Scott McCloud. – New York: Harper Collins & Kitchen Sink Press, 1994. – p. 17.
 80. Mead G. H. Mind, Self, and Society / G. H. Mead. – Chicago: The University of Chicago Press, 1934.
 81. Saucier G. Cross-Cultural Differences in a Global ‘Survey of World Views’ / Gerard Saucier, Judith Kenner...Oleg Sosnyuk and others // Journal of Cross-Cultural Psychology (JCCP), The International Association for Cross-Cultural Psychology (IACCP), January 2015 vol. 46 no. 1.. – P. 53-70. – <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0022022114551791>
 82. Sosniuk O., Ostapenko I. Gamification as an element of active learning in higher education / Oleh Sosniuk, Iryna Ostapenko // DisCo 2016: Towards Open Education and Information Society. Papers of 11-th International Conference. – Prague, Center of Higher Education Studies, 2016. – P. 72–

77. – Режим доступу: URL: <http://lib.iitta.gov.ua/707147/1/Disco2016-sbornik-72-77.pdf> (30.10.2018).
83. Sosniuk O. P. Projective technique creative space as a research tool for studying consumers' motivation / O. P. Sosniuk // *Ukrai'ns'kyj psykologichnyj zhurnal*. – 2016. – №1. – S. 113–121.
84. Schwartz S. H. Refining the theory of basic individual values / S. H. Schwartz // *Journal of personality and social psychology*. – 2012. – Vol. 103, is. 4. – P. 663.
85. Sumner W. *The science of society* / W. Sumner, A. Keller. – New Haven: Yale University Press, 1927.
86. Tajfel H. Social categorization and intergroup behaviour / H. Tajfel, C. Figit, M. Billig, R. Bundy // *Europ. J. Of Soc. Psychol.* – 1971. – № 1. – P. 149–177.
87. Turner J. *The experimental social psychology of intergroup behaviour* / J. Turner, H. Giles // *Intergroup Behaviour*. Oxford, 1981. – P. 66–101.
88. Vignoles V. L. Identity: Personal and Social / Vivian L. Vignoles // *The Oxford Handbook of Personality and Social Psychology* / edited by Kay Deaux, Mark Snyder. Second Edition. New York: Oxford University Press, 2019. – P. 289–316.
89. Wodak R. *Critical Discourse Analysis. Volume 1: Concepts, History, Theory*. – [Електронний ресурс] – Режим доступу – URL: <http://su0.ru/AonH> (30.10.2018).
90. Wodak R. *The Discursive Construction of National Identity* / Ruth Wodak, Rudolf de Cillia, Martin Reisigl, Karin Liebhart (Eds.). – Edinburgh: EUP. – 2009. – 288 p. – <https://edinburghuniversitypress.com/book-the-discursive-construction-of-national-identity.html> (30.10.2018).

**Методика для виявлення ціннісних орієнтацій
(незавершені речення)**

Інструкція: Будь ласка, вкажіть відомості про себе, заповнивши відповідні рядки. У графі код вкажіть число або слово, яке дозволить відрізнити Ваші дані від інших і гарантує конфіденційність наданої Вами інформації.

Завершіть речення, які характеризують українця (представника політичної нації) та громадянина України

Код _____ Стать _____ Вік _____ Регіон (місто/область) _____

Громадянство _____ Рідна (і) мова (и) _____

1. Справжній українець бажає
2. Справжній українець повинен...
3. Справжній українець прагне...
4. Справжній українець робить....
5. Кожен громадянин України хоче....
6. Кожен громадянин України повинен...
7. Кожен громадянин України має прагнути...
8. Кожен громадянин України має робити....

**Методика для виявлення референтних груп
«Мій соціальний простір»**

Інструкція: Будь ласка вкажіть відомості про себе, заповнивши відповідні рядки. У графі код вкажіть число або слово, яке дозволить відрізнити Ваші дані від інших і гарантує конфіденційність наданої Вами інформації.

Код _____ Стать _____ Вік _____ Регіон (місто/область) _____

Громадянство _____ Рідна (і) мова (и) _____

Інструкція: Надайте, будь ласка, відповіді на поставлені нижче запитання:

- 1 Проранжуйте, будь ласка, хто з членів Вашої родини вплинув на Ваші уявлення про себе як українця:

Родина: Батько - 1а, Мати – 1б, Дідусь – 1в, Бабуся – 1г, Брат – 1д,
Сестра – 1є, Дядько – 1ж, Тітка – 1з, інший член родини _____ 1і

1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ 6 ___ 7 ___ 8 ___

- 2 Проранжуйте, будь ласка, хто з членів студентської групи зараз найбільше впливає на Ваші уявлення про себе як українця:

Вся студентська група – 2а Окремі члени групи студентської групи – 2б

1 ___ 2 ___

- 3 Проранжуйте, будь ласка, хто з друзів /знайомих у недалекому минулому найбільше вплинув на Ваші уявлення про себе як українця:

Однокласники – 3а Друзі дитинства за місцем проживання – 3б

1 ___ 2 ___

- 4 Вкажіть будь ласка друзі /знайомі (якщо є) з яких соціальних мереж найбільше вплинули на Ваші уявлення про себе як українця:

Друзі/знайомі в соціальних мережах _____

- 5 Вкажіть будь ласка яке (які) спільне хобі (якщо є) мають друзі /знайомі, які найбільше вплинули на Ваші уявлення про себе як українця:

Друзі/знайомі, що мають зі мною спільне хобі _____

- 6 Вкажіть будь ласка хто з викладачів(якщо є) найбільше вплинув на Ваші уявлення про себе як українця:

Викладачі _____

- 7 Вкажіть будь ласка (якщо є) засоби масової інформації (ЗМІ), яким Ви довіряєте і які найбільше впливають на Ваші уявлення про себе як українця:

ЗМІ , яким довіряю і на інформацію з яких я орієнтуюсь _____

- 8 Вкажіть будь ласка (якщо є) відомих особистостей, яким Ви симпатизуєте і які найбільше вплинули на Ваші уявлення про себе як українця:

Відомі особистості, яким симпатизую _____

- 9 Вкажіть будь ласка (якщо є) осіб літературних /кіногероїв, які подобаються і найбільше вплинули на Ваші уявлення про себе як українця:

Літературні/кіногерої, які подобаються _____

- 10 Вкажіть будь (якщо є) ласка друзі з яких країн найбільше вплинули на Ваші уявлення про себе як українця:

Друзі з інших країн _____

- 11 Вкажіть будь ласка які інші групи людей (якщо є) вплинули на Ваші уявлення про себе як українця:

Інші групи людей _____

Шкала соціальної дистанції (шкала Е. Богардуса, модифікація Л.Г.Почебут)

Інструкція: Проранжуйте представників вказаної національності, відзначаючи міру прийнятності їх для себе особисто тільки по одному з семи запропонованих нижче критеріїв. Відповідайте за принципом: для мене особисто можливо та бажано у відношенні до людей цієї національності (номер відповіді – це величина балу).

1. Прийняття як близьких родичів (наприклад, як шлюбного партнера).
2. Прийняття як особистих друзів.
3. Прийняття як сусідів, що проживають на моїй вулиці.
4. Прийняття як колег по роботі, які мають ту ж професію, що й я.
5. Прийняття як громадян моєї країни.
6. Прийняття тільки як туристів у моїй країні.
7. Волів би не бачити їх в моїй країні.

Ключ: бали нараховуються у відповідності з таблицею:

Критерій	1	2	3	4	5	6	7
Оцінка	3	2	1	0	-1	-2	-3

Обробка та інтерпретація результатів:

Математична обробка передбачає, по-перше, визначення процентного співвідношення відповідей респондентів за всіма сімома критеріями. По-друге, обробка здійснюється за ключем, що дозволяє дати психологічну інтерпретацію отриманих даних.

Можлива соціальна прийнятність (СПм) розраховується за формулою:

$СПм = n / (n - 1)$, де n – кількість респондентів.

Реальна соціальна прийнятність (СПр) розраховується за формулою:

$СПр = (\Sigma (+) + \Sigma (-)) / (n * (n - 1))$

Якщо СПр позитивна і більше 50 відсотків від СПм, це свідчить про велику прийнятність людьми однієї національності представників іншої національності, про прагнення до інтеграції, близькість, асиміляцію з ними.

Якщо СПр позитивна, але менша ніж 50 відсотків від СПм, це говорить про автономність даного етносу, про відсутність прагнення до інтеграції з іншим етносом.

Якщо ж СПр негативна й становить більше 50 відсотків СПм, то це свідчить про прагнення одного етносу цілком відокремитися від іншого, підтримувати за можливістю тільки поверхневі, формальні контакти з його представниками.

Можлива соціальна експансивність (CE_M) розраховується за формулою:

$$CE_M = N / (N - 1)$$

Реальна соціальна експансивність (CE_p) – розраховується за формулою:

$$CE_p = (\Sigma (+) + \Sigma (-)) / (n * (N - 1))$$

Якщо CE_p позитивна і становить більше 50 відсотків від CE_M , це свідчить про глибокі позитивні почуття та про ширий інтерес представників однієї національності до іншої.

Якщо ж CE_p позитивна та становить 50 відсотків від CE_M , це говорить про певну напруженість у стосунках, про те, що не всі представники цієї національності з щирим інтересом та співчуттям ставляться до іншої національності.

Якщо CE_p негативна і складає більше 50 відсотків від CE_M , то це говорить про глибоку психологічну неприязнь людей даної національності до іншої національності в цілому, але не до конкретних її представників, що реально живуть та діють.

Додатковий показник – коефіцієнт мінливості (KM), розраховується за формулою:

$$KM = (\sigma / m) * 100\%, \text{ де } \sigma - \text{середньоквадратичне відхилення; } m - \text{середнє арифметичне.}$$

При позитивній $СП_r$ значення $KM < 50\%$, означає природню вибірковість у оцінках прийнятності представниками одного етносу представниками іншого і в цілому позитивне ставлення, якщо ж $KM > 50\%$, це говорить про значну напруженість у ставленні деяких представників одного етносу до іншого.

**Методика «Модуль дослідження цінностей» Г. Хофстеда
(VSM 2013)**

Інструкція. <i>Будь ласка, уявіть собі ідеальне місце роботи, не зважаючи на Вашу теперішню роботу, якщо Ви вже десь працюєте. Подумайте, наскільки для Вас це було б важливим в обраній роботі (Будь ласка, обведіть одну відповідь в кожному рядку)</i>		1=вкрай важливо 2=дуже важливо 3=відносно важливо 4=не дуже важливо 5= неважливо або не має значення взагалі
01	Мати достатньо часу на особисте життя та домашні справи	1 2 3 4 5
02	Мати боса (Ваш безпосередній керівник), якого Ви можете поважати	1 2 3 4 5
03	Отримувати визнання, похвалу за добре виконану роботу	1 2 3 4 5
04	Бути впевненим, що Ви не втратите роботу	1 2 3 4 5
05	Працювати з приємними людьми	1 2 3 4 5
06	Виконувати роботу, яка цікава	1 2 3 4 5
07	Приймати участь разом із босом в прийнятті рішень, які стосуються Вашої роботи	1 2 3 4 5
08	Жити в бажаному місці (місті)	1 2 3 4 5
09	Мати роботу, яку уважають Ваші друзі та сім'я	1 2 3 4 5
10	Мати шанс просування по службі	1 2 3 4 5
<i>Наскільки для Вас важливе кожне з наступних висловлювань у Вашому особистому житті? (Будь ласка, обведіть одну відповідь в кожному рядку)</i>		
11	Залишати вільний час для розваг	1 2 3 4 5
12	Стриманість: мати небагато бажань	1 2 3 4 5
13	Бути щедрим по відношенню до друзів	1 2 3 4 5
14	Скромність: не витратити більше необхідного	1 2 3 4 5
15	Наскільки часто Ви відчуваєтеся нервовим чи напруженим?	1. завжди 2. звичайно 3. іноді 4. зрідка 5. ніколи
16	Ви щаслива людина?	1. завжди 2. звичайно 3. іноді 4. зрідка 5. ніколи
17	Якщо Ви щось захотіли, чи можуть інші люди чи ситуація змінити Ваше рішення?	1. так, завжди 2. так, звичайно 3. іноді 4. ні, зрідка 5. ні, ніколи
18	Як би Ви в цілому описали Ваш стан здоров'я в даний момент?	1. дуже гарний 2. гарний 3. середній 4. слабкий 5. дуже поганий

19	Ви пишастесь бути громадянином своєї країни?	1. взагалі не пишаюсь 2. не пишаюсь 3. частково пишаюсь 4. пишаюсь 5. дуже пишаюсь
20	Як часто, на Вашу думку, підлеглі бояться суперечити керівництву (чи студенти – викладачеві)?	1. ніколи 2. зрідка 3. іноді 4. звичайно 5. завжди
Інструкція. Якою мірою Ви погоджуєтесь або не погоджуєтесь з кожним з наступних тверджень? (Будь ласка, обведіть одну відповідь в кожному рядку)		1=цілком погоджуюсь 2=погоджуюсь 3=не знаю 4=не погоджуюсь 5= зовсім не погоджуюсь
21	Можна бути гарним менеджером, не знаючи відповіді на кожне питання, яке може поставити підлеглий відносно його роботи	1 2 3 4 5
22	Наполеглива праця (постійні зусилля) – найнадійніший шлях досягнення результатів	1 2 3 4 5
23	Необхідно за будь-яку ціну уникати створення такої організаційної структури, в якій деякі підлеглі мають двох керівників	1 2 3 4 5
24	Правила компанії чи організації не повинні порушуватися, навіть якщо працівнику здається, що це було б в інтересах організації	1 2 3 4 5

Ключ до методики дослідження цінностей VSM 2013
Формули розрахунку індекса параметрів культури для методики VSM 2013

Індекс	Формула	Значення
Дистанція влади	$PDI = 35(m07 - m02) + 25(m20 - m23) + C(pd)$	Чим вищий індекс, тим більша дистанція влади в суспільстві
Індивідуалізм / колективізм	$IDV = 35(m04 - m01) + 35(m09 - m06) + C(ic)$	Чим вищий індекс, тим більше цій культурі притаманний індивідуалізм
Уникання невизначеності	$UAI = 40(m18 - m15) + 25(m21 - m24) + C(ua)$	Чим вищий індекс, тим більша міра уникання невизначеності в культурі, яка досліджується
Маскулінність / фемінність	$MAS = 35(m05 - m03) + 35(m08 - m10) + C(mf)$	Високий індекс означає, що для культури характерний маскулінний тип, а низький – відповідно, фемінний
Довгострокова / короткострокова орієнтація	$LTO = 40(m13 - m14) + 25(m19 - m22) + C(ls)$	Високий індекс говорить про переважання в культурі довгострокової часової орієнтації
Потурання бажанням / стриманість	$IVR = 35(m12 - m11) + 40(m17 - m16) + C(ir)$	Високий індекс означає, що для культури більш притаманне потурання бажанням, аніж стриманість
Примітка: m – середній бал з відповідного питання, C - константа, яку може обирати дослідник для параметра		

Методика вимірювання цінностей Ш. Шварца (Портретний ціннісний опитувальник, PVQ-R)

Інструкція: Нижче наведені описи різних людей. Будь ласка, прочитайте кожний опис та подумайте, наскільки ця людина схожа чи не схожа на Вас. Поставте хрестик в одній з клітинок справа, яка вказує, наскільки ця людина схожа на Вас.

Зовсім не схожа на мене	Не схожа на мене	Мало схожа на мене	Частково схожа на мене	Схожа на мене	Дуже схожа на мене
1	2	3	4	5	6

	Твердження	1	2	3	4	5	6
1.	Для неї важливо розуміти речі по-своєму						
2.	Для неї важливий порядок в суспільстві						
3.	Для неї важливо гарно проводити час						
4.	Для неї важливо не тривожити інших людей						
5.	Для неї важливо захищати слабких та вразливих людей в суспільстві						
6.	Для неї важливо, щоб люди робили те, що вона їм каже						
7.	Для неї важливо ніколи не хвалитися і не поводитися зверхньо						
8.	Для неї важливо берегти природу						
9.	Для неї важливо ніколи не бути зганьбленою						
10.	Для неї важливо завжди шукати різноманіття в діяльності						
11.	Для неї важливо турбуватися про близьких для неї людей						
12.	Для неї важливо мати владу, яку можуть давати гроші						
13.	Для неї дуже важливо намагатися не хворіти й берегти своє здоров'я						
14.	Для неї важливо бути терпимим до різноманітних людей та груп						
15.	Для неї важливо ніколи не порушувати правила чи вказівки						
16.	Для неї важливо самостійно приймати рішення, що стосуються її життя						
17.	Для неї важливо мати амбіційні цілі в житті						
18.	Для неї важливо підтримувати традиційні цінності та світобачення						
19.	Для неї важливо, щоб люди, яких вона добре знає, були цілком у ній упевнені						
20.	Для неї важливо бути багатою						
21.	Для неї важливо приймати участь в добровільних акціях із захисту природи						
22.	Для неї важливо ніколи нікого не дратувати						

23.	Для неї важливо мати свою точку зору						
24.	Для неї важливо зберігати позитивний імідж в очах інших						
25.	Для неї дуже важливо допомагати дорогим для неї людям						
26.	Для неї важливо почуватися захищеною і бути в безпеці						
27.	Для неї важливо бути надійним другом, що заслуговує на довіру						
28.	Для неї важливий азарт в житті, навіть якщо він пов'язаний із ризиком						
29.	Для неї важливо мати владу, щоб змушувати людей робити те, що вона хоче						
30.	Для неї важливо планувати свої дії незалежно						
31.	Для неї важливо дотримуватись правил, навіть якщо ніхто не бачить						
32.	Для неї важливо бути дуже успішною						
33.	Для неї важливо дотримуватись сімейних чи релігійних звичаїв						
34.	Для неї важливо слухати й розуміти людей, що відрізняються від неї, наприклад, людей, що належать до різних меншин						
35.	Для неї важливо, що її країна сильна і може захистити своїх громадян						
36.	Для неї важливо насолоджуватися задоволеннями, які може дати життя						
37.	Для неї важливо, щоб кожна людина в світі мала рівні можливості в житті						
38.	Для неї важливо бути скромною						
39.	Для неї важливо розширяти свій кругозір						
40.	Для неї важливо дотримуватися традицій її культури						
41.	Для неї важливо бути тим, хто вказує іншим, що робити						
42.	Для неї важливо дотримуватися всіх законів						
43.	Для неї важливо отримувати різний досвід						
44.	Для неї важливо мати дорогі речі, що показують багатство						
45.	Для неї важливо захищати оточуюче середовище від руйнування чи забруднення						
46.	Для неї важливо користуватися будь-якою можливістю повеселитися						
47.	Для неї важливо приділяти увагу всім потребам близьких для неї людей						
48.	Для неї важливо, щоб люди визнавали її досягнення						
49.	Для неї важливо ніколи не бути приниженою						
50.	Для неї важливо, щоб її країна могла захистити себе від будь-яких загроз						
51.	Для неї важливо ніколи не сердити інших людей						
52.	Для неї важливо, щоб з усіма людьми обходились справедливо, навіть якщо вона їх не знає						
53.	Для неї важливо ніколи не наражати себе на						

	небезпеку						
54.	Для неї важливо ніколи не прагнути до публічної уваги чи схвалення						
55.	Для неї важливо, що всі її друзі та сім'я можуть повністю покластися на неї						
56.	Для неї важливо бути вільною самій обирати, що робити						
57.	Для неї важливо приймати людей, навіть коли вона не погоджується з ними						

Формули розрахунку показників з PVQ-R для 19 цінностей

Цінності	Формула	Значення
Самостійність – Думки	$SDA = (a16 + a30 + a56) / 3$	Свобода розвивати власні ідеї та здібності
Самостійність – Вчинки	$SDT = (a1 + a23 + a39) / 3$	Свобода визначати власні дії
Стимуляція	$ST = (a10 + a28 + a43) / 3$	Прагнення до збудженості, новизни й змін
Гедонізм	$HE = (a3 + a36 + a46) / 3$	Прагнення до насолоди й чуттєвого задоволення
Досягнення	$AC = (a17 + a32 + a48) / 3$	Досягнення успіху у відповідності до соціальних стандартів (норм)
Влада – Домінування	$POR = (a12 + a20 + a44) / 3$	Вплив засобом здійснення контролю над людьми
Влада – Ресурси	$POD = (a6 + a29 + a41) / 3$	Вплив з допомогою контролю за матеріальними та соціальними ресурсами
Репутація	$FAC = (a9 + a24 + a49) / 3$	Захист та вплив з допомогою підтримання публічного іміджу та уникання приниження
Безпека – Особиста	$SES = (a2 + a35 + a50) / 3$	Безпека безпосереднього оточення
Безпека – Суспільна	$SEP = (a13 + a26 + a53) / 3$	Безпека та стабільність суспільства в цілому
Традиція	$COR = (a15 + a31 + a42) / 3$	Підтримання та збереження культурних, сімейних чи релігійних традицій
Конформізм – Правила	$COI = (a4 + a22 + a51) / 3$	Дотримання правил, законів та формальних обов'язків
Конформізм – Міжособистісний	$TR = (a18 + a33 + a40) / 3$	Уникання нанесення шкоди іншим людям, прагнення їх не засмучувати
Скромність	$HUM = (a7 + a38 + a54) / 3$	Визнання малого значення існування однієї людини в круговороті життя
Універсалізм – Турбота про інших	$BED = (a19 + a27 + a55) / 3$	Прагнення до рівності, справедливості й захисту всіх людей
Універсалізм – Турбота про природу	$BEC = (a11 + a25 + a47) / 3$	Збереження природного середовища
Універсалізм – Толерантність	$UNC = (a5 + a37 + a52) / 3$	Прийняття та розуміння тих, хто відрізняється від тебе
Доброзичливість – Турбота	$UNN = (a8 + a21 + a45) / 3$	Відданість групі та благополуччя її членів
Доброзичливість – Почуття обов'язку	$UNT = (a14 + a34 + a57) / 3$	Прагнення бути надійним членом групи, що заслуговує на довіру
Примітка: а – номер відповіді		

Формули розрахунку показників з PVQ-R для 4 цінностей

Цінності	Формула	Значення
Відкритість змінам	$OC = (SDA + SDT + ST + HE) / 4$	Підкреслюють готовність до нових чи перетворюючих ідей, дій та переживань
Самоствердження	$A = (HE + AC + POR + POD + FAC) / 5$	Прагнення людини до задоволення власних інтересів
Збереження	$S = (FAC + SES + SEP + COR + COI + TR + HUM) / 7$	Передбачає уникання змін, самообмеження й порядок
Самоподолання	$SD = (HUM + BED + BEC + UNC + UN + UNT) / 3$	Подолання виключно особистих інтересів через почуття обов'язку, розуміння, турботу про інших

Рангова репертуарна решітка

Перелік ситуацій соціальної взаємодії:

- 1) Відсутність національної ідеї, що об'єднала б навколо себе, відсутність розуміння/відчуття місії українців як нації.
- 2) Неналежна мовна та культурна політика, що проводиться неграмотно.
- 3) Агресивна патріотична пропаганда.
- 4) Неправдиве висвітлення історичних подій, що принижує українців як націю.
- 5) Радянський менталітет – ностальгія за радянським минулим, бажання його повернути та відмова ідентифікувати себе як українця.
- 6) Ворожа пропаганда – таке висвітлення подій в ЗМІ інших держав, що траншуються в Україні, за якого українці завжди виглядають непривабливо.
- 7) Відсутність національних культурно-історичних традицій виховання.
- 8) Належність до іншої релігії, що заважає ідентифікувати себе як українця.
- 9) Комплекс меншовартості, або «молодшого брата», коли інші нації сприймаються як успішніші і є більш привабливим об'єктом ідентифікації.
- 10) Глобалізація, космополітизм – усвідомлення себе перш за все «людиною без нації, громадянином світу».
- 11) Вимога ділового спілкування державною мовою сприймається як обмеження права спілкуватися рідною мовою (наприклад, російською, угорською, румунською і т.п.).
- 12) Почуття сорому в процесі спілкування рідною мовою – «соромно спілкуватися українською», тому переходять на російську або іншу мову.
- 13) Неможливість спілкуватися українською мовою в російськомовному середовищі або навпаки.
- 14) Непривабливий образ держави, що не викликає бажання бути громадянином України.
- 15) Правовий нігілізм – усталена практика не керуватися нормами права в нашій державі.
- 16) Правова некомпетентність – спричиняє відсутність громадянської відповідальності.
- 17) Політико-ідеологічні розбіжності – нерозуміння та неприйняття державної політики.
- 18) Відсутність традицій виховання правової самосвідомості.

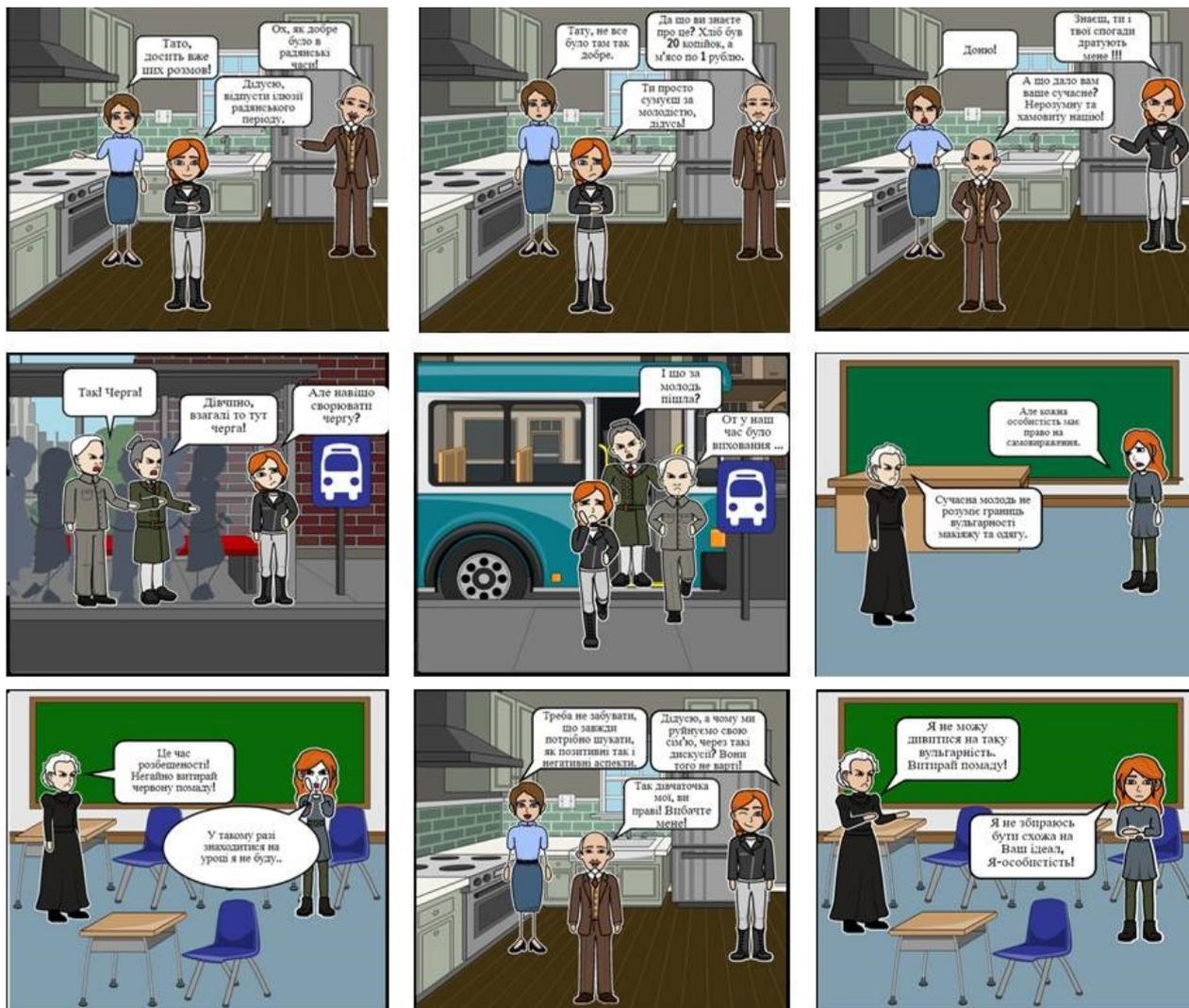
Приклади коміксів

Ілюстрація комплексу меншовартості, або «молодшого брата», коли інші держави сприймаються як успішніші і більш привабливі об'єкти ідентифікації



Приклади коміксів

Ілюстрація радянського менталітету – ностальгії за радянським минулим, бажання його повернути та відмови ідентифікувати себе як українця.



Приклади коміксів

Ілюстрація відсутності національної ідеї, що об'єднала б навколо себе, розуміння/відчуття місії українців як нації.



Приклади коміксів

Ілюстрація ворожої пропаганди – такого висвітлення подій в ЗМІ інших держав, за якого українці завжди виглядають непривабливо.



