

ТРАНСФОРМУВАННЯ КОМУНІКАТИВНИХ ПРАКТИК ГРОМАДЯНСЬКОЇ ТА НАЦІОНАЛЬНОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ: ПОТЕНЦІАЛ ОСВІТИ ДОРΟΣЛИХ

Жадан І.В.

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України

Iryna_zhadan@ukr.net

Актуальність проблематики громадянської та національної самоідентифікації, зумовлена викликами інформаційного суспільства, у вітчизняних реаліях додатково акцентована суспільно-політичними подіями останніх чотирьох років. У цей період склався суперечливий контекст самоідентифікації: на тлі постмодерних соціальних змін, для яких характерні зростання плюралізму, толерантності до невизначеності, знецінення моделей національних держав, відмова від автентичності, витіснення раціональної комунікації та/або підміна її ірраціональною, etc, суттєво змінюються ціннісні смисли ідентифікації, зростає частка громадян, які не лише артикулюють свою приналежність до української держави, а й заявляють про готовність обстоювати громадянські права і свободи, зростає роль масових соціальних рухів тощо.

Активні процеси національної і громадянської консолідації, що відбувалися у 2014-2015 рр., зумовили нетипове для епохи постмодерну зростання частки раціональних комунікативних практик, які й забезпечували ефективність соціальної взаємодії. Розвиток громадянської та національної самосвідомості українців, зафіксований соціологами [1], сприяв рефлексії смислів власної ідентичності. На хвилі такого піднесення виникли очікування стосовно швидких соціально-економічних змін, які не справдилися, зокрема й через психологічну неготовність суспільства до кардинальних реформ. Свідченням останнього є стрімке витіснення упродовж останніх двох років раціональної комунікації, зростання частки ірраціональних практик та поширення маніпулятивних технологій і вибудовування віртуальної (паралельної) реальності. При цьому частка респондентів, які декларують свою приналежність до української політичної нації і громадянську ідентичність не лише не зменшується, а навіть зростає. Чому на тлі активізації самоідентифікаційних процесів раціональна комунікація витісняється ірраціональною?

Ми припускаємо, що активізація ідентифікаційних процесів не призвела до переходу на якісно вищий рівень осмислення ідентичності і, попри зростання частки громадян з номінальною громадянською та національною ідентичністю, трансформації практик самоідентифікації від позначення ідентичності до її осмислення і конструювання не відбулося.

Як це позначається на конструюванні молодіжного ідентифікаційного дискурсу? Які стратегії трансформування комунікативних практик можуть бути ефективними і забезпечать не лише активізацію, а й розвиток громадянської та національної самоідентифікації? На які соціальні групи

насамперед варто спрямовувати розвивальні впливи? На ці питання шукають відповідь педагоги і психологи, соціологи, політологи, фахівці з герменевтики та комунікації.

Метою нашого дослідження, результати якого представлені у цій статті, було виявлення соціально-психологічних особливостей і потенціалу комунікативних практик, як чинника розвитку самоідентифікаційних процесів, а також визначення стратегічних напрямів трансформування комунікативних практик громадянської та національної само ідентифікації.

Теоретична модель дослідження вибудовувалась з опертям на конструктивно-дискурсивну методологію, яка, з одного боку, є релевантною особливостям сучасної соціальної ситуації самоідентифікації, а з другого – найбільш перспективною з огляду на роль дискурсивної взаємодії у розвитку ідентифікаційних процесів.

Грунтуючись на положеннях про те, що: а) комунікація і комунікативні практики є засобами конструювання смислів та цінностей національної і громадянської свідомості; б) інтерпретація, реінтерпретація та рефлексія є механізмами самоідентифікування; в) ідентифікаційний дискурс є одночасно інструментом і продуктом ідентифікування, було висунуто *припущення стосовно трансформування комунікативних практик як найбільш ефективного напрямку розвитку національної та громадянської само ідентифікації у інформаційному суспільстві.*

Розмаїття змістових і структурних інтерпретацій досліджуваних феноменів суттєво ускладнювало конструювання моделі емпіричного дослідження, тому за результатами теоретичного аналізу було сконструйовано робочі визначення базових понять, вирізнено змістові і динамічні особливості досліджуваних феноменів та окреслено простір їх функціонування і взаємозумовленості.

У своєму дослідженні ми виходили з уявлення про *комунікативні практики*, як способи самопрезентації, інтерпретації (ре-конструювання) соціальних норм, систем цінностей і смислів, встановлення взаєморозуміння і формування ефективних поведінкових моделей. Забезпечуючи «...відтворення систем комунікацій різних рівнів» та репрезентуючи типові способи сприйняття і тлумачення навколишнього світу і «схильність діяти у певний спосіб» [2, с.54-55], практики породжують відчуття причетності, залученості, комфортності перебування у взаємодії, а відтак – згуртування і ідентифікацію спільнот та самоідентифікацію індивідів.

Громадянську самоідентифікацію визначено як усвідомлення особистістю своєї приналежності до спільноти, члени якої готові і здатні до обстоювання своїх інтересів у відповідальній, конструктивній соціальній взаємодії.

Коли йдеться про *національну самоідентифікацію*, маємо на увазі усвідомлення приналежності до політичної нації – соціокультурної спільноти, що має свій досвід державності, традиції, міфи і символіку, спільні цінності і очікування щодо майбутнього.

З оперттям на стадіальну модель ідентичності В.А.Колотаєва і Є.В.Улибіної [3], ми виділили чотири *рівні самоідентифікації*, на кожному з яких знак використовується як засіб: 1) позначення ідентичності, 2) символічного її осмислення, 3) конструювання категорій і ідеалів, з якими особа себе ідентифікує, 4) конструювання умов і правил перетворення реальності. У термінології R. Jenkins перший рівень відповідає номінальній ідентичності, а три наступні є різновидами віртуальної ідентичності і характеризують її змісти [4]. Зміни у номінальній ідентичності зумовлюють зміни віртуальної, можлива і зворотна зумовленість [5].

З метою верифікації висунутої гіпотези було проведено емпіричне дослідження, за результатами якого було визначено найбільш поширені типи комунікативних практик громадянської і національної самоідентифікації студентської молоді, встановлено базові смисли та запропоновано стратегії активізації процесів самоідентифікування, які можуть бути реалізовані у тому числі й у освітньому процесі.

Дослідження проводилось на студентській вибірці, однак впровадження його результатів не лише можна, а й необхідно здійснювати у інших соціальних групах. Що дає підстави для такого переконання? Студентська молодь дійсно демонструє вищий рівень готовності до змін, налаштована на самореалізацію і самоздійснення, зокрема у громадянських практиках, а відтак має вищий потенціал громадянської та національної самоідентифікації. Водночас базою для конструювання молодіжного ідентифікаційного дискурсу є дискурс дорослих – батьків, педагогів, медійників, представників влади різних рівнів, etc. Відтак комунікативні практики громадянської та національної самоідентифікації студентства – це «поліпшена» версія практик дорослих, а отже, трансформування комунікативних практик дорослих, особливо освітян, не лише сприятиме їх особистісному розвитку, а й створить передумови для коригування практик молоді.

На основі визначених показників [6] та аналізу політичного дискурсу студентської молоді [7] нами було сконструйовано дослідницький інструментарій у форматі методики семантичного диференціалу. Лист опитування містив 37 суджень – варіантів самопрезентації та інтерпретації соціальних норм, цінностей і смислів громадянської і національної самоідентифікації. Респондентам пропонувалося за біполярною семибальною шкалою оцінити міру відповідності кожного із суджень їх уявленням про засади взаємодії з іншими, державою і владою. Додатково застосовувалась методика «Хто Я?» (М. Куна і Т. Макпартленда у модифікації Т.В.Румянцевої).

У дослідженні взяли участь 267 студентів ВНЗ з 5 регіонів України (центрального, західного, східного, північного і південного).

За результатами факторизації масиву даних побудовано шести факторну модель структурування комунікативних практик громадянської та національної самоідентифікації студентської молоді, на основі якої

визначено базові смисли ідентифікаційного дискурсу студентської молоді і найбільш поширені типи самоідентифікації.

До першого фактору увійшли комунікативні практики, які репрезентують *ціннісне ставлення студентства до громадянськості, громадянства і громадянина* (ми назвали його фактором громадянської суб'єктності). Найбільш навантаженим показником у цьому факторі виявилось судження «Активна участь у громадських справах є ознакою зрілої особистості». Як свідчать результати дослідження, кожен другий з респондентів вибудовує свій ідентифікаційний дискурс з опертям на це переконання, тоді як на його запереченні вибудовуються комунікативні практики третини з опитаних. Комунікативні практики представників першої групи, згідно наведеної вище класифікації, відповідають другому та третьому рівням самоідентифікації. Представники другої групи вдвічі частіше обирають номінальне громадянство (перший рівень), яке *негативно корелює*¹ з ціннісним ставленням до громадянськості, як джерела нових смислів; з усвідомленням важливості громадянської та національної ідентифікації для майбутнього спільноти і держави; з уявленням про політичні права і свободи як найбільшу цінність. Водночас номінальне самоідентифікування *корелює* з уявленнями про громадянську ідентифікацію як основу виникнення великої кількості груп за інтересами, що не сприяє єдності у державі; переконаністю у тому, що громадянська активність не є обов'язковою, а ідентифікація з будь якою ідеєю звужує вибір моделей поведінки.

Таким чином, молодь з ідентичністю першого рівня (позначення громадянської приналежності) актуалізує механізми витіснення, заперечення, вибудовує психологічні бар'єри, які гальмують процес, звужують простір смислів і значень самоідентифікації, негативно позначаються на розвитку комунікативних практик.

Другий фактор утворили комунікативні практики, що репрезентують *сенси (цілі) громадянської самоідентифікації*. Майже дві третини респондентів вибудовують ідентифікаційний дискурс на основі уявлень про те, що сенс громадянської ідентичності – в утвердженні прав людини та політичних прав і свобод як найбільшої цінності. Ця практика корелює з упевненістю в необхідності контролю влади та прийняття рішень з урахуванням громадської думки, а також з ціннісним ставленням до власної свободи та прав і свобод інших. Перелічені практики само ідентифікації відносяться до 2 та 3 рівнів – відповідно символічного осмислення само ідентифікації та конструювання категорій і ідеалів, з якими особа себе ідентифікує.

Варто зазначити, що комунікативні практики цього типу не репрезентують смислів, пов'язаних з перетворюючою активністю (все обмежується контролем влади), поза межами комунікації залишається і тема відповідальності – за себе, інших, громаду.

¹ Тут і далі згадуються лише кореляції на рівні $P \leq 0,01$

До третього фактору увійшли практики, що акцентують *інструментальну функцію самоідентифікації*, відповідно комунікація у цій групі респондентів зосереджується на перевагах громадянської ідентичності, серед яких: спрощення сприймання та оцінювання інформації, виникнення великої кількості груп за інтересами, відчуття захисту і надії на підтримку, виникнення нових смислів і цінностей, особистісний розвиток, забезпечення порядку і стабільності, яких так потребують люди.

Комунікативні практики респондентів, які розглядають громадянську самоідентифікацію переважно як інструмент, найбільш контроверсійні. Кількість тих, хто вибудовує ідентифікаційний дискурс, сподіваючись на певні преференції, співмірна з часткою тих, хто не вірить у такі можливості самоідентифікації. З одного боку, важливо розуміти, як саме впливає громадянська ідентифікація на розвиток особистості і держави, але коли практики концентруються головно на вигодах, втрачається розвивальний потенціал само ідентифікації.

Четвертий фактор утворили комунікативні практики, які репрезентують *самоідентифікацію з політичною нацією*. Більшість респондентів орієнтовані на ідентифікацію з політичними силами лідерського типу, які мають досвід управління державою. Відповідальність за все, що відбувається в державі покладають на владу. Віддається перевага еволюційному шляху розвитку.

Як бачимо, базові смисли комунікативних практик самоідентифікації з політичною нацією не кореспондуються з практиками громадянської само ідентифікації, що свідчить про окремішність відповідних ідентифікаційних дискурсів. У комунікативних практиках громадянської самоідентифікації маніфестується тема активності, спрямованої на осмислення ролі громадянина, сенсів та функцій громадянської ідентичності. У практиках національної само ідентифікації домінує настанова на делегування функцій управління державою (лідерам, знайомим політичним силам) і відповідальності (владі). Тема необхідності контролю влади і впливу на прийняття рішень виникала лише у контексті практик громадянської само ідентифікації, коли йшлося про особисті та групові інтереси, а практики перетворення реальності у ідентифікаційному дискурсі молоді взагалі не представлені.

До п'ятого фактору увійшли комунікативні практики, що репрезентують *національну самоідентифікацію*. Ідентифікаційний дискурс респондентів емоційно забарвлений. Інтерпретації на теми рідного дому, природи, друзів з дитинства, звичаїв і традицій (села, міста, регіону) породжують прагнення розпочинати зміни на краще з маленьких справ у місцевих громадах.

Шостий фактор утворили комунікативні практики *регіональної само ідентифікації*, базові смисли яких репрезентують переконаність молоді у тому, що прагнення і цінності людей різних регіонів істотно відрізняються, хоч і не так істотно, як вважають політики.

Два останніх типи комунікативних практик, на нашу думку, є варіантом конструювання дискурсу національної самоідентифікації з опертям на зрозумілі, близькі і реальні образи. Ймовірно, йдеться про реконфігурацію

(перетворення маргінальної практики на центральну) і запозичення (перенесення практики з іншого простору). Тобто в умовах невизначеності і схематичності об'єкта, з яким відбувається ідентифікування (в даному випадку це політична нація) молодь ідентифікує себе з реальною, даною у відчуттях і сприйманні соціокультурною спільнотою.

Не деталізуючи результати дослідження за методикою «Хто Я?», зазначимо, що вони вказують на недостатній рівень розвитку характеристик, значущих для громадянської та національної самоідентифікації, таких, як особистісна зрілість, рефлексія, часова спрямованість, контроль емоцій, самоефективність, ставлення до невизначеності. Відтак комунікативні практики переважної більшості респондентів не сягають рівня конструювання смислів і перетворення реальності.

Підсумовуючи викладене, можемо констатувати, що:

- комунікативні практики громадянської самоідентифікації студентської молоді спрямовані на репрезентацію смислів: громадянської суб'єктності, сенсів (цілей) та інструментального потенціалу громадянської ідентичності. Тобто молодь шукає відповіді на питання: «Чи маю я бути активним громадянином?», «У чому сенс самоідентифікації?», «Які вигоди здобуває особистість від ідентифікації?». При цьому ні молодь, ні соціальне середовище сьогодні не готове дати не лише вичерпної, а й елементарно обґрунтованої відповіді на жодне з цих запитань, що суттєво гальмує розвиток комунікативних практик молоді до третього (конструювання категорій і ідеалів, з якими особа себе ідентифікує) та четвертого (конструювання умов і правил перетворення реальності) рівнів;
- у комунікативних практиках національної самоідентифікації тема приналежності до політичної нації представлена схематично і почасти заміщена самоідентифікацією з регіональними спільнотами. Часова перспектива репрезентована особистісними (професія, родина) та рольовими цілями, тема цінності державності не актуалізована.

Вище наводились аргументи на користь того, що починати трансформування практики само ідентифікації молоді потрібно з розвитку практик дорослих. Найбільш вагомими з них, на нашу думку, є: 1) молодь конструює власний ідентифікаційний дискурс, інтерпретуючи пропозиції дискурсу дорослих; 2) координати само ідентифікації задає спільнота, однак сучасне українське суспільстві не має консенсусу щодо того, у яких формах і з якими цілями громадяни мали б виявляти активність, не сформовано запит на громадянську суб'єктність, не визначено бажані моделі громадянської та національної само ідентифікації, etc.

За результатами теоретичного аналізу та з урахуванням даних емпіричних досліджень було визначено стратегічні підходи до розвитку комунікативних практик, які можуть реалізовуватись, у тому числі, й у освіті дорослих.

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), реконфігурацію (зміну статусу практики, коли вона з маргінальної перетворюється на центральну) і запозичення (перенесення і поширення практик з інших культур чи інших просторів).

Всі три способи зміни практик застосовуються у кожній із представлених нижче стратегій, які можуть реалізовуватись як послідовно, так і паралельно. Представлена послідовність кроків може розглядатись і як єдина стратегія при розробці конкретної програми трансформування окремих комунікативних практик.

Отже, у інформаційному суспільстві основними стратегіями трансформування комунікативних практик, спрямованих на активізацію процесів національної та громадянської само ідентифікації, є такі:

1. **Унаочнення** наявних (найбільш поширених у комунікативному просторі) та бажаних комунікативних практик громадянської і національної само ідентифікації.

Способи реалізації: увиразнення спектру комунікативних практик, усвідомлення особливостей власних практик та практик окремих соціальних груп, артикуляція труднощів взаєморозуміння, породжених окремими комунікативними практиками, аналіз причин вибору тих чи тих практик, вирішення ефективних практик самоідентифікації у типових ситуаціях громадянської взаємодії, визначення комунікативних бар'єрів само ідентифікації.

Технології та техніки: рефлексивні технології, психодіагностичні методи та методики, дискусії, нарративні техніки.

2. **Прогностичне моделювання** наслідків застосування окремих типів комунікативних практик для розвитку спільноти та держави.

Способи реалізації: побудова ймовірнісних моделей розвитку особистості (групи, спільноти, держави) та прогнозування найближчого майбутнього в умовах переважання різних типів самоідентифікації, оцінка відповідності отриманих моделей бажаним та визначення спектру практик, які здатні забезпечити бажаний результат.

Технології та техніки: моделювання, конструювання, SWOT – аналіз, нарративні техніки.

3. **Конструювання (реконструювання)** ідентифікаційного дискурсу.

Способи реалізації: розширення спектру практик ідентифікаційного дискурсу, конструювання комунікативних практик, здатних забезпечити розвиток у напрямі бажаного майбутнього, аналіз семіотичних компонентів комунікативних практик та уведення до дискурсу метафор, які репрезентують новий досвід, усунення комунікативних бар'єрів самоідентифікації, створення просторів самідентифікації (як то нові групи, інтернет спільноти тощо), демонстрація і культивування переживань, пов'язаних із само ідентифікацією.

Технології та техніки: само презентація, самоконструювання, дискусії, обговорення у соціальних мережах та круглих столах, поширення нових понять та акцентування смислів, конструювання метафор.

Пропоновані стратегічні напрями трансформування комунікативних практик можуть реалізовуватись:

- у післядипломній освіті (у рамках окремих навчальних курсів з комунікації, громадянської освіти, педагогічної майстерності, політичної соціалізації тощо або при викладанні дисциплін, які забезпечують розвиток педагогічних компетенцій);

- у неформальній освіті молоді і дорослих;
- у інформальній освіті.

Значний внесок у розвиток ідентифікаційного дискурсу здатні внести засоби масової інформації, зокрема суспільні, які можуть організувати громадське обговорення проблеми, і запропонувати платформу для конструювання моделей та визначення форм громадянської активності, прийнятних для суспільства.

Література

1. Ідентичність громадян України в нових умовах: стан, тенденції, регіональні відмінності//Національна безпека і оборона. – Український центр економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова. – №3-4 (161-162). –К., 2016. С. 3-57.
2. Зотов В. В., Лысенко В. А. Коммуникативные практики как теоретический конструкт изучения общества [Текст] / В. В. Зотов, В. А. Лысенко // Теория и практика общественного развития. – № 3. – 2010. – С. 53–55.
3. Колотаев В.А., Улыбина Е.В. Стадиальная модель развития идентичности (на примере киноискусства) / В.А. Колотаев, Е.В.Улыбина // Психология. Журнал Высшей школы экономики. М., 2011. Т.8, №1. С.3–26.
4. Jenkins R. Social Identity. London, Routledge, 2008. 256 p.
5. Коростелина К.В. Исследование социальной идентичности на пути к примирению в Крыму. – Симферополь, Изд-во «Доля», 2003.– 255 с.
6. Жадан І.В. Емпіричне дослідження особливостей громадянської та національної самоідентифікації молоді: базові поняття та показники / І.В.Жадан // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей – К. : Міленіум, 2017, – Вип. 39(42) – С. 60-68.
7. Політична картина світу студентської молоді: психологічні проблеми формування : монографія / В. Д. Бондаренко, І. В. Жадан, С. І. Позняк та ін. ; за ред. В. Д. Бондаренка, І. В. Жадан ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2017. – 264 с.