

УДК 159.9.923.2:5

Соснюк О. П.,

кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри соціальної психології,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка
E-mail: oleh.sosniuk@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7558-8879

Остапенко І. В.,

кандидат психологічних наук,
старший науковий співробітник лабораторії
психології політичної поведінки молоді,
Інститут соціальної та політичної
психології НАПН України
E-mail: ostapenko.iryana.vit@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6710-5964

КРЕОЛІЗОВАНІ ТЕКСТИ (КОМІКСИ) ЯК ЗАСІБ АКТИВІЗАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА ГРОМАДЯНСЬКОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ МОЛОДІ

Стаття присвячена проблемі активізації національної та громадянської ідентичності. Авторами визначено індикатори національної та громадянської ідентичності для якісного контент-аналізу вербальних та невербальних компонентів мультимодальних текстів (коміксів).

Розглянуто особливості використання коміксів в тренінговій практиці для: актуалізації бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації молоді в різних підсистемах соціальної взаємодії; підвищення резистентності молоді впливу пропаганди; фіксації позитивних змін в процесі тренінгу.

Авторами встановлено, що метод створення коміксів має високий діагностичний та розвивальний потенціал для активізації процесів національної та громадянської самоідентифікації молоді. Показано, що використання коміксів: 1) сприяє взаємодії вербальних і невербальних компонентів коміксу, а також має широкі можливості його використання як проективної методики; 2) забезпечує релевантність процедури для цільової аудиторії, адже креативні завдання зі створення коміксів є

звичними для молоді; 3) відповідає основним способам зміни комунікативних практик (артикуляції, реконфігурації, запозиченню); 4) дозволяє в умовах тренінгу реалізовувати стратегії унаочнення, прогностичного моделювання та конструювання (реконструювання) ідентифікаційного дискурсу.

Виявлено три основні інтенції, які виникали в учасників тренінгу в процесі переробки коміксів: підвищення активності їх героїв 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.

Ключові слова: креолізовані (мультиmodalні) тексти, комікси, тренінг, національна та громадянська самоідентифікація.

Постановка проблеми. 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. Сучасна освітня практика (а точніше її результати) свідчить про те, що традиційні методи та технології не повною мірою підходять для роботи з молоддю через надмірну консервативність та дидактичність. У зв'язку з цим виникає потреба в пошуку інноваційних методів активного соціального навчання, які спрямовані на розвиток самостійної пізнавальної та пошукової активності, містять елементи гейміфікації та надають молодим людям можливість проявляти творчість, виробляти власний контент в процесі тренінгу [4; 7; 13; 14; 15].

Значеним вимогам відповідають креолізовані тексти, використання яких може розглядатись як перспективний напрям активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді. Термін «креолізований текст» був введений Ю. О. Сорокіним та Є. Ф. Тарасовим, які запропонували позначати так тексти, фактура яких складається з двох негомогенних частин [6].

Креолізованим вважається текст, фактура якого складається щонайменше з двох різнорідних частин: вербальної і невербальної. 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 [1; 5; 6].

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 [6]. 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. McCloud, комікси – це «ілюстративні та інші зображення, поставлені поруч в продуманій послідовності для передачі інформації і / або отримання естетичного відгуку від глядача» [11, с. 17].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічною основою для нас виступили уявлення про структуру та функції креолізованих текстів Ю. О. Сорокіна, Є. Ф. Тарасова» [6], положення про провідну роль креолізованих текстів у закріпленні та поширенні національних стереотипів в масовій комунікації О. Є. Анісімової [1], ідеї про вплив прецедентних креолізованих текстів на масову свідомість і особистість М. Б. Ворошилової [2], положення про полікодову природу та структуру креолізованих текстів О. Г. Соніна [5], праці зарубіжних дослідників R Iedema, G. Kress, T. van Leeuwen, D. Machin, С. McCloud, K. L. O'Halloran, S. E. Tan, присвячені мультимодальному аналізу та вивченню візуальних образів [8; 9; 10; 11; 12; 16].

Зазначимо, що в переважній більшості випадків дослідниками аналізувались готові креолізовані тексти (комікси), які поширюються в традиційних та соціальних медіа. Це безперечно важливий напрям, який дозволив накопичити досить цікавий масив інформації про вплив креолізованих текстів на масову свідомість, розробити моделі їх аналізу. Однак, з нашої точки зору, не менш важливим може бути аналіз коміксів, які створюються безпосередньо учасниками досліджень та тренінгів. Наукових праць, присвячених цим аспектам використання коміксів (особливо для вивчення національної та громадянської самоідентифікації), поки що замало.

Мета статті полягає у висвітленні особливостей використання креолізованих текстів (коміксів) в тренінговій практиці з метою активізації процесів національної та громадянської самоідентифікації молоді.

Виклад основного матеріалу. 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. В. 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) [3].

І. В. 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 [3].

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

Одним з методів, які використовувались нами в процесі тренінгу, були комікси, які створювались, аналізувались та перетворювались учасниками. Звернення до цього методу не було випадковим, адже, 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 процесі тренінгу комікси 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.

Аналіз праць вітчизняних та зарубіжних науковців, а також коміксів, отриманих під час наших досліджень, 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 (аутономіації); 3) наявність зображень артефактів інших культур, зовнішності представників інших груп/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 привабливою 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 використовували у наших дослідженнях для аналізу створених учасниками тренінгу коміксів, що ілюструють ситуації, в яких відбувається становлення національної та громадянської самоідентифікації молоді.

Крім цього, в розробленому нами соціально-психологічному тренінгу, завдання із створення коміксів 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.

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).

Зазначені ресурси є тільки доступними, алей й простими у використанні, інтуїтивно зрозумілими, а також 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. 1).

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

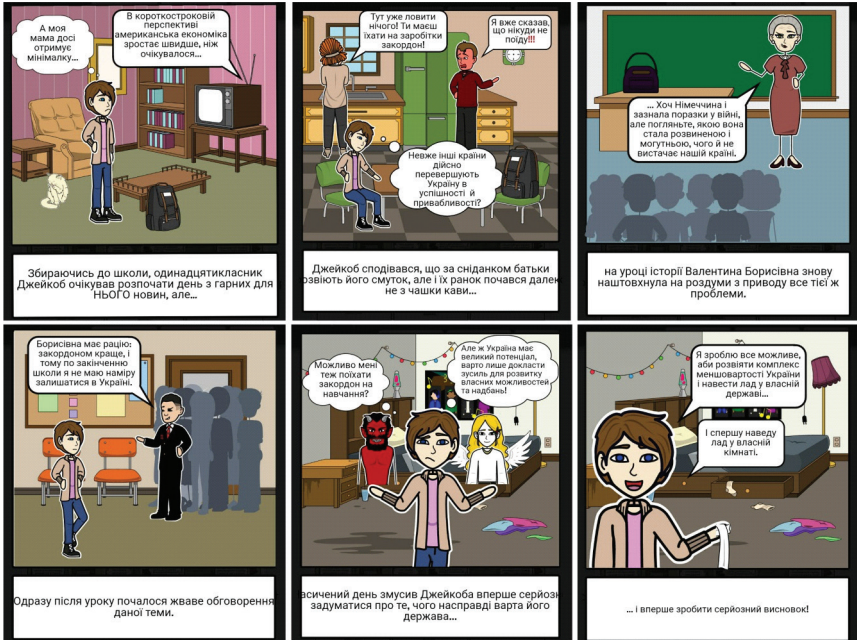


Рис. 1. Приклад коміксу, який ілюструє ситуацію прояву комплексу меншовартості в різних підсистемах соціальної взаємодії.

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. 2).

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 розп'ятого хлопчика», який нібито став жертвою українських солдат).



Рис. 2. Кадри з фільму «Думай головою!», створеного учасниками тренінгу на основі коміксу.

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. Потім 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.

Висновки. Використання креолізованих текстів (коміксів) є інноваційним засобом активізації національної та громадянської самоідентифікації молоді.

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.

У тренінгу завдання зі 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.

Застосування даного методу в тренінговій практиці 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.

Перспективи подальших досліджень полягають у всебічній апробації розробленої програми тренінгу, а також у використанні індикаторів вербальних та невербальних компонентів коміксів при вивченні пропагандистського контенту, який поширюється в соціальних медіа.

Список використаних джерел

1. Анисимова Е. Е. Лингвистика текста и межкультурная коммуникация (на материале креолизованных текстов) / Е. Е. Анисимова. – М.: Издательский центр «Академия», 2003. – 128 с.
2. Ворошилова М. Б. Политический креолизованный текст: ключи к прочтению / М. Б. Ворошилова. – Екатеринбург, 2013. – 194 с.
3. 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». – 2018. – С. 400–407.
4. Остапенко І. В. Стратегії та технології активізації самоідентифікування молоді: методичний посібник / І. В. Остапенко; Національна академія наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К., 2018. – 114 с.
5. Сонин А. Г. Понимание поликодовых текстов: когнитивный аспект: Монография / А. Г. Сонин. – М., 2005. – 220 с.
6. Сорокин Ю. А. Креолизованные тексты и их коммуникативная функция / Ю. А. Сорокин, Е. Ф. Тарасов // Оптимизация речевого воздействия. – 1990. – С. 178–187.
7. 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.
8. Iedema R. Multimodality, Resemiotization: Extending the Analysis of Discourse as a Multisemiotic Practice / R Iedema // Visual Communication. – 2003. – 2(1). – P. 29–57. – DOI: 10.1177/1470357203002001751
9. Kress G. Reading Images: The Grammar of Visual Design (2nd ed) / G. Kress, T. van Leeuwen. – London: Routledge, 2006. – 291 p.
10. Machin D. Multimodality and Theories of the Visual / D. Machin // Routledge Handbook of Multimodal Analysis. C. Jewitt (ed). – London and New York: Routledge, 2009. – P. 181–190.
11. McCloud S. Understanding Comics: The Invisible Art / Scott McCloud. – New York: Harper Collins & Kitchen Sink Press, 1994. – p. 17.
12. O'Halloran K. L. Multimodal Studies: Exploring Issues and Domains / K. L. O'Halloran, B. A. Smith. – New York & London: Routledge, 2011. – 269 p.
13. 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). – 2015. – vol. 46. – no. 1. – P. 53–70. – URL: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0022022114551791>
14. Sosniuk O. 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. – URL: <http://lib.iitta.gov.ua/707147/1/Disco2016-sbornik-72-77.pdf> (31.01.2019).
15. Sosniuk O. The development of medialiteracy and media competence of students in educational practice / Oleh Sosniuk, Iryna Ostapenko // DisCo 2018: Overcoming the

Challenges and Barriers in Open Education. Papers of 13-th International Conference. – Prague, Center of Higher Education Studies, 2018. – P. 82–89. – URL: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/712411> (31.01.2019).

16. Tan S. E. *Multimodal Analysis Image (Teacher Edition and Student Edition)* / S. E. Tan, K. L. Marissa. K. L. O'Halloran // *Multimodality in Practice: Investigating Theory-in-Practice through Methodology*. – US: Routledge, 2012. – P. 153–173.

References transliterated

1. Anisimova E. E. *Lingvistika teksta i mezhkul'turnaja komunikacija (na materiale kreolizovannyh tekstov)* / E. E. Anisimova. – M.: Izdatel'skij centr «Akademija», 2003. – 128 s.

2. Voroshilova M. B. *Politicheskij kreolizovannyj tekst: kljuchi k prochteniju* / M. B. Voroshilova. – Ekaterinburg, 2013. – 194 s.

3. Zhadan I. V. *Transformuvannja komunikatyvnykh praktyk ghromadjanskoji ta nacionalnoji samoidentyfikaciji: potencial osvity doroslykh* / I. V. Zhadan // *Zbirnyk materialiv metodologichnogho seminaru NAPNU «Konceptualjni zasady rozvytku osvity doroslykh: svitovyj dosvid, ukrajinsjki realiji i perspektyvy»*. – K., 2018. – S. 400–407.

4. Ostapenko I. V. *Strateghiji ta tekhnologhiji aktyvizaciji samoidentyfikuvannja molodi: metodychnyj posibnyk* / I. V. Ostapenko; Nacionaljna akademija nauk Ukrainy, Instytut socialnoji ta politychnoji psykholohiji. – K., 2018. – 114 s.

5. Sonin A. G. *Ponimanie polikodovyh tekstov: kognitivnyj aspekt: Monografija* / A. G. Sonin. – M., 2005. – 220 s.

6. Sorokin Ju. A. *Kreolizovannye teksty i ih kommunikativnaja funkcija* / Ju. A. Sorokin, E. F. Tarasov // *Optimizacija rechovogo vozdejstvija*. – 1990. – S. 178–187.

7. Sosniuk O. P. *Veb-kvest jak instrument rozvytku mediakompetetnosti studentskoji molodi* / O. P. Sosniuk, I. V. Ostapenko // *Ukrajinsjkyj psykholohichnyj zhurnal*. – 2018. – № 1 (7). – S. 133–150. – URL: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/710128> (31.01.2019).

8. Iedema R. *Multimodality, Resemiotization: Extending the Analysis of Discourse as a Multisemiotic Practice* / R. Iedema // *Visual Communication*. – 2003. – 2(1). – P. 29–57. – DOI: 10.1177/1470357203002001751

9. Kress G. *Reading Images: The Grammar of Visual Design (2nd ed)* / G. Kress, T. van Leeuwen. – London: Routledge, 2006. – 291 p.

10. Machin D. *Multimodality and Theories of the Visual* / D. Machin // *Routledge Handbook of Multimodal Analysis*. C. Jewitt (ed). – London and New York: Routledge, 2009. – P. 181–190.

11. McCloud S. *Understanding Comics: The Invisible Art* / Scott McCloud. – New York: Harper Collins & Kitchen Sink Press, 1994. – p. 17.

12. O'Halloran K. L. *Multimodal Studies: Exploring Issues and Domains* / K. L. O'Halloran, B. A. Smith. – New York & London: Routledge, 2011. – 269 p.

13. 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). – 2015. – vol. 46. – no. 1. – P. 53–70. – URL: <http://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0022022114551791>

14. Sosniuk O. 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. – URL: <http://lib.iitta.gov.ua/707147/1/Disco2016-sbornik-72-77.pdf> (31.01.2019).

15. Sosniuk O. The development of medialiteracy and media competence of students in educational practice / Oleh Sosniuk, Iryna Ostapenko // DisCo 2018: Overcoming the Challenges and Barriers in Open Education. Papers of 13-th International Conference. – Prague, Center of Higher Education Studies, 2018. – P. 82–89. – URL: <http://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/712411> (31.01.2019).

16. Tan S. E. Multimodal Analysis Image (Teacher Edition and Student Edition) / S. E. Tan, K. L. Marissa. K. L. O'Halloran // Multimodality in Practice: Investigating Theory-in-Practice through Methodology. – US: Routledge, 2012. – P. 153–173.

Abstract

Sosniuk O. P.,

PhD (Candidate of Psychological Sciences),

Associate Professor (docent),

Social Psychology Department,

Taras Shevchenko National University of Kyiv

E-mail: oleh.sosniuk@gmail.com

Ostapenko I. V.,

PhD (Candidate of Psychological Sciences),

Senior Researcher,

Laboratory for Psychology of

Youth Political Behavior,

Institute for Social and Political Psychology

of NAES of Ukraine

E-mail: ostapenko.iryna.vit@gmail.com

CREOLIZED TEXTS (COMICS) AS A TOOL FOR ACTIVATION OF YOUTH'S NATIONAL AND CIVIC SELF-IDENTIFICATION

The article is devoted to the problem of activation of national and civic identity. The authors determined the indicators of national and civic identity for qualitative content analysis of verbal and non-verbal components of multimodal texts (comics).

The authors considered the peculiarities of usage of comics in training practice for: actualization of national and civic self-identification barriers of youth in different subsystems of social interaction; increasing the youth's resistance to propaganda's influence; fixation of positive change during the training.

The authors established, that comics creation as a method has high diagnostic and developmental potential for activation of youth's national and civic self-identification processes. It was shown, that usage of comics: 1) facilitates the interaction between verbal and non-verbal components of the comics and also has ample opportunities of its usage as a projective technique; 2) provides the procedure's relevance for the target audience, since creative tasks, that involve comics creation are familiar to youth; 3) matches the basic ways of communication practices change (articulation, reconfiguration, borrowing); 4) enables the realization of clarification, prognostic modeling and construction (reconstruction) of the identification discourse.

The authors revealed three basic intentions, that arised among the training participants during the comics' remake: increase of the comics' characters activity in defending their own national and civic identity, increase of characters' assertiveness level (the ability to defend their own standpoint without the violation of anther individual's moral rights) and willing to search for ways to constructively solve conflict situations. The existence of those intentions can be considered as evidence of participants' positive change and general effectiveness of the training.

Key words: *creolized (multimodal) texts, comics, training, national and civic self-identification.*

Отримано – 3 січня 2019

Рецензовано – 11 січня 2019

Прийнято – 17 січня 2019

Received – January 3, 2019

Revision – January 11, 2019

Accepted – January 17, 2019