

Остапенко Ірина Віталіївна

кандидат психологічних наук,
завідувач лабораторії психології політичної поведінки молоді,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,
м. Київ, Україна
ostapenko.iryna.vit@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6710-5964

ОСОБЛИВОСТІ ПРОЯВУ РЕГІОНАЛЬНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ДІЙ

Стаття висвітлює результати емпіричного дослідження уявлень молоді про регіональну ідентифікацію, що здійснювалось з використанням проєктивної методики «Географія візуальних образів». Аналіз результатів дослідження дозволив визначити, що регіональна ідентичність молоді окреслюється межами власного населеного пункту (міста, села). Виявлено психосемантичні особливості уявлень про типового представника регіону.

Ключові слова: *регіональна ідентифікація, методика «Географія візуальних образів», війна, студентська молодь.*

Війна змінила погляд на уявлення багатьох українців про свій регіон та його жителів. Регіональна ідентичність стала більш акцентованою, значущою, з'явилися нові місцеві міфи та легенди, загострилося сприймання регіональних проблем. Багато територій є тимчасово окупованими або знаходяться в зоні проведення бойових дій. В зв'язку з цим перед науковцями-дослідниками виникає проблема регіонального поділу України та визначення меж регіонів для проведення дослідження, оскільки загальноприйнятий поділ – центр, захід, схід, південь, не працює в сучасних умовах. Велика кількість молоді є внутрішньо переміщеними особами і можливо, ще більша кількість знаходиться

за кордоном, є і такі, що знаходяться на окупованих територіях і не мають змоги виїхати звідти. При цьому всі ці молоді люди навчаються в українських навчальних закладах. Багато навчальних закладів – ВНЗ, школи, училища - теж переміщені з окупованих/регіонів, де ведуться бойові дії у безпечніші регіони. Це все разом створює значні проблеми для проведення емпіричного дослідження.

Щоб знайти шляхи розв'язання дослідницької проблеми, принаймні, означити критерії регіональної диференціації, ми спробували з'ясувати, як молодь уявляє собі типового мешканця регіону.

Одним з критеріїв виміру регіональної ідентичності, яким користувалися дослідники, є «національна ідея у регіональному баченні», яку можна окреслити як власну візію смисложиттєвих орієнтирів і привабливих перспектив майбутнього, що властиве кожному територіальному соціуму. Ставлення до конструкту «національна ідея» може бути досить виразним індикатором політичних орієнтацій і ціннісних пріоритетів. (Нагорна, 2008). При цьому термін «національна ідея» застосовувався у найширшому з усіх можливих значень. «...Він концептуалізувався як своєрідна тріада, що складається з національного історичного міфу і відповідних проекцій минулого на сучасність, уявлень про сучасний національний інтерес і про спрямований у майбутнє національний ідеал...». (Нагорна, 2008, с. 158). Відповідно, довгий час дослідники концентрували свою увагу на відмінностях у інтерпретації історичного минулого, геополітичну орієнтацію (на Європу чи Росію), бачення владного режиму (демократичний, ліберальний чи авторитарний), ознаки політичної, економічної, культурної успішності держави. Саме ці регіонально вкорінені відмінності і виступили в якості основи протистояння Заходу і Сходу, яке часто артикулювалось політиками в електоральній боротьбі.

Однак війна, анексія територій, і, нарешті, повномасштабне вторгнення Росії в 2022 р. змінили ці регіональні ідентифікації в бік більшої національної єдності, з огляду на необхідність спільного протистояння агресору, в той же час не нівелювавши їх повністю, а подекуди й надавши їм нового наповнення. Ці

нові форми а іноді й види регіональних відмінностей залежать від територіальних особливостей перебігу воєнних дій з моменту початку повномасштабного вторгнення РФ (зокрема від того, знаходився/знаходиться регіон під окупацією чи ні, наскільки великий розмах руйнувань, наскільки віддаленим/наближеним є цей регіон до зони бойових дій, від кількості переселенців з інших регіонів і т.ін.)

В нашому власному дослідженні особливостей прояву регіональної ідентифікації ми прагнули використати цікаві і релевантні для студентської молоді методи. Зокрема, з огляду на активне використання молоддю соціальних медіа та значної присутності там візуального контенту, нами було прийняте рішення про найбільшу доцільність використання методу візуалізації за допомогою колажів. Вважаємо за доречне коротко занурити читача у контекст даного методу, щоб він краще розумів логіку рішення нашого дослідницького колективу.

Слід зазначити, що поступово розширюється сфера застосування візуалізації в психологічних дослідженнях. Так, в межах мультимодального підходу стає можливим вивчати особистий досвід, який важко вербалізувати (Boden & Larkin, 2021). Відомим якісним методом групової роботи також є візуальна матриця, що застосовується для дослідження досвіду художньої постановки або психосоціального впливу естетичних об'єктів, процесів чи подій на аудиторію, групу чи спільноту. За допомогою даного методу досліджуються психосоціальні та символічні аспекти культурних уявлень (Froggett, 2021). З огляду на специфіку соціальних медіа, люди все частіше використовують візуальну інформацію для конструювання своєї ідентичності, самовираження та соціального спілкування, наприклад, через обмін селфі та знімками повсякденного життя (Hand, 2017; Highfield & Leaver, 2016).

Нами ж для вивчення психосемантичних особливостей візуалізації уявлень студентської молоді про типового мешканця регіону використовувалась проєктивна техніка колаж, що дозволяє актуалізувати особистісні переживання та дослідити окремі аспекти життєвого досвіду

людини, які виявляються у її візуальних репрезентаціях. Ми вважали доцільним застосувати проєктивну методику «Географія візуальних образів», в основу якої покладено техніку створення колажу. Ця методика пройшла багаторічну апробацію у наших наукових та прикладних психологічних дослідженнях (Остапенко, 2014; Соснюк & Остапенко, 2017).

Порівняно з традиційними методиками створення колажу, її використання надає істотні переваги, пов'язані з певними процедурними та конструктивними особливостями. Так, при створенні колажу респондентам пропонується підписати кожен візуальний образ, щоб наділити картинку первинним індивідуальним значенням. Тобто методика дозволяє не тільки отримати інтегральні колажі, але й ідентифікувати цінності та особисті сенси, які репрезентують візуальні образи, що були використані респондентами. Крім того, застосування даної проєктивної методики передбачає використання спеціальної інтерпретаційної схеми, розробленої О.П.Соснюком (Соснюк, 2012) на основі ідей А.Branthwaite та L.Toiati (Branthwaite & Toiati, 2005).

Мета статті полягає у висвітленні результатів емпіричного дослідження візуалізації уявлень студентської молоді про типового представника регіону.

В нашому дослідженні респонденти здійснювали пошук візуальних образів у медіаконтенті, представленому у соціальних медіа і на різноманітних платформах в Інтернеті. В процесі аналізу створених досліджуваними колажів особливості прояву базових конструктів уявлень студентської молоді про типового представника регіону визначались в площинах: раціонального, емоційного та життєвого досвіду, творчої пізнавальної активності. Детальний опис інтегральної інтерпретаційної схеми наведено в наших попередніх публікаціях (Соснюк & Остапенко, 2017).

Методика колажів разом з інтерпретаційною схемою була використана в емпіричному дослідженні психосемантичних особливостей уявлень про майбутнє студентської молоді з використанням медіаконтенту.

Дослідження проводилося під час повномасштабного вторгнення рф, протягом березня-квітня 2022 р. серед студентів закладів вищої освіти м. Києва,

які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілю. Загальний обсяг вибірки – 91 особа (71 особа жіночої статі, з них 36 знаходяться в Україні, в тому числі на тимчасово окупованих територіях, а 35 – за кордоном; 20 осіб чоловічої статі). Всім досліджуваним пропонувалось зробити колажі «типовий представник регіону» за методикою «Географія візуальних образів».

Попередній аналіз результатів дозволив визначити наступні ***психосемантичні особливості уявлень про типового представника регіону.***

Сутнісні характеристики. Те, що відрізняє мешканців регіону: мова спілкування (українська, російська, суржик, місцевий діалект), характеристики мешканців (любов до футболу, почуття гумору, рід занять, відкритість/закритість у комунікації), визначні місця кожного населеного пункту, вільний він чи знаходиться в тимчасовій окупації. Спільне для всіх регіонів: любов до рідного міста/села, патріотизм, громадянські якості, готовність захищати Батьківщину, волонтерство, відновлення миру та возз'єднання сімей, повернення додому.

Раціональні інтенції. Те, що відрізняє мешканців регіону: Темп життя (поспіх, повільний); популярні місця прогулянок, сховищ, відпочинку; стиль одягу, рід занять, ступінь зайнятості, усвідомлення себе європейцем.

Життєвий досвід. Те, що відрізняє мешканців регіону: улюблений міський транспорт/власний транспорт, місця здійснення покупок, наявність інтересів поза роботою/освітою, кількість мов, якими володіють мешканці регіону, рівень достатку, проблеми регіону, інтенції змінити місце проживання. Спільне для всіх регіонів: освіта, наявність домашнього улюбленця, читання новин, мрії про повернення до звичного життя.

Креатив, узагальнений попередній досвід. Те, що відрізняє мешканців регіону: креативний, сучасний чи традиційний погляд на життя, традиції/дозвілля, хоббі, наявність вимушених переселенців, наявність зруйнованих будинків. Спільне для всіх регіонів: синдром відкладеного життя, волонтерство, військова служба.

Емоції та почуття. Те, що відрізняє мешканців регіону: способи відпочинку, улюблені розваги. Спільне для всіх регіонів: емоційна прихильність до рідного міста, переживання за близьких, турбота та співчуття постраждалим, спілкування з близькими в інтернеті, біль за руйнування, втома.

Незважаючи на те, що традиційно регіоном вважається місцевість, більша за населений пункт, принаймні область, а то й низка сусідніх областей, майже, всі досліджувані ідентифікували себе як мешканців населеного пункту (міста, села), де вони народилися та вирости. Молоді люди (незалежно від статі та місцеперебування) часто використовують для візуалізації національну символіку та культурні символи, зображення українських військових, з якими пов'язуються надії на мир, перемогу та відновлення територіальної цілісності держави. В той же час молодь з окупованих регіонів використовує у колажах російську символіку та зображення російської техніки, які розміщені як сутнісні характеристики регіону, а також у площинах раціональних інтенцій та життєвого досвіду. Надії на визволення від окупації та емоційну єдність з Україною передаються зображенням масових проукраїнських мітингів у площині емоцій та почуттів.

Можна відзначити, що історичне минуле регіону практично не представлене на колажах, так само як культурні традиції, що раніше були ледь не найважливішою відмінністю одного регіону від іншого. Можливо, це пов'язано з незнанням історії чи традицій регіону молоддю, а, можливо, і з тим, що війна просто зробила ці аспекти менш значущими в сучасних умовах.

Підсумовуючи результати емпіричного дослідження, варто відзначити, що виклики війни змінюють бачення молоддю регіональної ідентифікації та критеріїв диференціації жителів одного регіону від іншого.

Висновки. В емпіричному дослідженні визначено особливості візуалізації уявлень молоді про типового представника регіону України з використанням медіаконтенту. Аналізуючи результати дослідження, можна зробити такі **висновки:**

1. Встановлено, що в уявленнях молоді (незалежно від статі та місцеперебування) про типового представника регіону є багато спільного, тобто такого, що властиве представникам всіх регіонів: любов до рідного міста, патріотизм, громадянські якості, готовність захищати Батьківщину, волонтерство, очікування щасливого життя у родинному колі, відновлення миру та возз'єднання сімей /повернення додому. Молоді люди (незалежно від статі та місцеперебування) часто використовують для візуалізації національну символіку та культурні символи, зображення українських військових, з якими пов'язуються надії на мир, перемогу та відновлення територіальної цілісності держави.

2. Виявлено критерії відмінностей мешканців різних регіонів України: мова спілкування (українська, російська, суржик, місцевий діалект), характеристики мешканців (любов до футболу, почуття гумору, рід занять, відкритість чи закритість у комунікації), визначні місця кожного населеного пункту, вільний він чи знаходиться в тимчасовій окупації.

3. Визначено, що в уявленнях студентської молоді їхній регіон окреслюється межами населеного пункту (міста, села), де вони народилися та вирости

4. Встановлено, що історичне минуле регіону практично не представлено на колажах, як і культурні традиції, що раніше були ледь не найважливішою відмінністю одного регіону від іншого.

Список використаних джерел:

Нагорна, Л. П. (2008). *Регіональна ідентичність: український контекст*. Інститут політичних і етнонаціональних досліджень імені І.Ф.Кураса НАН України. Київ.

Остапенко, І. В. (2014). Особливості використання проективної техніки «колаж» для дослідження уявлень студентської молоді про владні режими. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки: Збірник наукових праць*, 2 (23), 187–192.

Соснюк, О. П. & Остапенко, І. В. (2017). Психосемантичні особливості національної та громадянської ідентичності студентської молоді. *Український психологічний журнал*, 2 (4), 164–176.

Соснюк, О. П. (2012). Психосемантична інтерпретація візуальних образів у прикладних дослідженнях. *Наука і освіта*, 9, 201–205.

Boden, Z. & Larkin, M. (2021). Moving from social networks to visual metaphors with the Relational Mapping Interview: an example in early psychosis. Paula Reavey (Eds.), *A Handbook of Visual Methods in Psychology. Using and Interpreting Images in Qualitative Research*. London and New York : Routledge. Taylor & Francis Group.

Branthwaite, A. & Toiati, L. (2005). An unusual approach to collage. *Exploring projective techniques (Reassessing and developing current practice)* (pp. 18–27). Barcelona (WorkShop ESOMAR).

Froggett, L. (2021). Imagery and association in a group-based method: the visual matrix. Paula Reavey (Eds.), *A Handbook of Visual Methods in Psychology. Using and Interpreting Images in Qualitative Research*. London and New York : Routledge. Taylor & Francis Group.

Hand, M. (2017). Visuality in social media: Researching images, circulations and practices. In L. Sloan & A. Quan-Haase (Eds.), *The SAGE handbook of social media research methods* (pp. 217–231). London, UK: Sage.

Highfield, T. & Leaver, T. (2016). Instagrammatics and digital methods: Studying visual social media, from selfies and GIFs to memes and emoji. *Communication Research and Practice*, 2(1), 47–62.