



**СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА МОЛОДЬ:
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ
ІДЕНТИФІКАЦІЇ**

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

**СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА МОЛОДЬ:
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ**

МОНОГРАФІЯ

*За науковою редакцією
кандидата психологічних наук Ірини Остапенко*

Кропивницький – 2024

УДК 159.9+316.346.32-053.6+37.01+323.1+316.77:37(477)
С 89

Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України,
протокол № 12/24 від 28 листопада 2024 року

Рецензенти:

А. Б. Коваленко, доктор психологічних наук;
О. М. Кокун, доктор психологічних наук;
Л. М. Коробка, кандидат психологічних наук

Сучасна українська молодь: регіональні особливості ідентифікації
[Електронне видання] : монографія / І. Остапенко, І. Жадан, О. Скнар, С. Позняк ;
за наук. ред. І. Остапенко ; Національна академія педагогічних наук України,
Інститут соціальної та політичної психології. – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2024.
– 127 с.
ISBN 978-966-189-735-8

Представлено результати дослідження національної, політичної, культурної, економічної ідентифікації учнівської та студентської молоді України в регіональному вимірі. Виявлено особливості проектування молоддю власного майбутнього і майбутнього України. Визначено відмінності базових смислів, цінностей і цілей, а також емоційної детермінації політичної ідентифікації молодих людей залежно від регіону проживання. Виокремлено основні чинники, які зумовлюють регіональні особливості культурної ідентифікації молоді. З'ясовано ціннісні складники економічної ідентифікації української молоді. Окреслено основні загрози для політичної, регіональної та національної ідентифікації молоді в повоєнний період.

Адресовано викладачам закладів вищої освіти, науковцям-психологам, фахівцям у галузі освіти – учителям, практичним психологам, представникам громадських організацій освітнього спрямування, органів управління освітою та регіональних центрів професійного розвитку педагогічних працівників.

ISBN 978-966-189-735-8

УДК 159.9+316.346.32-053.6+37.01+323.1+316.77:37(477)

© Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2024
© І. Остапенко, І. Жадан, О. Скнар, С. Позняк, 2024

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
РОЗДІЛ 1. НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ ТА ЇЇ УЯВЛЕННЯ ПРО МАЙБУТНЄ (<i>І. В. Остапенко</i>).....	7
1.1. Психологічні виміри національної ідентичності	8
1.2. Проектування майбутнього у фокусі психологічних досліджень.....	15
1.3. Прояви національної ідентифікації в уявленнях молоді про майбутнє	18
1.3.1. Психосемантичні особливості образу майбутнього	19
1.3.2. Образ майбутнього молоді: регіональні відмінності.....	33
1.3.3. Факторна структура національної ідентичності молоді та її уявлень про майбутнє.....	38
1.3.4. Сценарії розвитку української політичної нації	41
Список використаних джерел	46
РОЗДІЛ 2. РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР ПОЛІТИЧНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОЇ ІНТЕГРАЦІЇ (<i>І. В. Жадан</i>).....	50
2.1. Регіональна політична ідентичність: ресурс відновлення чи джерело конфліктів?	50
2.2. Регіональна політична ідентичність українського студентства.....	55
2.3. Базові смисли, цінності та цілі політичної ідентифікації студентства різних регіонів.....	60
2.4. Емоційні аспекти політичної ідентифікації студентства різних регіонів	65
2.5. Регіональна політична ідентичність молоді в контексті реадаптації і повоєнної консолідації.....	69
Список використаних джерел	72
РОЗДІЛ 3. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ (<i>О. М. Скнар</i>).....	74
3.1. Теоретико-методологічні засади вивчення культурної ідентифікації сучасної молоді в регіональному вимірі.....	74
3.2. Культурна ідентифікація молоді: психологічні показники і методичне забезпечення дослідження	76
3.3. Регіональні особливості культурної ідентифікації учнівської та студентської молоді.....	78
Список використаних джерел	98

РОЗДІЛ 4. ЕКОНОМІЧНІ ОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ: СЕМАНТИЧНА СТРУКТУРА І РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ (<i>С. І. Позняк</i>).....	99
4.1. Концептуальні підходи до дослідження економічної ідентичності	100
4.2. Семантична структура і регіональні особливості економічних орієнтацій молоді.....	106
Список використаних джерел	121
 ВИСНОВКИ.....	 123

ВСТУП

Посталі наразі перед українською державністю військово-політичні виклики, що постійно загострювалися впродовж останнього часу і досягли крайнього рівня напруженості під час російсько-української війни, особливо її повномасштабної фази, як ніколи раніше в новітній історії актуалізували питання громадянської ідентифікації та ідентичності. Проблематика ідентичності – у полі уваги фахівців із соціології, філософії, політології, психології, і кожна наукова дисципліна застосовує різні підходи до її вивчення. Соціальна психологія має свій унікальний інструментарій для вивчення різних аспектів ідентичності та ідентифікації в усій їх складності і багатовимірності.

Мета цієї монографії – висвітлення результатів соціально-психологічного дослідження національної, політичної, культурної та економічної ідентифікації молоді в регіональному розрізі. Зокрема, у ній представлено результати дослідження за темою «Регіональні особливості ідентифікації учнівської та студентської молоді як чинник державної освітньої політики» (2022–2023 рр.), проведеного відділом психології політичної поведінки молоді Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Цільовою групою досліджуваних стала учнівська і студентська молодь. Чому? По-перше, саме в цій групі українського суспільства процес становлення ідентичності є найбільш активним. По-друге, від результатів цього процесу значною мірою залежатиме майбутнє української політичної нації, перспективи розвитку культури та економіки. Національна, політична, культурна, економічна ідентифікація молоді відчутно впливатиме і на процеси повоєнного відновлення України та її повноцінної інтеграції в сім'ю європейських держав.

У першому розділі монографії (автор – Ірина Остапенко) представлено результати емпіричного дослідження особливостей вияву національної ідентифікації молодих людей у проєктуванні ними власного майбутнього та майбутнього України. Завдяки використанню психосемантичних методів і

методики колажів виявлено регіональні, гендерні та інші особливості національної ідентифікації молоді в проектуванні майбутнього в розрізі різних сценаріїв розвитку української політичної нації, що склалися в уявленнях студентів.

Другий розділ (автор – Ірина Жадан) присвячено регіональному виміру політичної ідентифікації студентської молоді. У ньому аналізуються відмінності базових смислів, цінностей та цілей, а також емоційна детермінація політичної ідентифікації студентства різних регіонів. Розглядаються перспективи реадaptaції внутрішньо переміщених осіб і повоєнної консолідації громад.

Третій розділ (автор – Оксана Скнар) висвітлює регіональні особливості культурної ідентифікації молоді. Описано відмінності між молоддю різних регіонів України за такими показниками, як ставлення до культурних цінностей, зв'язок з культурними традиціями, залучення до етнокультурних практик і звичаїв, переживання належності до свого народу. Також розглянуто чинники, які сприяють або перешкоджають культурній ідентифікації молоді країни.

У четвертому розділі (автор – Світлана Позняк) ідеться про ціннісно-сміслові основи економічного самовизначення молоді. Представлено результати емпіричного дослідження регіональних особливостей її економічної ідентифікації, а також семантичну структуру і регіональні особливості економічних орієнтацій молодих людей..

Монографія, що є відповіддю науковців на низку важливих викликів сьогодення, пропонує самобутній погляд на процес ідентифікації та його вияви в різних сферах життя української молоді. Поряд з поняттям “ідентифікація” в тексті монографії трапляється і поняття “ідентичність”. Перше вживається тоді, коли йдеться про чинники, детермінанти, механізми процесу ідентифікування, друге – коли мають на увазі його результат.

Ґрунтуючись на результатах дослідження, автори напрацювали також відповідні рекомендації, представлені в практичному посібнику «Регіональні особливості ідентифікації молоді у воєнний час і державна освітня політика».

Розділ 1

НАЦІОНАЛЬНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ ТА УЯВЛЕННЯ ПРО МАЙБУТНЄ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

Вивчення уявлень молоді про своє майбутнє є одним з надважливих завдань, що постають сьогодні перед психологами. Така увага науковців є цілком закономірною. Адже останнім часом унаслідок воєнних дій життєві плани сотень тисяч молодих людей зазнали деструктивних впливів, змушуючи їх вносити істотні корективи в бачення власних життєвих перспектив і спонукаючи переосмислювати свою національну ідентичність. Отже, розкриття особливостей проектування молоддю власного майбутнього дає змогу водночас визначити характер змін у її національній ідентифікації. Повномасштабне вторгнення вплинуло і на динаміку, і на зміст цих процесів. І це не дивно, адже молодь дорослішає швидше, ніж у мирний час; у неї з'являються нові пріоритети, а щось, навпаки, втрачає в її очах свою актуальність. Ці процеси не завжди усвідомлюються і часто відбуваються непомітно для самої людини. Саме тому вважаємо за доцільне дослідити наявний зв'язок та взаємовпливи між національною ідентифікацією й уявленнями про майбутнє української молоді.

Війна змінила уявлення багатьох українців не тільки про себе, а й про свій регіон і його жителів. Регіональні особливості ідентифікації стали більш акцентованими, значущими, з'явилися нові місцеві міфи і легенди, загострилося сприймання регіональних проблем. Багато територій є наразі тимчасово окупованими або стали зоною проведення бойових дій. Чимало молодих людей потрапили в категорію внутрішньо переміщених осіб, і, можливо, ще більша їхня кількість перебуває за кордоном; є й такі, що

мешкають на окупованих територіях і не мають змоги виїхати звідти. А втім, усі ці молоді люди навчаються в українських навчальних закладах. Багато навчальних закладів – ЗВО, шкіл, училищ – теж переміщено з окупованих регіонів, де ведуться бойові дії, у безпечніші регіони. Тому спектр проблем, пов'язаних з розвитком ідентичності особистості в освітньому просторі, постійно розширюється, що тягне за собою додаткові складнощі для проведення поточного дослідження. Відтак ми зосередимо увагу на висвітленні регіональних особливостей ідентифікації молоді у проектуванні майбутнього в контексті розвитку національної ідентичності молоді.

1.1. Психологічні виміри національної ідентичності

У психологічній науці ідентичність розглядають як продукт символічного культурного середовища, у межах якого забезпечуються необхідні умови для формування особистості. Становлення ідентичності відбувається завдяки співвіднесенню себе з певною соціокультурною спільнотою і водночас через протиставлення іншій спільноті. При цьому процес самоідентифікування стає можливим завдяки усвідомленню як зовнішніх відмінностей від інших, так і відмінностей соціокультурних – цінностей і норм певної соціальної спільноти, з якою особа ототожнює себе.

В умовах традиційного суспільства процес самоідентифікування відбувається, як вважають, за спрощеним сценарієм, адже можна говорити про загалом незмінну належність людини до групи. Однак в інформаційному суспільстві самоідентифікування перетворюється на більш складнодетермінований процес. Так, в індустріальному і частково постіндустріальному суспільствах більшість людей позиціонували себе переважно в межах національного соціального простору. Однак в інформаційному суспільстві внаслідок сприйняття загальноцивілізаційних цінностей простір для ідентифікації істотно розширюється. Тому зростає конкуренція між національними і глобальними комунікативно-дискурсивними

практиками й цінностями, а саме набуття ідентичності відбувається під впливом глобалізаційних процесів.

Зазначені аспекти формування ідентичності стали предметом досить докладного вивчення в соціальній психології. Представники *символічного інтеракціонізму* (G. H. Mead., Ch. H. Cooley) розглядають набуття ідентичності з позиції рольових теорій. Так, у структурі ідентичності виокремлено особистісний і соціальний складники, які відображають співвідношення соціальної детермінації ідентичності і самодетермінації особистості [1; 2]. Обстоюючи ці ідеї, Дж. Г. Мід і Г. Блумер висновують, що ідентичність формується в процесі соціалізації завдяки індивідуальній активності (у формі «play») та взаємодії із соціальним оточенням (у формі «game») [1]. А проте, на думку Ч. Кулі, визначальний вплив на формування ідентичності має соціальна взаємодія, основним же механізмом цього процесу дослідник вважає контроль «узагальненого іншого» [2].

Отже, представники символічного інтеракціонізму визнають, що ідентичність формується під впливом соціального середовища. Ідеться насамперед про мікросоціальне оточення, у межах якого відбувається становлення соціальної (віртуальної, реальної) і персональної ідентичності.

На думку представників *соціального конструкціонізму* П. Бергера (P. Berger) і Т. Лукмана (T. Luckmann), ідентичність формується в процесі соціальної взаємодії [3]. Дослідники вважають, що людина біологічно запрограмована конструювати світ, у якому вона живе разом з іншими, і її не можна адекватно сприймати без соціального контексту. Тобто вони розглядають ідентичність як продукт культурного середовища [3].

Такі погляди обстоює у своїх працях представниця конструктивістського підходу Н. Фрезер (N. Fraser), яка наголошує на значущості впливу суспільства на формування ідентичності. «Соціальні ідентичності являють собою комплекси значень і 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 [4, с. 53].

Значний внесок у розвиток цієї проблематики зробили представники *теорії соціальної ідентичності* (Н. Tajfel, J. Turner, Н. Giles) [5-7]. Зокрема, Г. Теджфел, розкриваючи сутність поняття соціальної ідентичності, зазначав, що її формування зумовлене знанням індивіда про членство в соціальній групі (або групах), а також цінністю та емоційною значущістю такого членства. Унаслідок цього у людей виникає мотивація позитивно оцінювати свою групу [5]. У процесі набуття позитивної ідентичності член групи прагне поліпшити репутацію власної групи. У тих випадках, коли це зробити неможливо, виникає мотивація здійснити перехід в іншу групу. Цей процес може бути ускладненим через бар'єри, які заважають такому переходу. Однак завдяки реалізації стратегій індивідуальної мобільності, соціальної креативності, соціальної конкуренції і колективного нарцисизму подолання цих бар'єрів та досягнення позитивної соціальної ідентичності стають можливими [5; 7].

Українські вчені досліджували також феномени групової ідентичності. Так, за П. Горностаєм, «ідентичність групи – це властивість високого рівня розвитку групової ідентичності, коли група набуває суб'єктності на всіх рівнях. Якщо ідентичності групи (спільної для всієї групи) як такої немає або вона недостатня, то в групі переважають відцентрові тенденції, означається тенденція до розпаду... І навпаки – групова інтеграція сприяє формуванню спільної для цієї групи ідентичності. Основні ознаки ідентичності групи: 1) образ групи як чогось цілісного; 2) відчуття «ми» для всієї групи і «вони» для всіх, хто до неї не належить; 3) історія групи, оформлена як певна розповідь (груповий наратив); 4) міфологія групи як продовження її історії; 5) сильні групова свідомість і групове несвідоме; 6) спільні для всіх групові цінності, які переживаються не лише на когнітивному, а й на емоційному рівні; 7) використання захисних механізмів, спрямованих не на захист особистості, а на захист групи в цілому; 8) референтність групи; 9) лояльність до групи її

членів (зокрема й неусвідомлювана); 10) групові атрибути: символи, логотипи, кольори, герби, прапори тощо» [8, с. 18-19].

Важливим напрямом сучасних психологічних досліджень є вивчення особливостей національної ідентичності. Українські дослідники зосереджують свою увагу на таких аспектах цієї проблеми, як-от:

- виокремлення певних типів національної ідентичності та чинників їхнього розвитку (Н. Хазратова) [9];
- виявлення сучасних пріоритетів у формуванні національної та громадянської ідентичності (Л. Нагорна) [10];
- визначення динаміки розвитку національної ідентичності та регіональних особливостей її прояву (Т. Воропаєва) [11];
- вивчення впливу трансформації комунікативних практик на національну та громадянську самоідентифікацію (І. Жадан) [12];
- переосмислення нової національної та громадянської ідентичності на основі аналізу кризи попередніх ідентичностей (О. Майборода, М. Маринович) [13; 14];
- дослідження сприймання національних символів (М. Слюсаревський) [15].

Основні риси національної ідентичності, на думку більшості науковців, такі: 1) усвідомлення своєї належності до держави; 2) історична територія; 3) спільна історична пам'ять і міфологія; 4) спільна масова, громадська культура; 5) національна ідея та символіка.

За визначенням відомого британського дослідника феноменів нації і націоналізму Ентоні Сміта (A. Smith), нація – це насамперед культурні і політичні зв'язки, що об'єднують у єдину політичну спільноту всіх, хто має спільну історичну культуру і батьківщину. Саме тому, на його думку, національну ідентичність не можна звести до якогось одного-єдиного елемента і не можна легко або швидко прищепити її особистості за допомогою якихось штучних засобів, адже за самою своєю суттю вона багатовимірна [16]. Е. Сміт вважає, що призначення нації полягає також у тому, щоб розвивати соціальні

зв'язки між індивідами і класами. Завдяки цьому у людей виникає почуття національної ідентичності, формується набір спільних цінностей, символів і традицій, стає можливим самовизначення індивідів і груп крізь призму власної самобутньої культури [16].

Представники *дискурсивно-історичного підходу* Р. Водак (R. Wodak), Р. де Сілья (R. De Cillia), М. Рейсігл (M. Reisigl) і К. Лібхарт (K. Liebhart) вважають, що становлення національної ідентичності може відбуватись у різних формах [17]. Наприклад, якщо держава формує всеохопний контекст нашого існування, створюючи соціальні інститути, засоби масової інформації, провадячи певну мовну політику, ідеться про *пасивну* форму. І навпаки, коли впливові національні лідери, які є джерелом влади, цілеспрямовано впливають на націю, розвиток національної ідентичності відбувається в *активній* формі. При цьому національна ідентичність постає як комплекс спільних ідей, концептів чи схем сприймання а) емоційних оцінок, які поділяють члени однієї великої групи; б) спільних поведінкових настановлень; в) того, що засвоюється індивідом у процесі соціалізації [17].

Представники цього підходу, зокрема Р. Водак, Р. де Сілья, М. Рейсігл, Е. Голл), вважають, що національній ідентичності притаманні динамічність і непостійність [17], а дискурсивне формування національної ідентичності завжди передбачає конструювання комплексу відмітних, унікальних рис [18].

Варто зазначити, що, вивчаючи регіональні особливості ідентичності, науковці звертають увагу на її *гібридний* характер. Так, Дж. Арнет стверджує, що внаслідок глобалізації відбувається формування *бікультуральних* ідентичностей (коли одна частина ідентичності індивіда вкорінена в локальну, а інша – у глобальну ідентичність). Через це з'являються гібридні ідентичності. Їх кількість постійно зростає, адже під впливом глобалізаційних процесів відбуваються глибокі зміни локальних культур. Саме тому гібридні варіанти дифузної ідентичності стають нині найбільш поширеними [19].

Поступово набирають популярності дослідження, спрямовані на вивчення регіональних особливостей ідентичності (зокрема пов'язаних з освітнім

середовищем). Науковці розглядають приклади інтегрування культурної регіональної ідентичності в національні освітні програми [20], вивчають регіональну ідентичність мешканців окремих регіонів [21-23] та її збереження на тлі глобалізаційних процесів. Багато дослідників наголошують на необхідності формування регіональної ідентичності, поєднання зусиль інтеграції з урахуванням багатоетнічності, розбудовування національної ідентичності та мультикультурних суспільств в епоху глобалізації (на прикладі Південно-Східної Азії, Китаю, Єгипту, Румунії). Вони вважають, що без урахування регіональних особливостей ідентифікації, багатокультурності, інклюзивного і плюралістичного суспільства створення спільної регіональної ідентичності залишатиметься нездійсненим політичним проектом [24; 25].

Одним із критеріїв виміру регіональної ідентичності, на який спиралися дослідники, була «національна ідея в регіональному баченні». Її можна трактувати як власну візію смисложиттєвих орієнтирів і привабливих перспектив майбутнього, властивих кожному територіальному соціуму. Ставлення до конструкту «національна ідея» може бути досить виразним індикатором політичних орієнтацій і ціннісних пріоритетів [26]. При цьому термін «національна ідея» використовувався в найширшому з усіх можливих значень. «Він концептуалізувався як своєрідна тріада, що складається з національного історичного міфу і відповідних проєкцій минулого на сучасність, уявлень про сучасний національний інтерес і про спрямований у майбутнє національний ідеал...» [26, с. 158]. Отже, провідним критерієм регіональної диференціації є ставлення до національної ідеї як власної візії смисложиттєвих орієнтирів і привабливих перспектив майбутнього, властивих територіальному соціуму.

Відповідно, тривалий час дослідники зосереджували свою увагу на відмінностях в інтерпретуванні історичного минулого, геополітичній орієнтації (на Європу чи на Росію), баченні панівного режиму (демократичний, ліберальний чи авторитарний), ознаках політичної, економічної, культурної успішності держави. Саме ці регіонально вкорінені відмінності і стали основою

протистояння Заходу і Сходу, яке політики часто артикулювали в електоральній боротьбі. Однак війна, анексія територій і, нарешті, повномасштабне вторгнення Росії в Україну у 2022 році з огляду на необхідність спільного протистояння агресору змінили ці регіональні ідентифікації в бік більшої національної єдності, однак не нівелювали їх повністю, а лише надали їм подекуди нового наповнення. Ці нові форми, а то й види регіональних відмінностей залежать від територіальних особливостей перебігу воєнних дій з моменту початку повномасштабного вторгнення РФ (зокрема від того, перебував/перебуває регіон під окупацією чи ні, наскільки великі масштаби руйнувань, наскільки віддаленим/наближеним є цей регіон до зони бойових дій, від кількості переселенців з інших регіонів і т. ін.)

Дослідники виокремлюють не тільки види, а й форми ідентичності. Так, М. Кастельс говорить про можливість функціонування ідентичності в трьох формах: «легітимаційна ідентичність» (Legitimizing identity); «протидієва ідентичність», або «ідентичність опору» (Resistance identity), і «проектувальна ідентичність», або «ідентичність, спрямована в майбутнє» (Project identity). *Легітимаційна* ідентичність: формується аргументацією і смислами, які впроваджує та пропагує «панівна влада» задля раціоналізації, відтворення і поширення чинних провладних наративів. *Протидієва* ідентичність: конструюється у відповідь на девальвацію і стигматизацію; соціальні актори вибудовують «окопи опору» в опозиції до панівної норми. Це призводить до утворення спільнот, або громад, опору. Важливою ознакою цих спільнот є мінімальна залученість у структури традиційного громадянського суспільства і їхня, значною мірою, протестна спрямованість. Проте в перспективі частина цих спільнот від опору може перейти до «ідентичності, спрямованої в майбутнє», і тим самим буде сприяти становленню нового типу суспільства і нової держави. *Проектувальна* (спрямована в майбутнє) ідентичність: конструювання «нової ідентичності» суб'єктів, що переглянули свою позицію в суспільстві і в такий спосіб домагаються трансформації всієї соціальної структури [27]. Отже, підкреслюється особлива роль конструювання

майбутнього в розвитку ідентичності, потенціал цієї форми для суспільно значущих трансформацій та формування готовності різних верств населення (особливо молоді) до їх здійснення.

1.2. Проєктування майбутнього у фокусі психологічних досліджень

Зазначимо, що проблема проєктування майбутнього постійно перебуває у фокусі уваги вітчизняних дослідників. Завдяки їхнім зусиллям розроблено низку цікавих ідей та концептуальних положень. Зокрема, О. Злобіна обґрунтувала положення про траєкторії індивідуального життєздійснення в соціальних координатах, Т. Титаренко запропонувала модель самоконституювання особистості, К. Черемних проаналізувала моделі конструювання майбутнього, Л. Лепіхова визначила роль соціально-психологічних властивостей особистості в плануванні майбутнього та особливості впливу соціальної ситуації на перспективи планування майбутнього, О. Кляпець виокремила способи оптимізації самоздійснення особистості, Т. Ларіна окреслила перспективи оптимізації особистісного самоздійснення молоді завдяки підвищенню її життєстійкості [28].

Крім того, важливим напрямом є наразі вивчення впливу уявлень про майбутнє на поточну активність [29], впливу попереднього досвіду на уявлення про майбутнє [30]. З початком повномасштабного вторгнення з'явилися дослідження, у центрі уваги яких – оптимістичні уявлення про майбутнє як спонтанний спосіб самодопомоги і саморегуляції в умовах війни [31], зв'язок між часовими перспективами та образом майбутнього. Так, вивчаючи горизонти планування майбутнього, дослідники з'ясували, що віддаленість майбутніх подій, про які ми схильні думати, є стійкою характеристикою часової перспективи особистості [32; 33]. Прикметно, що тривалість цієї перспективи відрізняється у різних культур, але в середньому вміщується в 15-20 років.

Інакше кажучи, ми не бажаємо заглядати в майбутнє більше ніж на одне покоління вперед [33].

Досить цікавими є дослідження, які стосуються вивчення модальності образу майбутнього. Науковці стверджують, що оптимізм прямо пов'язаний з частотою роздумів про майбутнє і чіткістю образу майбутнього [34]. Також дослідники звертають увагу на «ефект надоптимізму», що виявляється в схильності більшості людей виключати зі свого образу майбутнього негативні події та недооцінювати ймовірність того, що неприємності можуть трапитися саме з ними, а не з іншими [35].

Дехто з дослідників припускає, що на уявлення про майбутнє впливає міжособистісний дискурс у соціальних мережах, тобто що міра знайомства і рівень довіри між людьми впливають на зміст їхніх уявлень про майбутнє. Виявилось також, що оцінювання ймовірності подій віддаленого майбутнього залежить від детальності опису цих подій: у разі більш детального опису їх оцінюють як більш імовірні. Водночас на оцінювання ймовірності подій найближчого майбутнього міра детальності їх опису не впливає [36]. Також, за припущенням дослідників, групова згуртованість знижує чутливість групи до майбутніх ризиків і підвищує її схильність переоцінювати свій вплив на майбутнє [37; 38]. Для характеристики образу майбутнього велике значення має ставлення до ризику, що виконує функцію захисту позитивної групової ідентичності. Ключову роль тут відіграє прагнення особистості символічно дистанціюватися від небезпеки, пов'язуючи її із зовнішніми щодо своєї групи силами, приписуючи джерело ризику або його наслідки не своїй, а чужій групі [39].

Характеризуючи образ майбутнього молоді, у ньому можна виокремити афективні, когнітивні та поведінкові компоненти. До *афективних* належать: 1) значущість власного майбутнього; 2) загальна позитивна або негативна оцінка власного майбутнього; 3) оцінка окремих соціальних процесів і явищ, що впливають на власне майбутнє; 4) позитивна або негативна оцінка власних зусиль щодо реалізації своїх цілей. До *когнітивних* компонентів, на нашу

думку, можна віднести уявлення 1) про власне майбутнє, 2) про соціальні процеси та явища, які можуть вплинути на власне майбутнє, 3) про силу і характер впливу майбутнього групи на її членів, 4) про передбачуваність власного майбутнього, 5) про керованість майбутнього, здатність впливати на своє майбутнє. *Поведінкові* компоненти – це: 1) готовність до конкретних дій задля реалізації образу кращого майбутнього, власних цілей та сподівань; 2) готовність обговорювати колективне майбутнє одне з одним і з представниками інших груп; 3) групові переваги щодо тих чи інших способів прогнозування колективного майбутнього; 4) способи впливу на своє майбутнє, яким надають перевагу.

Крім компонентів образу майбутнього, можна виокремити його змістові і динамічні характеристики. До *змістових* характеристик образу майбутнього пропонуємо віднести: суб'єктність, тобто віру в здатність впливати на нього; міру оптимізму щодо майбутнього; відносну сформованість уявлення про майбутнє у всіх сферах життя групи чи суспільства (наприклад, вимушена міграція в іншу країну, відносини між внутрішньо переміщеними особами і представниками нових для них територіальних громад, демографічна ситуація, рівень інфляції та ціни на товари і послуги, очікуваний рівень податків тощо). До *динамічних* характеристик образу майбутнього належать: тривалість часової перспективи, тобто максимальна віддаленість майбутніх подій, що пов'язуються зі своєю групою; стійкість до змін, що відбуваються із соціальною групою в теперішньому часі; відносна багатоваріантність, тобто наявність у колективних уявленнях кількох сценаріїв розвитку ситуації.

Як і колективна пам'ять, соціальні уявлення про майбутнє виконують низку важливих соціальних функцій. Зокрема, *ідентифікаційна* функція соціальних уявлень про майбутнє виявляється в тому, що вони стають основою соціальної категоризації і порівняння. Незалежно від того, набувається спільність майбутнього через особистий вибір, а чи вона нав'язана обставинами, люди, об'єднані майбутнім, прагнуть знайти схожість між собою в минулому і теперішньому. Подібність або відмінність передбачуваного майбутнього робить

можливим і релевантним соціальне порівняння між групами. Виконуючи *консолідаційну* функцію, соціальні уявлення про майбутнє підвищують згуртованість групи, дають її членам усвідомлення взаємозалежності в досягненні спільних цілей і почуття спільності долі. Соціальні уявлення про майбутнє виконують і *ціннісно-мотиваційну* функцію: колективні ідеали та мрії, які члени групи засвоюють у процесі первинної чи вторинної соціалізації, впливають на ціннісні орієнтації особистості. Уявлення про майбутнє можуть також виконувати функцію *захисту позитивної ідентичності*, коли позитивна самооцінка членів групи відновлюється завдяки віднесенню подій, що не реалізувалися, до найближчого або віддаленого майбутнього. Зрештою, соціальні уявлення про майбутнє виконують функцію *адаптації* до соціальних змін.

Отже, спираючись на результати попереднього аналізу, можемо виокремити такі *параметри* оцінювання образу майбутнього молоді: ідеалістичний – реалістичний; суб'єктний – зовнішньо залежний; сутнісний – поверховий; стереотипний – креативний; індивідуальний – колективний. Також визначено *показники* національної ідентичності в образах майбутнього молоді, до яких належать: національні і культурні символи, усвідомлення своєї належності до держави, мова, територія, розуміння історії, геополітичне спрямування та національна єдність.

1.3. Прояви національної ідентифікації в уявленнях молоді про майбутнє

Програма емпіричного дослідження національної ідентифікації молоді в проєктуванні майбутнього охоплювала три етапи (рис. 1.1): *перший* етап – виявлення конструктів для шкал семантичного диференціала; з'ясування особливостей проєктування молоддю власного майбутнього і майбутнього України, а також регіональної ідентифікації молоді проєктивними методами (колажі, методика «Хто Я?»); *другий* етап, кількісний, – визначення

регіональних особливостей національної ідентифікації молоді в проектуванні майбутнього з використанням семантичного диференціала; *третій* етап – якісний – виявлення сценаріїв розвитку української політичної нації методом фокус-груп.

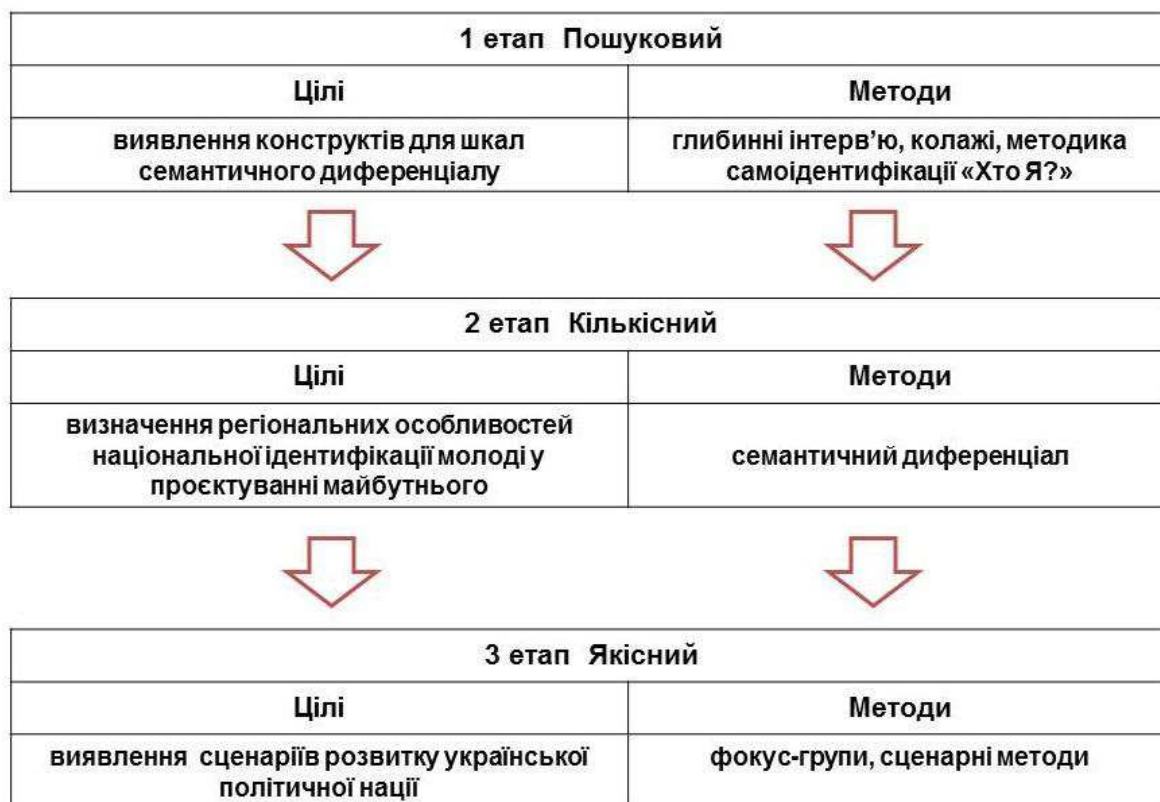


Рис. 1.1. Програма емпіричного дослідження

Усього в дослідженні на різних його етапах взяли участь 1058 осіб з різних регіонів України.

1.3.1. Психосемантичні особливості образу майбутнього

На першому етапі дослідження для виявлення особливостей проектування молоддю власного майбутнього і майбутнього України, а також регіональних особливостей ідентифікації молоді ми скористалися методикою «Географія візуальних образів». Пошук візуальних образів респонденти здійснювали серед широкого розмаїття медіаконтенту, представленого в соціальних медіа і на спеціалізованих платформах в інтернеті. У процесі аналізу

створених досліджуваними колажів особливості прояву базових конструктив уявлень студентської молоді про майбутнє ми визначали в площинах: раціонального, емоційного та життєвого досвіду, творчої пізнавальної активності. Детальний опис інтегральної інтерпретаційної схеми наведено в наших попередніх публікаціях [40]. Методику «Географія візуальних образів» разом з інтерпретаційною схемою ми використали для емпіричного дослідження психосемантичних особливостей уявлень про майбутнє студентської молоді на основі медіаконтенту.

Дослідження проводилося вже під час повномасштабного вторгнення РФ, протягом березня-квітня 2022 року, 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 перебувають в Україні, зокрема на тимчасово окупованих територіях, а 35 – за кордоном; 20 осіб чоловічої статі).

Усім досліджуваним ми запропонували створити два колажі за методикою «Географія візуальних образів»: «Моє майбутнє» і «Майбутнє України». Попередній аналіз отриманих даних дав змогу визначити *психосемантичні особливості уявлень студентської молоді про майбутнє.*

На основі узагальнення результатів аналізу колажів «*Моє майбутнє*» (жінки, що залишилися в Україні) виокремлено такі особливості уявлень студентства про майбутнє (рис. 1.2).

Сутнісні характеристики: щастя, щаслива родина, власне житло, улюблена справа, мирне небо, возз'єднання родини, саморозвиток, спокій, турбота про себе, гармонія, любов до України.

Раціональні інтенції: робота, бути хорошим фахівцем, вища освіта, фінансова стабільність, здорові стосунки, індивідуальність.

Життєвий досвід: подорожі, читання книг, здоров'я, спорт, саморозвиток, допомога іншим, благодійність, радість від життя, ментальне і фізичне здоров'я, володіння зброєю, розвиток української культури.

Креатив, узагальнення попереднього досвіду: власний будинок, фінансова незалежність, навчання, зустрічі з друзями, домашня тваринка, здоров'я, хобі.

Емоції та почуття: кохання, радість від подорожей Україною, щастя, задоволення від спілкування з друзями, радість перемоги, повернення до звичного життя, сексуальність [41].



*Рис. 1.2. Типовий колаж «Моє майбутнє»
(жінки, що залишилися в Україні)*

Дещо відмінні уявлення про власне майбутнє у представників інших груп досліджуваних. Так, узагальнені результати для колажів «*Моє майбутнє*» (жінки, що перебувають за кордоном) певною мірою відрізняються від попередніх, наведених вище (рис. 1.3).



*Рис. 1.3. Типовий колаж «Моє майбутнє»
(жінки, що перебувають за кордоном)*

Сутнісні характеристики: щастя, кар'єра, родина, навчання в університеті, повернення додому, мирна Україна, успіх, забезпечення щасливого майбутнього дітей.

Раціональні інтенції: успішна кар'єра, щаслива родина, друзі, здійснення бажань, гармонія із собою.

Життєвий досвід: освіта, навчання, власне житло, турбота про себе, технології, саморозвиток.

Креатив, узагальнення попереднього досвіду: матеріальний добробут, спілкування з близькими друзями і родиною, гармонія, домашня тваринка.

Емоції та почуття: задоволення від подорожей, хобі, здійснення благодійної діяльності, отримання водійських прав, життя в Європі [41].

Є також відмінності в уявленнях про майбутнє між чоловіками і жінками. Так, на основі узагальнення результатів для колажів «Моє майбутнє» (чоловіки) виявлено такі особливості (рис. 1.4).

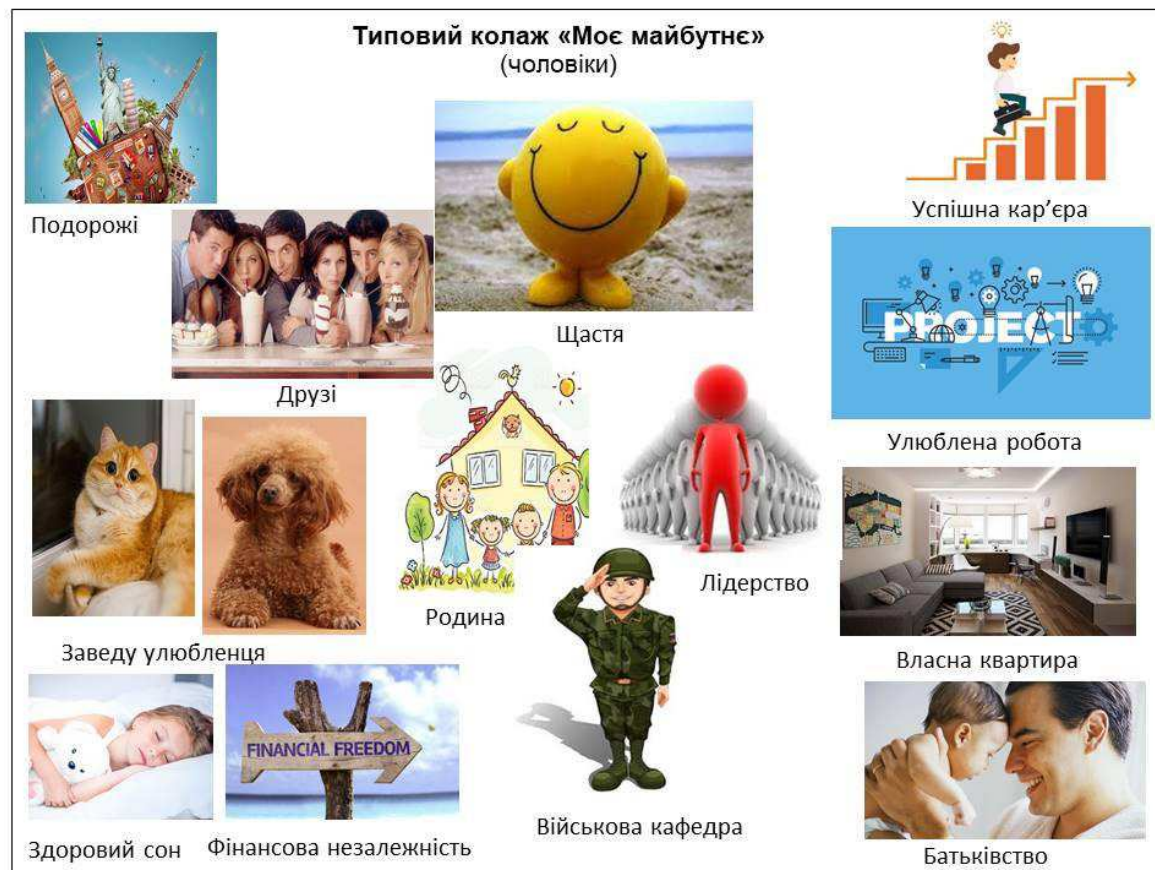


Рис. 1.4. Типовий колаж «Моє майбутнє» (чоловіки)

Сутнісні характеристики: щастя, родина, лідерство, гармонія із самим собою, успішне закінчення університету, військова кафедра.

Раціональні інтенції: успішна кар'єра, улюблена робота, щаслива родина, друзі.

Життєвий досвід: власна квартира, машина, саморозвиток, стати батьком, проживати в Україні, розвивати її.

Креатив, узагальнення попереднього досвіду: фінансова незалежність, спілкування з близькими друзями, сім'я, здоровий сон, багатство, домашня тваринка.

Емоції та почуття: задоволення від подорожей, радість від володіння великим будинком, отримання водійських прав, щаслива старість [41].

Отже, можемо говорити про загальні тенденції, властиві уявленням молоді про власне майбутнє. Так, у всіх досліджуваних (незалежно від статі і місцеперебування) образ майбутнього містить: очікування щасливого життя в родинному колі, відновлення миру і возз'єднання сімей /повернення додому, наявність власного житла та улюбленої справи, спілкування з друзями і подорожі. Водночас є і певні відмінності в уявленнях про власне майбутнє серед окремих груп досліджуваних. Жінкам, які залишилися в Україні, властиві: спрямованість на реалізацію індивідуальних життєвих цілей завдяки особистій активності в професійній сфері, поступовість у зростанні добробуту, що має відповідати докладеним зусиллям. Жінкам, які перебувають за кордоном, більшою мірою притаманні: спрямованість на швидке зростання матеріального добробуту, егоцентричність, гедоністична спрямованість на задоволення власних бажань. Уявлення чоловіків про власне майбутнє зазвичай пов'язані із задоволенням лідерських амбіцій, побудовою кар'єри, здобуттям додаткової військової освіти [41].

Відтак ми проаналізували колажі, де досліджувані спробували візуалізувати свої уявлення про майбутнє України. Узагальнені результати для колажів «*Майбутнє України*» (жінки, що залишилися в Україні) дають підстави говорити про такі особливості цих уявлень (рис. 1.5).



*Рис. 1.5. Типовий колаж «Майбутнє України»
(жінки, що залишилися в Україні)*

Сутнісні характеристик: перемога, мир, свобода і незалежність, високий рівень життя, територіальна цілісність, квітуча країна, одна з провідних держав, туристичний центр, зростання рівня патріотизму, залучення іноземних інвестицій, нове покоління патріотів, єдність, багатство, ліберальна демократія, відповідальні громадяни, відновлення, популяризація та активний розвиток українського кіно, ушанування героїв.

Раціональні інтенції: відновлена економіка, післявоєнна відбудова, технічно розвинені міста, поліпшення інфраструктури, світова підтримка, активний розвиток туризму, повернення українців, покарання зрадників, люди з особливими потребами.

Життєвий досвід: вступ до ЄС і НАТО, одна з найсильніших армій світу, відродження, відбудова, Україна – бренд, приклад для світу, зниження рівня корупції, свобода, нові можливості, світова підтримка, розрив зв'язків з РФ.

Креатив, узагальнення попереднього досвіду: розвиток української культури, фінансовий добробут, новітня інфраструктура, якісна освіта, гарні дороги, велика відбудова, перехід на українську мову, свідомі громадяни, нове покоління захисників і захисниць, розвинена країна, вірність традиціям, візити військових до психологів, декомунізація, дружні стосунки з іншими країнами, відновлення пам'яток культури.

Емоції та почуття: патріотизм, повага з боку міжнародної спільноти, більше спілкування з ЄС і США, єдність і сила, квітуча, непереможена, популяризація і поширення української музики та іншого контенту, щасливі діти, високорозвинена, модернізована.

Дещо інакший вигляд мають узагальнені результати аналізу колажів «Майбутнє України» (жінки, що перебувають за кордоном) (рис. 1.6).

Сутнісні характеристики: перемога, мирне небо, повернення територій, свобода, незалежність, технічний прогрес.

Раціональні інтенції: вступ до ЄС, відбудова міст, велике будівництво-2, реформи, столиця вільного світу, об'єднання народу.

Життєвий досвід: розвиток освіти, технологій і науки, повернення Криму і Донбасу, потужна оборона, найсильніша армія світу.

Креатив, узагальнення попереднього досвіду: Незалежність – це ти, розвиток громадянського суспільства, розвиток туризму.

Емоції та почуття: радість від перемоги, щасливі люди, Україна в тренді, одна з найсильніших держав, комфорт, пов'язаний з диджиталізацією, екологічна катастрофа [41].



*Рис. 1.6. Типовий колаж «Майбутнє України»
(жінки, що перебувають за кордоном)*

Що ж до узагальнених результатів аналізу чоловічих колажів «*Майбутнє України*», то тут також є певні особливості (рис. 1.7).

Сутнісні характеристики: перемога, закінчення війни, щасливий народ, мир, територіальна цілісність, лідер на світовій арені, взаєморозуміння громадян, хороше майбутнє для наступних поколінь, відновлена і могутня країна.

Раціональні інтенції: вступ до ЄС, зростаюча і стабільна економіка, розвинена країна, поліпшення екології, гарні міста, сильний лідер, зміна влади.

Життєвий досвід: сильна армія, активний розвиток української мови і культури; всесвітньо відома країна, добрі відносини з країнами, що підтримують Україну; законодавчо врегульована переробка сміття, обміління річок (Дніпро, Десна).



Рис. 1.7. Типовий колаж «Майбутнє України» (чоловіки)

Креатив, узагальнення попереднього досвіду: велика, розвинена, могутня європейська країна; новітня система освіти, єдність народу, життя в злагоді із сусідніми країнами.

Емоції та почуття: гордість за країну, єднання задля її відновлення, будівництво нових архітектурних чудес, свобода і незалежність, розвинений туризм [41].

Отже, як бачимо, в уявленнях різних груп молоді про майбутнє України чимало *спільного*. Молоді люди (незалежно від статі і місцеперебування) часто використовують для візуалізації національну символіку і культурні символи; зображення українських військових, з якими пов'язують надії на мир, перемогу та відновлення територіальної цілісності держави; зображення картин повоєнної відбудови (міста з ультрасучасною інфраструктурою і транспортом).

Усі респонденти пов'язують майбутнє України з ЄС, частина респондентів – ще й із НАТО.

Утім, як показали результати емпіричного дослідження, в уявленнях представників окремих груп досліджуваних про майбутнє країни є й певні *відмінності*. Так, жінки, які залишилися в Україні, і чоловіки майбутнє країни більшою мірою пов'язують з розвитком української мови і культури, патріотизмом та почуттям гордості за країну, що здобула перемогу. Уявленням про майбутнє країни жінок, які перебувають за кордоном, більшою мірою властиві ідеологеми космополітизму, спрямованість на розвиток громадянського суспільства, вирішення екологічних проблем, інтеграція в міжнародні інституції, почуття гордості за країну внаслідок її самоствердження в геополітичному просторі.

Варто зазначити, що виклики війни змінюють бачення молоддю як власного майбутнього, так і майбутнього держави. Для його візуалізації молоді люди використовують медіаконтент, який містить переважно національну символіку, зображення українських військових, що свідчить про патріотичну налаштованість і чіткий вияв національної ідентичності [41].

Методику «Географія візуальних образів» використано і для вивчення психосемантичних особливостей візуалізації уявлень студентської молоді *про типового мешканця регіону*. Усім досліджуваним пропонувалося створити колажі «Типовий представник регіону» за методикою «Географія візуальних образів». За результатами попереднього аналізу визначено *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, чи він вільний, а чи тимчасово окупований. 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, чим відрізняються мешканці регіону: темп життя (швидкий, повільний); популярні місця прогулянок, сховищ, відпочинку; стиль одягу, рід занять, ступінь зайнятості, усвідомлення себе європейцем.

Життєвий досвід – те, що є особливим для мешканців регіону: улюблений міський транспорт / власний транспорт; місця для 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, узагальнення попереднього досвіду – те, що відрізняє мешканців регіону: креативний, сучасний чи традиційний погляд на життя; традиції/дозвілля, хобі, наявність вимушених переселенців, наявність зруйнованих будинків. Спільне для всіх регіонів: синдром відкладеного життя, волонтерство, військова служба.

Емоції та почуття – те, чим відрізняються мешканці регіону: способи відпочинку, улюблені розваги. Спільне для всіх регіонів: емоційна прихильність до рідного міста, переживання за близьких, турбота, співчуття до постраждалих, спілкування з близькими в інтернеті, біль через руйнування, втома [42].

Молоді люди (незалежно від статі і місцеперебування) часто використовують для візуалізації національну символіку і культурні символи, зображення українських військових, з якими пов'язують надії на мир, перемогу та відновлення територіальної цілісності держави. Водночас молодь з окупованих регіонів використовує в колажах російську символіку і зображення російської техніки – як сутнісні характеристики регіону, а також у площинах раціональних інтенцій і життєвого досвіду. Надії на визволення від окупації та емоційну єдність з Україною респонденти передають, зображуючи масові

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

Щоб виявити динаміку змін особливостей самоідентифікації української молоді, ми вирішили звернутися до дослідження, що проводилося 2017 року, і порівняти його результати з результатами, отриманими у 2023 році. Для цього ми скористалися найбільш популярною серед самоідентифікаційних методик – методикою «Хто я?» (автори – М. Кун, Т. Макпартленд), яку застосовують як універсальний вимірювальний інструмент для вивчення різних типів ідентичності [5]. Методику М. Куна і Т. Макпартленда, створену для вивчення настановлень індивіда щодо себе, широко використовують, якщо потрібно визначити змістові характеристики ідентичності, насамперед когнітивні, а також ціннісномотиваційні, афективні, поведінкові. Вона передбачає складання респондентами вільних самоописів і подальше їх контент-аналітичне опрацювання, тобто належить 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 представниками айовської школи символічного інтеракціонізму, є однією з найпопулярніших і затребуваних методів дослідження різних аспектів і видів ідентичності. Так, за допомогою цієї методики досліджують статеву, гендерну, вікову, етнічну (національну), сімейну, професійну, особистісну та інші самоідентичності [6]. Респондентам пропонують 20 разів відповісти в письмовій формі на запитання «Хто я?». На виконання тесту дають 12 хв. Опрацювання відповідей за методикою «Хто я?» передбачає проведення кількісного і якісного аналізу отриманих даних, для чого використовують метод контент-аналізу.

Протягом 2017 року за допомогою методики «Хто я?» проведено дослідження 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, 58 – чоловічої статі). За результатами аналізу результатів дослідження як відповіді на запитання «Хто я?» отримано такі характеристики Я-ідентифікацій (у 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.

За результатами дослідження 2017 року визначено такі особливості національної самоідентифікації студентської молоді: зростання ступеня значущості національної ідентичності в просторі «Ми-ідентифікацій» порівняно з простором «Я-ідентифікацій»; позитивну валентність ідентифікаційних характеристик, пов'язаних з національною ідентичністю [40]. У 2023 році також було проведено дослідження із застосуванням цієї методики серед студентів вищих навчальних закладів м. Києва, які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілю (загальний обсяг вибірки – 215 осіб). На основі аналізу даних дослідження 2023 року отримано такі характеристики Я-ідентифікацій як відповідь на запитання «Хто я?» (за частотою називання): 1) людина; 2) українець, українка; 3) дівчина, хлопець; 4) студент, студентка; 5) донька, син; 6) майбутній представник професії; 7) онук, онучка; 8) подруга, друг; 9) громадянин, громадянка; 10) брат, сестра; 11) особистість; 12) спортсменка, спортсмен; 13) коханий, кохана; 14) митець; 15) професіонал; 16) читач; 17) мандрівник; 18) меломан; 19) мрійник, мрійниця; 20) платник податків. Як бачимо, порівняно з результатами дослідження 2017 року відбулося зростання ступеня значущості національної ідентичності для молоді. Але в цілому обидва

дослідження засвідчили, що уявленням молоді про себе властиві досить високий рівень диференційованості і позитивна валентність «Я-ідентифікацій». Порівняно з попереднім дослідженням істотно збільшилася кількість слів, які студенти використовують для самоопису, особливо ті, що залишилися в Україні. При цьому вони використовують переважно іменники і дієслова, а респонденти, що перебувають поза межами України, – переважно прикметники. Тобто самоідентифікація студентів, що залишилися в Україні, має переважно раціональний характер, а у тих, що виїхали в Європу, – емоційний.

1.3.2. Образ майбутнього молоді: регіональні відмінності

За результатами глибинних інтерв'ю, створення колажів і теоретичного аналізу на першому етапі дослідження ми визначили такі параметри оцінювання молоддю образу свого майбутнього: ідеалістичний – реалістичний; суб'єктний – зовнішньо залежний; інтернальний – екстернальний; сутнісний – поверховий; стереотипний – креативний; індивідуальний – колективний; еkleктичний – цілісний. Також виокремили показники національної ідентичності в образах майбутнього молоді: сприймання національних і культурних символів; усвідомлення своєї належності до держави; переживання, пов'язані з усвідомленням належності до української політичної нації; спільні цінності та очікування щодо майбутнього; ставлення до мови; уявлення про територіальні межі держави; розуміння історії; геополітичне спрямування; розуміння національної єдності.

Ці показники ми використали для конструювання психосемантичного опитувальника, за допомогою якого на другому етапі дослідження було опитано 795 респондентів протягом травня-вересня 2023 року. У дослідженні взяли участь учні і студенти закладів вищої та середньої освіти, розташованих у Центральному, Західному, Східному, Південному та Північному регіонах. Вік респондентів – від 16 до 35 років, усі вони навчаються за програмами гуманітарного і природничого профілю підготовки. 3-поміж усіх респондентів 51 особа отримала тимчасовий прихисток за кордоном, але всі вони й далі

навчаються в Україні. Опитувальник, який ми використовували для опитування, містив 16 тверджень [42].

Як показали результати дослідження, молодь усіх регіонів вірить у щасливе майбутнє України, покладається переважно на себе у створенні власного майбутнього і бачить перспективи будувати його у власній країні. Крім того, відчуває відповідальність за збереження територіальної цілісності держави (рис. 1.8-1.10).

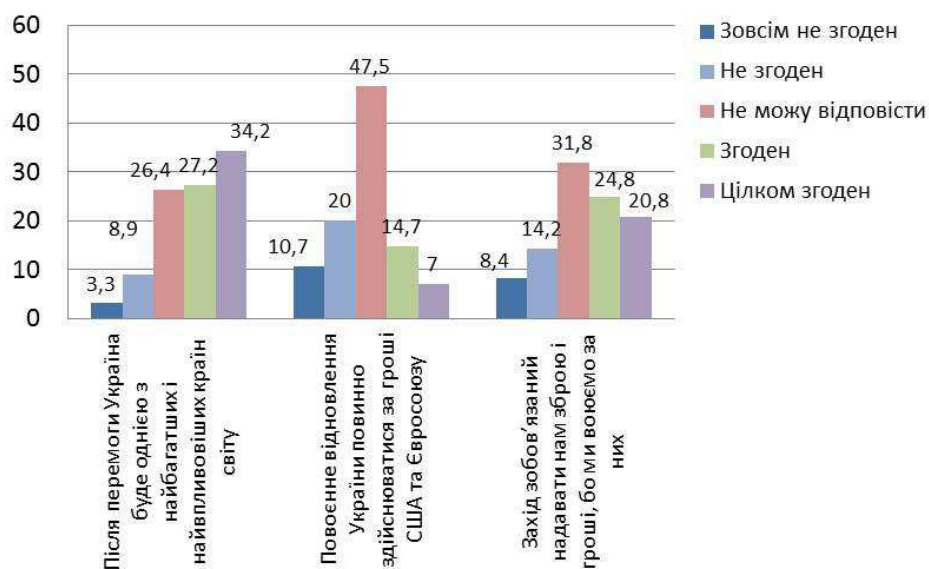


Рис. 1.8. Уявлення молоді про майбутнє України (у %)

Переважна більшість респондентів пишається належністю до української нації. У зв'язку з війною образ України і українця наразі значною мірою міфологізований. Наявність нереалістичних очікувань щодо післявоєнного майбутнього можна пояснити, на нашу думку, віковою незрілістю респондентів і браком у них життєвого досвіду. Але, як показують проведені на попередньому етапі глибинні інтерв'ю, це може бути також елементом самопідтримки як певного психологічного ресурсу (рис. 1.8-1.10).

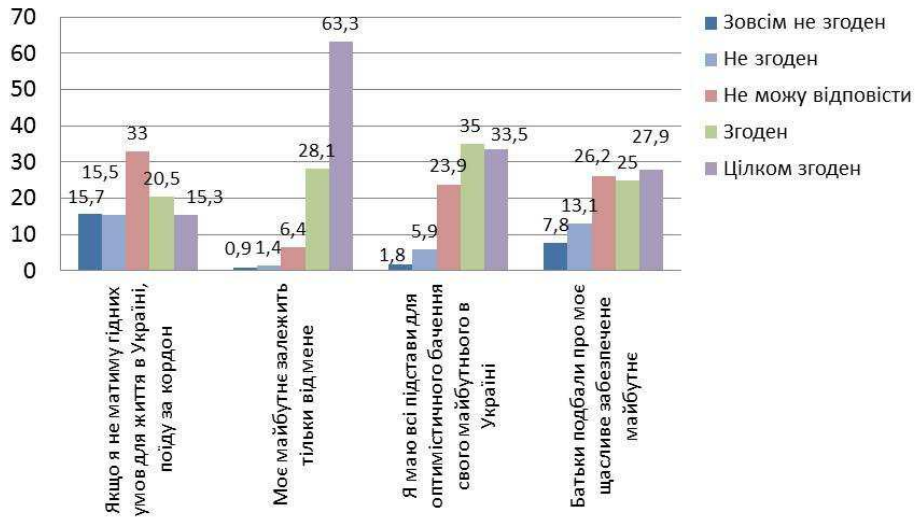


Рис. 1.9. Уявлення молоді про власне майбутнє (у %)

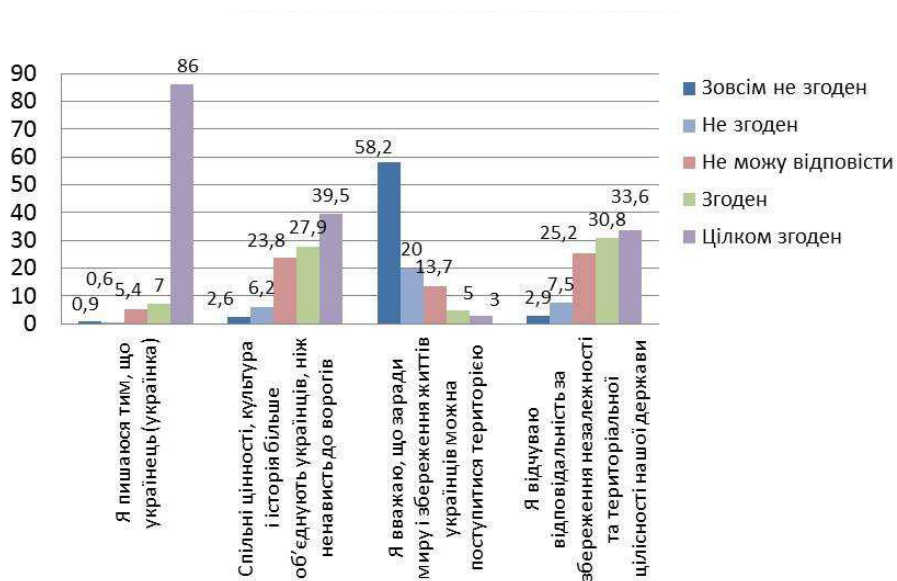


Рис. 1.10. Національна ідентифікація молоді (у %)

Загалом же міжрегіональні відмінності в уявленнях молоді про майбутнє вже не такі значні, як були до початку вторгнення РФ. Уже немає таких питань, відповіді на які були б «маркером» регіональних відмінностей (питання російської мови, історичної пам'яті і т. ін.), – вони більше не поділяють

громадян України, а, навпаки, об'єднують їх у прагненні відмежуватися від Росії – країни-агресорки. Так, тепер 90,7 % респондентів не вважають за потрібне надавати можливість навчатися російською мовою в Україні. Майже всі респонденти проти територіальних поступок Росії, навіть заради миру (рис. 1.10; 1.11).

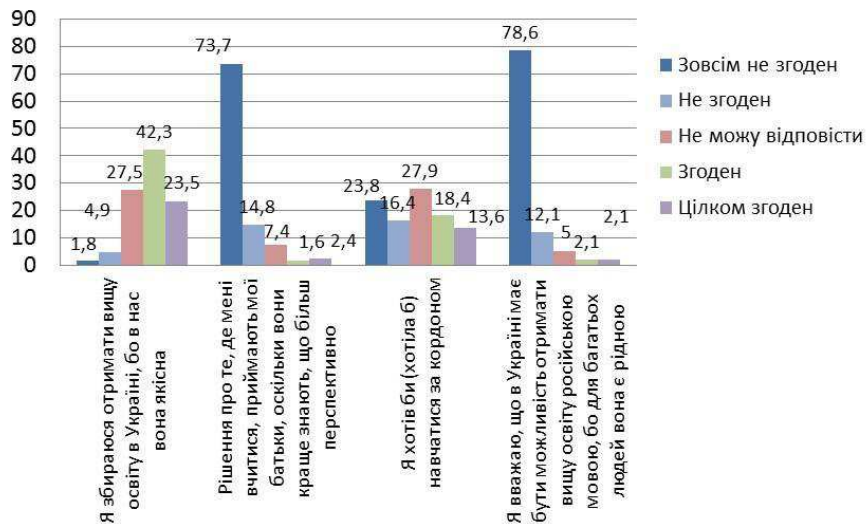


Рис. 1.11. Уявлення молоді про освіту (у %)

Разом з тим виявлено значущі відмінності, підтвержені критерієм Краскела – Уолліса, за показниками самостійності у виборі майбутньої професії: так, молодь Сходу більше покладається на батьків, ніж молодь Заходу ($H=0,009$, $p \leq 0,05$) і Центру ($H=0,000$, $p \leq 0,05$) (табл. 1.1).

Молодь Центрального регіону демонструє більшу налаштованість навчатися за кордоном, ніж молодь Сходу ($H=0,001$, $p \leq 0,05$), і більше виступає проти російської мови в освіті, ніж молодь Сходу ($H=0,001$, $p \leq 0,05$). Є також значущі відмінності між молоддю Заходу і Сходу ($H=0,000$, $p \leq 0,05$), Заходу і Півночі ($H=0,000$, $p \leq 0,05$) та Центру і Півночі ($H=0,043$, $p \leq 0,05$) щодо ставлення до російської мови в освіті. Молодь Центру і Заходу більшою мірою

налаштована проти російської мови в освіті, ніж молодь Сходу і Півночі (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Відмінності між регіонами (част. 1)

Твердження	Критерій Краскела-Уолліса для незалежних вибірок, $p \leq 0,05$	Характер відмінностей
Рішення про те, де мені вчитися, приймають мої батьки, оскільки вони краще знають, що більш перспективно	$H=0,009$ (схід-захід) $0,000$ (схід-центр)	молодь сходу більше покладається на батьків, ніж молодь заходу та центру
Я хотів би (хотіла б) навчатися за кордоном	$H=0,001$ (центр-схід)	Молодь центрального регіону більше налаштована вчитися за кордоном
Я вважаю, що в Україні має бути можливість отримати вищу освіту російською мовою, бо для багатьох людей вона є рідною	$H=0,001$ (центр-схід) $H=0,000$ (захід-схід) $H=0,000$ (захід-північ) $H=0,043$ (центр-північ)	Молодь центру та заходу більше проти російської мови в освіті, ніж молодь сходу та півночі
Після перемоги Україна буде однією з найбагатших і найвпливовіших країн світу	$H=0,000$ (центр-схід) $H=0,030$ (захід-схід)	молодь центру та заходу в це вірить менше, а молодь сходу – найбільше

Хоча загалом усі респонденти вірять у те, що після перемоги Україна стане однією з найбагатших і найвпливовіших країн світу, усе ж молодь Центру і Заходу вірить у це дещо менше, натомість молодь Сходу – найбільше (див. табл. 1.1).

Молодь Центрального регіону менше схильна підтримувати тезу, що «спільні цінності, культура та історія більше об'єднують українців, ніж ненависть до ворогів», порівняно з мешканцями Східного ($H=0,000$, $p \leq 0,05$) і Західного ($H=0,015$, $p \leq 0,05$) регіонів. Також молодь Центру менше, ніж молодь Сходу, схильна думати, що майбутнє залежить тільки від неї ($H=0,000$, $p \leq 0,05$).

Виявлено статистично значущі достовірні відмінності між молоддю Сходу і Заходу щодо готовності до територіальних поступок – молодь Заходу більш непоступлива щодо цього ($H=0,028$, $p \leq 0,05$) (табл. 1.2).

Відмінності між регіонами (част. 2)

Твердження	Критерій Краскела-Уолліса для незалежних вибірок, $p \leq 0,05$	Характер відмінностей
Моє майбутнє залежить тільки від мене	$H=0,000$ (центр-схід)	Молодь центру відрізняється від молоді сходу - менше покладається тільки на себе
Я вважаю, що заради миру і збереження життів українців можна поступитися територією	$H=0,028$ (захід-схід)	молодь заходу більш непоступлива щодо цього, ніж молодь сходу.
Спільні цінності, культура і історія більше об'єднують українців, ніж ненависть до ворогів	$H=0,000$ (центр-схід) $H=0,015$ (центр-захід)	Молодь центру менше схильна підтримувати цю тезу, ніж мешканці сходу та заходу

1.3.3. Факторна структура національної ідентичності молоді та її уявлень про майбутнє

На основі аналізу результатів дослідження, отриманих за семантичним диференціалом, визначено такі фактори формування національної ідентичності учнівської і студентської молоді та її уявлень про майбутнє: «Спільні цінності і майбутнє України та її громадян», «Готовність до поступок», «Готовність до виїзду за кордон», «Патерналізм щодо зовнішньої допомоги», «Залежність від соціального оточення». Загальний відсоток описаної дисперсії становить 56,2 % (табл. 1.3) [43].

Фактор 1. «Спільні цінності і майбутнє України та її громадян» (дисперсія 20,2%). Цей фактор об'єднує такі твердження: після перемоги Україна буде однією з найбагатших і найвпливовіших країн світу (0,705); я маю всі підстави для оптимістичного бачення свого майбутнього в Україні (0,662), спільні цінності, культура та історія більше об'єднують українців, ніж ненависть до ворогів (0,619); я збираюся отримати вищу освіту в Україні, бо в нас вона якісна (0,584); моє майбутнє залежить тільки від мене (0,548); батьки

подбали про моє щасливе, забезпечене майбутнє (0,547). На цей фактор припадає найбільший відсоток розподіленої дисперсії, що дає підстави розглядати його як найсуттєвіший для опису уявлень молоді про майбутнє України та її уявлень про своє власне майбутнє.

Таблиця 1.3

**Факторна структура національної ідентичності молоді
та її уявлень про майбутнє**

<i>Фактор 1. «Спільні цінності і майбутнє України та її громадян»</i>	
Після перемоги Україна буде однією з найбагатших і найвпливовіших країн світу	0,705
Я маю всі підстави для оптимістичного бачення свого майбутнього в Україні	0,662
Спільні цінності, культура та історія більше об'єднують українців, ніж ненависть до ворогів	0,619
Я збираюся здобути вищу освіту в Україні, бо в нас вона якісна	0,584
Моє майбутнє залежить тільки від мене	0,548
Батьки подбали про моє щасливе, забезпечене майбутнє	0,547
Частка (%) описаної дисперсії	20,2%
<i>Фактор 2. «Готовність до поступок»</i>	
Я вважаю, що заради миру і збереження життів українців можна поступитися територією	0,777
Я вважаю, що в Україні має бути можливість здобувати вищу освіту російською мовою, бо для багатьох людей вона є рідною	0,679
Я відчуваю відповідальність за збереження незалежності і територіальної цілісності нашої держави	-0,600
Частка (%) описаної дисперсії	11,5%
<i>Фактор 3. «Готовність до виїзду за кордон»</i>	
Я хотів би (хотіла б) навчатися за кордоном	0,810
Якщо я не матиму гідних умов для життя в Україні, поїду за кордон	0,790
Частка (%) описаної дисперсії	9,2%
<i>Фактор 4. «Патерналізм щодо зовнішньої допомоги»</i>	
Повоєнне відновлення України має відбуватися за гроші США і Євросоюзу	0,816
Захід зобов'язаний надавати нам зброю і гроші, бо ми воюємо за них	0,787
Частка (%) описаної дисперсії	8,4%
<i>Фактор 5. «Залежність від соціального оточення»</i>	
Рішення про те, де мені вчитися, приймають мої батьки, оскільки вони краще знають, що є більш перспективним	0,760
Я засуджую людей, які тікають від війни за кордон	0,618
Частка (%) описаної дисперсії	6,8%

Фактор 2. «Готовність до поступок» (дисперсія 11,5%). Структуру факторного навантаження утворюють такі твердження: я вважаю, що заради миру і збереження життів українців можна поступитися територією (0,777), я вважаю, що в Україні має бути можливість здобувати вищу освіту російською мовою, бо для багатьох людей вона є рідною (0,679), я відчуваю відповідальність за збереження незалежності і територіальної цілісності нашої держави (-0,600).

Фактор 3. «Готовність до виїзду за кордон» (дисперсія 9,2%). До факторного навантаження увійшли два твердження: я хотів би (хотіла б) навчатися за кордоном (0,810), якщо я не матиму гідних умов для життя в Україні, поїду за кордон (0,790).

Фактор 4. «Патерналізм щодо зовнішньої допомоги» (дисперсія 8,4%). Цей фактор охоплює два твердження: повоєнне відновлення України має відбуватися за гроші США і Євросоюзу (0,816), Захід зобов'язаний надавати нам зброю і гроші, бо ми воюємо за них (0,787).

Фактор 5. «Залежність від соціального оточення» (дисперсія 6,8%). До факторного навантаження теж увійшли два твердження: рішення про те, де мені вчитися, приймають мої батьки, оскільки вони краще знають, що більш перспективно (0,760), я засуджую людей, які тікають від війни за кордон (0,618).

Узагальнюючи результати факторного аналізу, зазначимо, що перший фактор описує сподівання молоді на майбутнє, чинники єдності українців, а також надію на достойне життя в рідній країні. Натомість інші чотири фактори пов'язані з описом ризиків і загроз національної ідентифікації молоді, як от: готовність до територіальних поступок, що корелює з важливістю російської мови в освіті та неготовністю нести відповідальність за незалежність і територіальну цілісність держави (фактор 2); бажання переїхати за кордон на навчання або в пошуках гідних умов життя (фактор 3); переконаність, що всі нам винні гроші і зброю замість настановлення покладатися насамперед на

власні сили (фактор 4); залежність у своїх оцінках і судженнях від соціального оточення, медіазалежність (фактор 5).

1.3.4. Сценарії розвитку української політичної нації

Завершальним етапом емпіричного дослідження національної ідентифікації молоді в проектуванні майбутнього стало фокус-групове дослідження, проведене для уточнення результатів попередніх етапів. Особливий акцент у межах цього етапу зроблено на вивченні особливостей прояву національної ідентифікації та можливих сценаріїв розвитку української політичної нації в уявленнях молоді про майбутнє. Усього проведено чотири фокус-групи, у яких взяли участь 32 особи – чоловіки і жінки з різних регіонів України віком від 18 до 35 років, по 8 осіб у кожній групі. Детально результати фокус-групового дослідження викладено в попередніх публікаціях [44]. Тут же ми розглянемо тільки основні його результати.

Так, на думку молоді, через війну національна ідентичність стала більш яскраво вираженою і прозахідною. Національна ідентичність молодих українців формується навколо політичної нації, а не належності до етносу. Для формування почуття причетності велике значення мають мова, культура та історія. Українську націю більшість молодих людей характеризують як монолітну, цілісну, згуртовану. Визначено контури можливих сценаріїв розвитку української політичної нації: 1) зростання згуртованості; 2) радикалізація; 3) тяжіння до авторитаризму; 4) успішний демократичний розвиток; 5) ізоляціонізм; 6) боротьба за відновлення незалежності (у разі військової поразки). Майбутнє України в уявленнях молодих людей пов'язане передусім з відновленням, відбудовою, розвитком, успішними реформами. Наша країна може стати прикладом для інших у відстоюванні незалежності. Водночас молодь припускає можливість виникнення ризиків, пов'язаних з негативними наслідками війни (економічна криза, воєнна криза, авторитаризація країни). Молоді люди вважають, що наближати позитивний сценарій розвитку України в майбутньому можна завдяки донатам на потреби

армії, а також через участь у суспільних проєктах, усвідомлений вибір та контроль влади шляхом суспільного розголосу корупційних скандалів. Через війну уявленням української молоді про власне майбутнє властива невизначеність. Але своє майбутнє молодь пов'язує насамперед з Україною як державою, яка для них є найвищою цінністю. Молодь відчуває проблеми з плануванням майбутнього на нетривалу часову перспективу (до року). Набагато легше їй уявити його через 5-30 років, що пов'язано з бажанням «пропустити» період війни й опинитися вже в щасливому повоєнному часі. Попри все переважна більшість молодих людей упевнена в собі і вважає, що майбутнє залежить більше від них, ніж від обставин. Наявність вищої освіти вони загалом розглядають як чинник, що впливає на майбутнє, але в Україні вона наразі не цінується і не гарантує успішної професійної самореалізації.

Отже, на основі теоретичного аналізу визначено параметри оцінювання образу майбутнього молоді: ідеалістичний – реалістичний; суб'єктний – зовнішньо залежний; сутнісний – поверховий; стереотипний – креативний; індивідуальний – колективний. Також виокремлено показники національної ідентичності в образах майбутнього молоді (національні і культурні символи, усвідомлення своєї належності до держави, мова, територія, розуміння історії, геополітичне спрямування, національна єдність). З'ясовано, що образ майбутнього молоді охоплює афективні, когнітивні та поведінкові компоненти, а також змістові і динамічні характеристики.

З огляду на зарубіжний досвід у період повоєнного відновлення пріоритетним напрямом державної освітньої політики має стати вирішення таких проблем: 1) реінтеграція дітей-біженців і вимушених переселенців у вітчизняний освітній простір; 2) відновлення довіри, налагодження діалогу і конструктивної взаємодії з мешканцями тимчасово окупованих територій; 3) адаптація внутрішньо переміщених осіб до освітнього простору в межах нових територіальних громад.

Дослідження, проведене з використанням методу колажів, дало змогу встановити, що в уявленнях молоді (незалежно від статі і місцеперебування) про власне майбутнє є багато спільного, як-от: очікування щасливого життя в родинному колі, відновлення миру та возз'єднання сімей / повернення додому, наявність власного житла та улюбленої справи, спілкування з друзями і подорожі. Водночас жінкам, які залишилися в Україні, властиві налаштованість на реалізацію власних життєвих цілей завдяки особистій активності в професійній сфері, поступовість у зростанні добробуту, що має відповідати докладеним зусиллям. В уявленнях жінок про власне майбутнє, які перебувають за кордоном, більшою мірою представлені прагнення до швидкого зростання матеріального добробуту, егоцентричність, гедоністична спрямованість на задоволення власних бажань. Уявленням чоловіків притаманні спрямованість на задоволення лідерських амбіцій, побудову кар'єри, здобуття додаткової військової освіти. Визначено, що в уявленнях молоді про майбутнє України є також багато спільного. Наприклад, молоді люди (незалежно від статі і місцеперебування) часто використовують для візуалізації своїх уявлень національну символіку і культурні символи; зображення українських військових, з якими пов'язують сподівання на мир, перемогу та відновлення територіальної цілісності держави; зображення картин повоєнної відбудови (міста з ультрасучасною інфраструктурою і транспортом). Також усі учасники дослідження пов'язують майбутнє України з ЄС, а частина респондентів – ще й із НАТО. Утім, виявлено і певні відмінності в уявленнях представників окремих груп досліджуваних про майбутнє країни. Так, жінки, які залишилися в Україні, і чоловіки майбутнє країни більшою мірою пов'язують з розвитком української мови і культури, патріотизмом і почуттям гордості за країну, що здобула перемогу. Уявленням про майбутнє країни жінок, які перебувають за кордоном, більшою мірою властиві ідеологеми космополітизму, спрямованість на розвиток громадянського суспільства, вирішення екологічних проблем, інтеграція в міжнародні інституції, почуття гордості за країну внаслідок її самоствердження в геополітичному просторі.

Загалом їхній образ майбутнього України занадто ідеалістичний (не згадуються негативні наслідки війни), а ставлення до нього емоційно відсторонене. В уявленнях молоді (незалежно від статі і місцеперебування) про типового представника регіону є багато спільного, тобто властивого представникам усіх регіонів: любов до рідного міста, патріотизм, громадянські якості, готовність захищати Батьківщину, волонтерство, очікування щасливого життя в родинному колі, відновлення миру і возз'єднання сімей / повернення додому. Також 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 під тимчасовою окупацією. При цьому історичне минуле регіону практично не представлене на колажах, як і культурні традиції, що раніше були ледь не найважливішою відмінністю одного регіону від іншого.

Порівняно з 2017 роком, коли проводилося дослідження за методикою «Хто Я?», у 2022 році відбулося зростання ступеня значущості національної ідентичності для молоді. Але загалом обидва дослідження засвідчили, що уявленням молоді про себе властиві досить високий рівень диференційованості і позитивна валентність «Я-ідентифікацій». Порівняно з попереднім дослідженням істотно збільшилася кількість слів, які респонденти використовують для самоопису, особливо студенти, що залишилися в Україні. При цьому вони використовують переважно іменники і дієслова, а респонденти, що перебувають за межами України – переважно прикметники. Тобто самоідентифікація студентів, що залишилися в Україні, має переважно раціональний характер, а тих, що виїхали в Європу, – емоційний.

За результатами дослідження з використанням психосемантичного опитувальника, молодь усіх регіонів вірить у щасливе майбутнє України, покладається переважно на себе у творенні власного майбутнього і бачить перспективи будувати його у власній країні. Крім того, відчуває відповідальність за збереження територіальної цілісності держави. При цьому

образ України і українця наразі у зв'язку з війною сильно міфологізований. В уявленнях молоді простежуються нереалістичні очікування щодо післявоєнного майбутнього, що можна пояснити певною незрілістю і браком життєвого досвіду; а можливо, нереалістичні очікування – це елемент самопідтримки як певного психологічного ресурсу, який молоді люди актуалізують у воєнний час. Виявлено відмінності між молоддю різних регіонів України за такими показниками, як-от: самостійність у виборі майбутньої професії, налаштованість щодо освіти (бажання навчатися за кордоном, збереження російської мови в освіті), готовність до територіальних поступок, покладання тільки на себе у творенні майбутнього, уявлення про консолідаційні чинники української нації. Визначено п'ять факторів, що описують особливості національної ідентичності та уявлень про майбутнє учнівської і студентської молоді: «Спільні цінності і майбутнє України та її громадян», «Готовність до поступок», «Готовність виїхати за кордон», «Патерналізм щодо зовнішньої допомоги», «Залежність від соціального оточення». Перший фактор описує сподівання на майбутнє і чинники єдності українців, а також мрії про достойне життя в рідній країні, тоді як інші чотири фактори – радше ризики і загрози національній ідентифікації молоді.

Через війну національна ідентичність молоді стала більш яскраво вираженою і прозахідною. Національна ідентичність молодих українців формується навколо політичної нації, а не належності до етносу. Велике значення для формування почуття причетності мають мова, культура та історія. Українську націю більшість молодих людей характеризують як монолітну, цілісну, згуртовану. Визначено контури можливих сценаріїв розвитку української політичної нації. Майбутнє України в уявленнях молодих людей пов'язане передусім з відновленням, відбудовою, розвитком, успішними реформами. Водночас молодь припускає можливість виникнення ризиків, пов'язаних з негативними наслідками війни (економічна криза, воєнна криза, авторитаризація країни).

На основі результатів дослідження розроблено рекомендації щодо врахування регіональних відмінностей національної ідентифікації молоді під час формування державної освітньої політики, представлені в практичному посібнику «Регіональні особливості ідентифікації молоді у воєнний час і державна освітня політика». Врахування цих рекомендацій дасть змогу оновити зміст і спрямованість діяльності управлінців у сфері освіти.

Список використаних джерел

1. Mead G. H. *Mind, Self, and Society*. Chicago: The University of Chicago Press, 2015. 536 p.
2. Cooley Ch. H. *The Life-Study Method as Applied to Rural Social Research*. *Publications of the American Sociological Society*, 1929. № 23. P. 248–254.
3. Berger P. L., Luckmann T. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. Landon Elsemere Press, 2003. 284 p.
4. Fraser N. *Unruly practices: power, discourse, and gender in contemporary social theory*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1989. 201 p.
5. Tajfel H., Figment C., Billig M., Bundy R. Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal Of Social Psychology*. 1971. № 1. P. 149–177.
6. Turner J., Giles H. The experimental social psychology of intergroup behaviour. *Intergroup Behaviour*. Oxford, 1981. P. 66–101.
7. Vignoles V. L. Identity: Personal and Social. *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.
8. Психологія групової ідентичності: закономірності становлення : монографія / П. П. Горностай та ін. ; за ред. П. П. Горностая. Київ : Міленіум, 2014. 252 с.
9. Хазратова Н. В. Громадянська ідентичність у структурі особистісних ідентичностей. *Проблеми політичної психології*. 2015. Вип. 2. С. 112–125.
10. Нагорна Л. Соціокультурна ідентичність: Проблема тезаурусу. *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса*. 2011. Вип. 5. С. 56–74.
11. Воропаєва Т. Спільна ідентичність в контексті консолідації українства. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Українознавство*. 2016. Вип. 1. С. 11–14.

12. Жадан І. В. Комунікативні практики як чинник громадянської і національної самоідентифікації: теоретико-методологічні засади дослідження. *Проблеми політичної психології*. 2016. № 3(17). С. 3–11.
13. Майборода О. «Українська національна ідея»: інтегративні можливості віртуальності. Національна інтеграція в полікультурному суспільстві: український досвід 1991 – 2000 років. Київ, 2002. 349 с.
14. Маринович М. Проблема збереження релігійної ідентичності в умовах відкритого суспільства. *Громадянське суспільство як здійснення свободи: центрально-східноєвропейський досвід* / за заг. ред. А. Карася. Львів, 1999. С. 219–224.
15. Слюсаревський, М. М. Зміст і динаміка уявлень українського суспільства про національні символи. *Проблеми політичної психології*. 2021. № 10(24). С. 9–34. DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol24-Year2021-62>
16. Сміт Е. Д. Національна ідентичність. Київ : Основи, 1994. 224 с.
17. Wodak R., de Cillia R., Reisigl M., Liebhart K. The Discursive Construction of National Identity. Edinburgh : EUP. 2009. 288 p.
18. Hall E. T. Hidden Differences: Studies in International Communication. Hamburg: Grunder & Jahr, 1990. 172 p.
19. Arnett, J. J. The Psychology of Globalization. *American Psychologist*. 2002. 57. P. 774–783.
20. Măduța, C. Education and national identity. The local cultural heritage and its effects upon present local educational policies in Arad county from Romania. *5th World Conference on Educational Sciences - WCES 2013. Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 2014. 116. P. 2847–2851.
21. Barkat I., Ayad H., Elcherif I. Detecting the physical aspects of local identity using a hybrid qualitative and quantitative approach: The case of Souk Al-Khawajat district. *Alexandria Engineering Journal*. 2019. 58. P. 1339–1352.
22. Shafik S., Alya A. Modernization and regionalism: Approaches for sustainable revival of local urban identity. *Procedia Engineering*. 2011. № 21. P. 503–512.
23. Гулай В. Регіональна ідентичність мешканців Галичини та «галицький автономізм»: сучасні політико-культурні та інституційно-процедурні практики». *Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса НАН України*. 2017. 1(87). С. 179–190.
24. Jönsson K. Unity-in-Diversity? *Regional Identity-building in Southeast Asia. Journal of Current Southeast Asian Affairs*. 2010. № 2. P. 41–72.
25. Shao Y. Local Identity Identification & Assessment. The Theory, Methodology and Practice of Discovering Local Identity in Yantai, China. A Thesis for the Degree of Doctor of Philosophy. University of Sheffield. United Kingdom. 2014. 202 p.

26. Нагорна Л. П. Регіональна ідентичність: український контекст. Інститут політичних і етнонаціональних досліджень імені І. Ф. Кураса НАН України. Київ, 2008.
27. Castells M. *The Power of Identity*. Malden MA : Blackwell, 2010. 538 p.
28. Титаренко Т. М., Злобіна О. Г., Лепіхова Л. А. Як будувати власне майбутнє: життєві завдання особистості : монографія / за наук. ред. Т. М. Титаренко), Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2012. 512 с.
29. Baumeister R. F., Maranges H. M., Sjøstad H. Consciousness of the future as a matrix of maybe: Pragmatic prospection and the simulation of alternative possibilities. *Psychology of Consciousness: Theory, Research, and Practice*. 2018. 5(3). P. 223–238.
30. Krafft A. M. *Our hopes, our future: Insights from the hope barometer*. Springer, 2022. 179 p. DOI: 10.1007/978-3-662-66205-2
31. Вельдбрехт О., Тавровецька Н. Оптимістичні уявлення про майбутнє – спонтанний спосіб самодопомоги та саморегуляції в умовах війни. *Проблеми політичної психології*. 2023. №13(27). С. 43–56. <https://doi.org/10.33120/popp-Vol13-Year2023-123>
32. Cottle T. J. *Perceiving time. A psychological investigation with men and women*. N.Y. : John Wiley & Sons, 1974.
33. Nuttin J., Lens W. *Future time perspective and motivation: Theory and research method*. Hillsdale, N.J. : Erlbaum, 1985.
34. Tonna B., Hemrick A., Conrad F. Cognitive representations of the future: Survey results. *Futures*. 2006. Vol. 38. P. 810–829.
35. McKenna F. P. It won't happen to me: Unrealistic optimism or illusion of control? *British Journal of Psychology*. 1993. Vol. 84. P. 39–50.
36. Bilgin B., Brenner L. Temporal distance moderates description dependence of subjective probability. *Journal of Experimental Social Psychology*. 2008. Vol. 44, N 3. P. 890–895.
37. Stoner J. A. F. Risky and cautious shifts in group decisions: The influence of widely held values. *Journal of Experimental Social Psychology*. 1968. Vol. 4. P. 442–459.
38. Knowing what to think by knowing who you are: self-categorization and the nature of norm formation, conformity and group polarization / D. Abrams et al. *British Journal of Social Psychology*. 1990. Vol. 29. P. 97–119.
39. Joffe H. Risk: From perception to social representation. *British Journal of Social Psychology*. 2003. Vol. 42. P. 55–73.

40. Соснюк О. П., Остапенко І. В. Психосемантичні особливості національної та громадянської ідентичності студентської молоді. *Український психологічний журнал*. 2017. №2 (4). С. 164–176.

41. Остапенко, І. В. Використання медіаконтенту для візуалізації уявлень молоді про майбутнє: виклики війни та євроінтеграція. *Проблеми політичної психології*. 2022. № 25(1). С. 126–141. DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol25-Year2022-90>

42. Остапенко І. В. Особливості прояву регіональної ідентифікації молоді в умовах військових дій. *Проблеми розвитку ідентичності особистості в освітньому просторі* : Матеріали круглого столу 20 жовтня 2022 року. м. Київ / ред. А. Б. Коваленко, І. В. Остапенко. Київ : Міленіум, 2022. С. 35–42.

43. Остапенко І. В., Соснюк О. П. Психосемантичне дослідження національної ідентифікації та уявлень про майбутнє молоді різних регіонів України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Психологія*. 2023. № 4. С. 35–39. DOI: <https://doi.org/10.32782/psy-visnyk/2023.4.7>

44. Остапенко І. В. Сценарії розвитку української політичної нації в уявленнях молоді про майбутнє. *Український психологічний журнал*. 2024. №1 (21). С. 110–123. DOI: [https://doi.org/10.17721/upj.2024.1\(21\).7](https://doi.org/10.17721/upj.2024.1(21).7)
<https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/743851>

Розділ 2

РЕГІОНАЛЬНИЙ ВИМІР ПОЛІТИЧНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ: ВИКЛИКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОВОЄННОЇ ІНТЕГРАЦІЇ

2.1. Регіональна політична ідентичність: ресурс відновлення чи джерело конфліктів?

Політична ідентичність регіональних спільнот є основою мобілізації соціальних груп. Вона позначається на виборі ціннісних пріоритетів, консолідаційних практиках, груповій солідаризації, на особливостях цілепокладання, оцінювання рішень та дій суб'єктів взаємодії тощо. Ідеологічні уподобання мешканців різних регіонів дають уявлення «про їхні інтереси, потреби та потенційні зони напруження» [1, с. 62]. Водночас політична ідентифікація як ресурс політичної участі (ставлення особистості чи групи до управління, самоуправління, політики, влади) є інструментом формування, розвитку та утвердження регіональної ідентичності [2-5].

Зміни регіонального ландшафту, спричинені масовим переселенням мешканців південних, східних і почасти північних регіонів країни, які вимушено полишають зруйновані війною міста і села, супроводжуються переосмисленням ціннісних, мотиваційних, національних цивілізаційних, релігійних, культурних та інших складників ідентичності. За цих умов виникають загрози втрати та/або розмивання регіональної ідентичності і водночас акцентування особливостей регіональної політичної ідентифікації та перетворення її на домінуючу в структурі ідентичностей.

Паралельні євроінтеграційні процеси актуалізуватимуть проблеми, пов'язані з необхідністю поєднання регіональної ідентичності з національною і європейською та посилення регіональної ідентичності громадян. Дослідження, проведені в низці європейських держав, дають підстави стверджувати, що регіоналісти більше підтримують європейську інтеграцію, особливо в таких регіонах, де ідентичність побудована на «громадянській», а не на «етнічній» основі [6; 7]. Сильна регіональна ідентифікація сприяє соціально-демографічній стабільності населення, запобігає відпливу мізків, зумовлює готовність мешканців допомагати регіону в скрутні часи, проактивну поведінку лідерів громади, високу мотивацію та лояльність до регіону. З концепцією регіональної ідентичності пов'язані ефективність вирішення екологічних проблем, підвищення якості життя та стійкість у кризових ситуація [8]. Водночас у стабільних суспільствах регіональна ідентичність не є системотвірною в множині територіальних ідентичностей, тоді як у нестабільних, з низьким рівнем громадянської ідентифікації, вона почасти виходить на чільні позиції в ієрархії і набуває політичного забарвлення. За таких обставин регіональна ідентичність може стати як фактором дестабілізації, так і чинником подолання кризових станів у різних сферах: політичній, економічній, соціальній тощо.

Відповідність цих даних українським реаліям, як і визначення загроз зсуву до регіоналізму, потребує додаткових досліджень і виваженого коригування державної політики ідентифікації. У наукових розвідках, присвячених проблемам політичної ідентичності, вона постає: як продукт індивідуальної або колективної самоідентифікації; як результат соціальної взаємодії; як основа соціальної дії; як продукт конкуруючих дискурсів тощо [9]. М. Кармазіна вважає, що на політичну може перетворюватися будь-яка ідентичність, «якщо вона достатньо сильна для того, щоб ефективно розділяти людей на групи друзів і ворогів» [10].

Поширеним є уявлення про регіон як соціальний конструкт, що репрезентує владні відносини, які оприявнюються в різних контекстах

усередині регіону і поза ним [11]. За такої інтерпретації регіональна ідентичність фактично конгруентна політичній.

Згідно з модерними уявленнями, виникнення регіональної ідентичності зумовлене зовнішніми чинниками, а її прояви однакові у всіх членів регіональної спільноти [12; 13]. До ознак *модерного* потрактування ідентичності відносять:

- уявлення про регіональну ідентичність як результат соціально-економічного розвитку;
- зосередженість на конструюванні ідентичності за допомогою впровадження єдиної системи освіти, національного міфу, перепису населення, політичних карт, музеїв та ін.;
- відмову від міфологізації світу й акцент на раціональності у всіх сферах суспільного життя;
- формування регіональної ідентичності засобами соціальних і політичних технологій;
- уявлення про ідентичність як основний засіб соціально-політичної мобілізації, об'єднання суспільства перед політичними та економічними викликами.

У працях *постмодерністів* регіональна політична ідентичність постає як неперервний процес трансформування спільноти через самоідентифікування, віднесення себе та інших до різних категорій, об'єднання з одними групами і дистанціювання від інших, опанування певних культурних практик, сприйняття і прийняття ідеологій тощо [9; 14].

Інструменталістський підхід ґрунтується на уявленні, що регіональна ідентичність формується регіональними елітами за допомогою символічної політики, міфотворчості, створення і просування іміджу. Саме цей підхід застосовують, коли йдеться про розроблення політики у сфері ідентичності, зокрема й освітньої.

У межах конструктивістського підходу формування регіональної політичної ідентичності розглядають як процес інтерпретації дискурсивних пропозицій, практик, символів тощо.

Регіональна ідентичність є концептуально-ментальною категорією. Вона допомагає задовольняти потреби належності і безпеки, забезпечує середовище повсякденного життя, у якому практикуються ритуали, моделі поведінки і дій для різних соціальних ролей. Феномен регіональної ідентичності є а ні виключно архітектурним □/□ географічним, а ні культурним □/□ соціальним [8].

Виокремлюють два прояви політичної ідентичності: 1) політичну ідентичність як певну конфігурацію цінностей і мотивацій політичної участі; 2) політичну ідентичність як проєктування в політичну взаємодію «національно-цивілізаційних, етнонаціональних, расових, релігійних, конфесійних, територіальних, вікових, гендерних, культурних та інших складових соціальної ідентичності» [15, с. 194]. Перша репрезентована переважно політичними дискурсами соціальних груп, друга – громадянськими та політичними практиками, які домінують у регіоні.

Детермінантами регіональної ідентичності вважають: *історичну рамку* (досвід успіхів, невдач, репрезентований дискурсом); *культурний складник* (ціннісні пріоритети, етичні принципи, звичаї та звички); *соціальну згуртованість* (ступінь довіри і взаємність, спільні цінності, сприйняття колективних цілей, громадянська участь, відмова від конфліктів, соціальний порядок і соціальний контроль, солідарність); *менталітет* (ставлення до власного регіону і його природи, життєві погляди, уявлення про зовнішні відносини тощо) [8].

До *індикаторів* політичної ідентифікації регіональної спільноти дослідники відносять: відчуття належності до життєвого простору, у якому відбувалася політична соціалізація; емоційне ставлення до політичних цінностей і норм, що домінують на певній території; регіональний патріотизм (гордість за «свої» політичні сили, своїх представників у владі, своїх героїв, спільний досвід політичних успіхів і невдач тощо); згуртованість спільноти

навколо регіональних політичних сил та/або персон; психологічну дистанцію, що відокремлює спільноту від інших спільнот («Ми»-«Вони»); практикування специфічних моделей політичної поведінки; використання регіональної мови (форс-слів – типових, емоційно насичених смислових одиниць, які дають уявлення про особливості відображення світу); ставлення до матеріальних предметів, наділених символічними для спільноти значеннями, місць пам'яті, пов'язаних з політичними подіями, тощо.

На зумовленість політичної ідентифікації межами регіональної ідентичності вказують:

- домінування регіональної ідентичності (*індикатори*: ідентифікація себе насамперед як мешканця регіону; переконаність у відмінності регіональних інтересів, цілей і цінностей від цілей і цінностей решти громадян країни; переживання солідарності з громадянами свого регіону);
- політико-ідеологічна обмеженість (*індикатори*: голосування за «своїх» лідерів і «свої» партії, прихильність до ідеологічних орієнтирів регіональних політичних сил);
- особливості ставлення до влади (*індикатори*: рівень довіри, готовність до діалогу (низькі показники за обома індикаторами свідчать радше не про регіональну, а про територіальну ідентифікацію));
- обізнаність щодо традицій, звичаїв та особливостей життя інших регіонів країни (*індикатори*: частота виїзду за межі регіону, країни та широта/звуженість політичних інтересів).

Регіональну ідентичність підтримують політичні актори, які надають їй відповідного контексту і значення [16]. Політичну регіональну ідентичність конструюють з репертуару значень, з якими щоденно стикається людина, оперуючи політичними символами і смислами регіонального дискурсу. У такий спосіб регіоналізм постає як ідеологія і політичний рух [17].

Уявлення про регіональну ідентичність як життєвий простір особистості зумовлює підхід до її дослідження за допомогою ризоматичного моделювання, тобто не в традиційних бінарних опозиціях (центр/периферія; вище/нижче;

влада/анархія; зовні/всередині; своє/чуже), а з позиції її відображення в множині значень і смислів. Сама ідентичність постає при цьому як дискурсивний конструкт, а ідентифікація – як процес артикулювання, інтерпретування, переозначення, реконструювання і трансформування символічних меж [18].

Усе викладене вище дає змогу скласти уявлення про сутність, механізми, чинники та мобілізаційний потенціал політичної ідентифікації регіональних спільнот. Однак для формування державної політики розвитку ідентичності цього недостатньо, адже вона має ґрунтуватися на даних емпіричних досліджень регіональних особливостей політичної ідентифікації українців. Такі дослідження мають бути комплексними і потребують значних ресурсів, яких наразі бракує, тому ми зосередилися на вивченні регіональних особливостей політичної ідентифікації однієї з найбільш перспективних соціальних груп – студентської молоді.

2.2. Регіональна політична ідентичність українського студентства

Емпіричну модель дослідження ми вибудовували, спираючись на такі дефініції та узагальнення:

- 1) політична ідентичність регіональних спільнот (зокрема й молодіжної) формується в матриці регіональної ідентичності, яка, з одного боку, є чинником політичної ідентифікації, а з другого – її продуктом;
- 2) політична ідентичність, як і регіональна, є результатом цілеспрямованого конструювання, основна мета якого – створення умов для ефективної діяльності;
- 3) політичну ідентичність правомірно розглядати як механізм взаємодії особистості з регіональним життєвим простором, репрезентованим певними політичними смислами, значеннями, іміджем тощо;
- 4) політична ідентичність регіональної молодіжної спільноти – динамічний соціальний конструкт, який постійно трансформується під впливом

зовнішніх чинників (освітніх впливів; соціальних і політичних технологій, які залучають політичні актори та громадські об'єднання; конкуренції регіональних, державних, глобального дискурсів тощо), тому поняття «ідентичність» та «ідентифікація» у цьому контексті можна вважати синонімічними;

- 5) аналіз політики у сфері ідентичності має ґрунтуватися на поєднанні інструменталістського і конструктивістського підходів, згідно з якими політична ідентичність формується регіональними елітами за допомогою символічної політики, міфотворчості, створення і просування іміджу в процесі інтерпретування дискурсивних пропозицій, практик, символів тощо.

Узагальнивши результати наукових розвідок щодо регіональних особливостей політичної ідентифікації українців, ми виокремили показники, які видаються найбільш продуктивними для емпіричного вивчення та прогнозування ймовірних проблем ідентифікаційних процесів на тлі зміни регіонального ландшафту в повоєнний період. Відповідно до визначених показників вибудовано і схему аналізу результатів дослідження регіональних особливостей політичної ідентифікації молоді. У цій схемі представлені:

- політична автономність/залежність (голосування за «своїх» лідерів і «свої» партії, політична довіра, готовність делегувати своє право політичного вибору, прагнення самостійно контролювати власне життя, рівень патерналізму і потреба в авторитетах);
- інклюзивність (відчуття належності до спільноти одного територіального рівня) / ексклюзивність (відчуття своєї належності до спільнот кількох рівнів (регіон, країна, цивілізація тощо)) політичної ідентичності;
- номінальність (наявна в уявленнях про соціальний простір) / реальність (визначає соціальні практики безвідносно до рівня усвідомлення) політичної ідентичності;
- ціннісно-сміслове підґрунтя політичної ідентифікації – громадянська/етнічна/територіальна/регіональна ідентичність; позитивна

(упевненість у власних цінностях) / негативна (самовизначення через заперечення цінностей Іншого) ідентифікація;

- політична компетентність (*когнітивний компонент* (прихильність до ідеологічних орієнтирів регіональних політичних сил; консерватизм/лібералізм поглядів); *ціннісний компонент* (усвідомлювані і відрефлексовані політичні смисли та цінності регіональної спільноти, які підтверджують інакшість); *емоційний компонент* (ідентифікація себе як мешканця регіону, переконаність у відмінності регіональних інтересів, цілей і цінностей від цілей і цінностей решти громадян країни, переживання солідарності з громадянами свого регіону); *регулятивний компонент* (рівень довіри до влади, готовність до діалогу (вважається, що низькі показники за обома індикаторами корелюють з високим рівнем прояву територіальної ідентифікації), політичні практики подолання суперечностей);
- обізнаність щодо традицій, звичаїв та особливостей життя інших регіонів країни (*індикатори*: частота виїзду за межі регіону, країни та широта/звуженість політичних інтересів).

Методологію проведення емпіричного дослідження регіональних особливостей політичної ідентифікації студентської молоді детально описано в наших попередніх наукових публікаціях [19; 20]. Для збирання первинних даних ми застосовували методи психосемантики (опитування і суб'єктивне шкалювання), які видаються найбільш релевантними щодо завдань дослідження, а на етапі опрацювання отриманих – методи математичної статистики, зокрема кореляційний, факторний і кластерний аналіз. У дослідженні взяли участь 1060 студентів ЗВО з усіх регіонів країни віком від 18 до 32 років.

За точку відліку в подальшому аналізі регіональних особливостей політичної ідентифікації молоді пропонуємо взяти факторну модель структурування смислів та емоційної детермінації політичної ідентифікації українського студентства (табл. 2.1).

**Факторна структура політичної ідентичності
українського студентства**

Фактор	Умовне означення фактору	Частка (%) описаної дисперсії
Ф1	Ідентифікація з регіональними політичними силами	15,3
Ф2	Ідентифікація з політичними цінностями спільноти (в обмін на захист і підтримку)	14,9
Ф3	Солідаризація з регіональною спільнотою (зادля протидії викликам)	14,6
Ф4	Регіональна ідентичність	14,3
Ф5	Цінності регіональної політичної ідентифікації	14,0
Ф6	Орієнтація на політичних лідерів	13,5
Ф7	Локус відповідальності (громадяни/влада)	13,4

З факторної структури політичної ідентичності українського студентства випливає, що українське студентство віддає перевагу здебільшого регіональним політикам, вважаючи, що саме вони спроможні забезпечити захист інтересів мешканців регіону. Водночас молодь не впевнена в тому, що довіра до місцевої політичної еліти є запорукою розвитку регіону і соціального порядку (на тлі середнього рівня прояву за цим показником спостерігається висока варіативність відповідей).

Ідентифікація з регіональними цінностями ґрунтується на потребі в захисті і підтримці, а солідаризація з регіональною спільнотою сприймається як ресурс подолання екологічних, економічних і політичних викликів.

Показники регіональної ідентичності мають нижчий за середній рівень прояву, проте варіативність відповідей дуже висока. Аналогічна ситуація і щодо цінностей регіональної ідентифікації (дотримання традицій і спадкоємності, унікальність регіональних преференцій, вибір на користь добробуту, а не державотворення). Це свідчить про істотні відмінності в силі регіональної ідентифікації респондентів, а також ціннісних і мотиваційних її детермінантах.

Українське студентство одностайне у своїй орієнтації на політичних лідерів і декларує готовність поділяти відповідальність за країну з владою, яку

обирає. При цьому варіативність відповідей на питання щодо потреби в авторитетах, патерналізмі, вболівання радше за регіон, ніж за країну, є досить високою. Емоційна детермінація політичної ідентифікації студентської молоді структурується усвідомленням власної українськості (відчуттям своїми культури, історії, здобутків і втрат українського народу, землі, де народились і виросли, країни з давньою історією і великим майбутнім). Переживання гордості за вихідців зі свого регіону та емоційного зв'язку з місцями пам'яті і символічними подіями, значущими для мешканців регіону, виражені менш яскраво і варіативність відповідей тут відчутно вища. У відчутті обов'язку підтримувати своїх земляків молодь загалом одностайна, попри те що переживання емоційного зв'язку з регіональною спільнотою, як і віра в її підтримку, виражені на середньому рівні за значної варіативності відповідей.

Серед емоційних детермінант політичної ідентифікації – переживання, породжені потребами в соціальній справедливості, реальній свободі та рівності, які мають яскраву вираженість і низьку варіативність.

Попри те, що студентство почувається неспроможним впливати на ситуацію у своїх регіонах, переживання належності до регіону (території і спільноти) і відчуття спільності цілей та цінностей мешканців усіх регіонів також структурують простір політичної ідентифікації молоді.

Підсумовуючи викладене, можемо констатувати таке:

- у регіональному ідентифікаційному дискурсі студентства «політичне» більш вагоме, ніж «регіональне». При цьому смисли регіональної політичної ідентичності структуруються не політичними цінностями, принципами чи ідеями, а ставленням до «своїх» політичних сил, які, як очікує молодь, можуть забезпечити добробут мешканців регіону;
- смисли регіональної ідентифікації структуруються потребами в захисті і підтримці, а також необхідності спільного протистояння різного роду викликам;

- регіональна політична ідентичність інклюзивна, зокрема емоційний її складник пов'язаний з відчуттям належності до Української держави, культури, історії;
- політична ідентичність більшості студентства – номінальна, репрезентована більше уявленнями, ніж практиками;
- показники, на основі яких можна скласти уявлення про ціннісно-сміслову підгрунтя політичної ідентичності студентства, мають високий рівень варіативності, що не дає змоги зробити висновок щодо засад її конструювання (громадянська, територіальна чи регіональна ідентифікація);
- на рівні смислів можна говорити про позитивну регіональну політичну ідентифікацію молоді: респонденти поділяють цілі і цінності мешканців інших регіонів. Водночас високі коефіцієнти варіативності відповідей на низку питань (щодо переживання негативних емоцій та відчуття упередженого ставлення під час спілкування з людьми з інших регіонів, відчуття дискомфорту під час перебування в інших регіонах, відчуття, що прихильники інших політичних сил не намагаються зрозуміти опонентів) свідчать про наявність певних емоційних проблем у взаємодії із співгромадянами з інших регіонів;
- рівень політичної компетентності більшості респондентів радше низький, про що говорить орієнтація політичного вибору на лідерів політичних сил, переважання патерналістських очікувань, у крайній мірі низький рівень ідеологічної обізнаності тощо).

2.3. Базові смисли, цінності та цілі політичної ідентифікації студентства різних регіонів

На основі порівняння за t- критерієм Стьюдента загальноукраїнського і регіональних масивів даних можемо відтак скласти уявлення про регіональні

відмінності політичної ідентифікації студентської молоді. Найбільше достовірних відмінностей від загальноукраїнського масиву виявлено в смислах, цінностях та цілях регіональної політичної ідентичності студентства Центрального регіону.

Зокрема, молодь Центру достовірно частіше (на рівні значущості $P < 0,05$):

- конструює свою регіональну політичну ідентичність на основі національної і громадянської ідентифікації;
- цінує права та свободи і не готова відмовитися від них заради порядку і стабільності;
- прагне розширення вільних зон у всіх сферах життя;
- не вважає свої цінності і мотиви політичної участі такими, що відрізняються від політичних уподобань мешканців інших регіонів;
- не віддає перевагу регіональним політичним силам лише тому, що вони «свої»;
- уболіває насамперед за країну, а вже потім – за регіон;
- поділяє відповідальність за країну з владою, яку обирає.

Достовірні відмінності в політичній ідентичності молоді Західного регіону і українського студентства загалом виявлено лише за одним параметром – відчуттям ексклюзивності цінностей і мотивів політичної участі мешканців Заходу та їх істотної відмінності від політичних уподобань жителів інших регіонів країни (на рівні значущості $P < 0,05$).

Молодь *Східного* регіону достовірно частіше (на рівні значущості $P < 0,05$):

- вибудовує свою політичну ідентичність з регіональної яку вважає важливішою за національну чи європейську;
- вважає, що довіра до регіональної політичної еліти є запорукою розвитку регіону і підтримання соціального порядку;
- понад усе цінує порядок і готова відмовитись заради його підтримання від прав і свобод;

- віддає перевагу традиціям і не прагне розширення вільних зон;
- не готова поділяти відповідальність за країну з владою, яку обирає.

Студентство *Північного* регіону достовірно частіше (на рівні значущості $P < 0,05$), ніж українська молодь загалом:

- вважає регіональну ідентичність важливішою за національну і вболіває більше за свій регіон, ніж за країну;
- обирає політику дотримання традицій і спадкоємності, відмовляючись від розширення вільних зон у всіх сферах життя;
- не орієнтується на лідерів у виборі політичної сили.

Молодь *Південного* регіону достовірно частіше (на рівні значущості $P < 0,05$), ніж українське студентство загалом:

- переймається у виборі політичної сили проблемами державотворення, а не обіцянками підвищити добробут людей;
- віддає перевагу політиці розширення вільних зон у всіх сферах життя на противагу дотриманню усталених традицій і спадкоємності.

Підсумовуючи викладене, можемо виокремити *найбільш контroversійні характеристики політичної ідентифікації*, які слід брати до уваги під час формування державної політики:

- ціннісно-сміслові підгрунття ідентифікації (національна/регіональна ідентичність);
- когнітивна компетентність (ліберальні/консервативні політичні преференції);
- регулятивна компетентність (готовність/неготовність поділяти відповідальність за країну з обраною владою);
- емоційна компетентність (переконаність у відмінності/подібності регіональних інтересів, цілей і цінностей);
- політична автономність/залежність (голосування за «своїх» лідерів і «свої» партії, політична довіра).

Щоб оцінити перспективи реінтеграції молоді окупованих територій, спрогнозувати можливі суперечності і запобігти конфліктам, породженим

особливостями політичної ідентифікації студентства, зіставимо попарно базові смисли політичної ідентичності респондентів різних регіонів.

Найбільше достовірних відмінностей (на рівні значущості $P < 0,05$) виявлено між політичною ідентичністю молоді Центру і Сходу. Зокрема,

студентство Центру:

- вибудовує політичну ідентичність з національної;
- вважає, що цілі і цінності мешканців регіону такі ж, як і у решти українців;
- не віддає переваги «своїм» політичним елітам;
- не готове відмовитися від прав і свобод;
- обирає політику вільних зон у всіх сферах життя;
- уболіває за країну;
- поділяє відповідальність за країну з владою, яку обирає

студентство Сходу:

- вибудовує політичну ідентичність з регіональної;
- наполягає на своїй окремішності і несхожості своїх цінностей та уподобань;
- орієнтується на регіональну політичну еліту;
- прагне порядку і стабільності, навіть ціною відмови від прав і свобод;
- обирає політику дотримання усталених традицій і спадкоємності;
- більше вболіває за свій регіон;
- не готове поділяти відповідальність за країну з обраною владою

Особливості політичної ідентифікації молоді *Сходу* зіставні загалом з характеристиками ідентичності молоді *Півночі*. Студентство *Півночі* лише відчутно менше орієнтується на регіональну політичну еліту.

У політичній ідентичності молоді *Заходу* поєднуються ознаки, притаманні як респондентам *Центрального* регіону, так і молоді *Сходу*. Як і студентство *Сходу*, респонденти *Західного* регіону орієнтуються на місцеві політичні еліти й обирають політику дотримання усталених традицій та спадкоємності. Як і молодь Центру, вони готові поділяти відповідальність за країну з обраною владою.

Водночас політична ідентичність студентства *Заходу* достовірно частіше (на рівні значущості $P < 0,05$), ніж ідентичність молоді решти регіонів, вибудовується на ідеї ексклюзивності цінностей і мотивів політичної участі мешканців свого регіону.

Студентство *Заходу* достовірно рідше (на рівні значущості $P < 0,05$), ніж молодь *Східного і Північного* регіонів, пов'язує риторичку окремішності, особливості, несхожості свого регіону з діяльністю регіональних політичних сил; ладне відмовитися від прав і свобод заради порядку і стабільності; вважає регіональну ідентичність важливішою за національну і вболіває насамперед за свій регіон.

Молодь *Півдня* достовірно частіше (на рівні значущості $P < 0,05$), ніж студентство Центрального і Західного регіонів, вибудовує свою ідентичність з уявлення про те, що природно вболівати більше за свій регіон, ніж за країну загалом. Водночас достовірно рідше (на рівні значущості $P < 0,05$), ніж студентство Сходу і Півночі, виходить з того, що регіональна ідентичність важливіша, ніж національна, (європейська, цивілізаційна тощо), та обирає політику збереження традицій і спадкоємності на протипагу політиці розширення вільних зон у всіх сферах життя.

Підсумовуючи результати порівняльного аналізу смислів, цілей та цінностей студентства різних регіонів, перелічимо відтак *найбільш загальні відмінності*:

- політична ідентифікація молоді Центру вибудовується з національної ідентичності, молоді Півночі і Сходу – з регіональної; однозначно визначити підгрунття політичної ідентифікації молоді Півдня і заходу не видається можливим;
- молодь Західного і Східного регіонів більшою мірою, ніж решта студентства, орієнтується на регіональні політичні еліти;

- молодь Заходу, на відміну від решти респондентів, переконана в ексклюзивності цінностей і мотивів політичної участі мешканців свого регіону;
- молодь Центру вирізняється з-поміж решти респондентів відмовою поступатися правами і свободами в обмін на порядок і стабільність;
- молодь Півночі частіше за інших вважає, що регіональна ідентичність важливіша за національну і що природно вболівати більше за свій регіон, ніж за країну загалом.

2.4. Емоційна детермінація політичної ідентифікації студентства різних регіонів

В умовах війни (і, мабуть, упродовж певного часу після її закінчення) ментальне здоров'я українців буде погіршуватися, тривожність зростатиме, а баланс раціональних та емоційних виборів руйнуватиметься тощо. Ідентифікаційний дискурс наразі також змінюється: стає категоричнішим, а почасти й агресивнішим, емоційні реакції домінують, що іноді дає змогу учасникам взаємодії зменшити напруження, але водночас і підвищує градус соціальної напруженості. Відчуття належності до певної регіональної спільноти, її культури, політичних цінностей, норм і правил взаємодії набуває особливої значущості і переживається нині більш гостро. З огляду на означені вище тенденції і щоб уточнити результати дослідження смислів регіональної політичної ідентичності, було розроблено лис-опитувальник і проведено дослідження емоційних детермінант ідентифікації методом суб'єктивного шкалювання. Респондентам пропонувалося оцінити за 5-бальною шкалою свої переживання, відчуття, міру прихильності до регіональних політичних еліт, акторів, спільноти та ідей і цінностей, поширених у регіоні. Виявлені достовірні відмінності за показниками емоційної детермінації політичної ідентичності молоді різних регіонів дають змогу скласти уявлення про те, наскільки

артикульовані респондентами смисли ідентифікації визначають і регулюють ідентифікаційні практики.

Відмінності в переживанні своєї належності до регіону

Молодь Центрального регіону достовірно виразніше ($P \leq 0,01$) відчуває свою належність до регіону (території, спільноти), ніж респонденти Південного і Західного регіонів. Цілі і цінності мешканців свого регіону молодь Центру поділяє достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж студентство Західного регіону. Відчуття належності до регіону у респондентів Південного і Північного регіонів домінує над відчуттям належності до країни достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж у молоді Центру і Сходу. Студентство Західного регіону достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж молодь решти регіонів, відчуває свою належність до європейської культури. Натомість молодь Центрального регіону достовірно частіше ($P \leq 0,01$) відчуває обов'язок надавати допомогу своїм землякам, ніж молодь Заходу, Півдня та півночі. Достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж молодь Західного і Південного регіонів, студентство Центру відчуває, що може розраховувати на підтримку своїх земляків. Молодь Західного регіону сподівається на таку підтримку достовірно частіше, ніж молодь Сходу і Півночі. Відчуття емоційного зв'язку з регіональними «місцями пам'яті» і символічними подіями достовірно сильніше ($P \leq 0,05$) у молоді Заходу і Півдня, ніж у респондентів Півночі і Сходу.

Відмінності в переживанні своєї національної (громадянської) ідентичності

Респонденти Центрального регіону достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж Західного, Південного і Північного, а молодь Півдня, Півночі та Сходу – достовірно частіше, ніж Західного, почувуються українцями, бо народились і вирости в Україні. Молодь Центрального регіону достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж Південного і Західного, а респонденти Півдня, Півночі і Сходу достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж студентство Заходу, вважають себе українцями, бо відчувають своїми культуру, історію, здобутки і втрати українського народу та почувуються громадянами країни з давньою історією і великим майбутнім.

Молодь Центрального і Південного регіонів достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж студентство Заходу, відчуває готовність захищати свою землю від ворога.

Довіра до влади різних рівнів як детермінанта регіональної політичної ідентифікації

Студентство Заходу достовірно частіше ($P \leq 0,01$) за решту респондентів відчуває, що молодь цього регіону більше орієнтується на місцеву владу, ніж в інших регіонах. Молодь Західного регіону достовірно більше ($P \leq 0,05$) довіряє центральній владі і представникам влади країн ЄС, ніж молодь Півночі, Півдня та Сходу. Водночас молодь Західного регіону достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж студентство решти регіонів, відчуває турботу про свою безпеку з боку регіональної і центральної влади, тоді як молодь Північного регіону відчуває таку турботу достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж респонденти Півдня та Центру. Достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж студентство решти регіонів, почувається здатною впливати на події у своєму регіоні молодь Заходу, водночас респонденти Центрального регіону відчувають себе здатними впливати на події у своєму регіоні достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж молодь Півночі і Півдня.

Відмінності в емоційному супроводі соціальної взаємодії

Молодь Західного регіону достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж студентство Півночі, Півдня та Центру, переживає негативні емоції, спілкуючись із людьми з інших регіонів. Водночас респонденти Сходу і центру достовірно частіше ($P \leq 0,05$) переживають негативні емоції, ніж молодь Півдня. Студентство Західного регіону достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж решта респондентів, відчуває упереджене до себе ставлення під час спілкування з людьми з інших регіонів та почувається незатишно, коли доводиться виїздити в інші регіони. Молодь Сходу ($P \leq 0,05$) достовірно частіше, ніж студентство Півночі та Півдня, почувається незатишно, коли доводиться виїздити в інші регіони. Відчуття невдоволення, роздратування під час спілкування з людьми, які підтримують інші політичні сили, достовірно частіше ($P \leq 0,01$) виникає у молоді Західного регіону, ніж у решти респондентів. У молоді Сходу такі відчуття виникають достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж у студентів Південного регіону. Студенти

Західного регіону достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж молодь решти регіонів, відчуває, що прихильники інших політичних сил не намагаються їх зрозуміти. Молодь Центру і Півдня достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж студентство Заходу і Півночі, схильна аналізувати свої політичні симпатії.

Емоційний вимір політичної автономності молоді різних регіонів

Молодь Заходу достовірно частіше ($P \leq 0,01$), ніж респонденти решти регіонів, а молодь Півночі достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж студентство Центру, відчуває роздратування, коли чує про те, що кожен сам контролює своє життя. Разом з тим молодь Заходу достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж студенти решти регіонів, відчуває потребу в авторитетах, які підтверджують їхні думки та уявлення. Водночас молодь Сходу достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж студенти Південного регіону, а молодь Заходу – частіше, ніж респонденти Півночі та Півдня, потребує експертної думки, навіть якщо вона не відповідає їхнім очікуванням. Натомість студентство Центрального регіону достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж молодь Півночі та Заходу, почуватися відповідальним за свій політичний вибір.

Регіональні відмінності ідеологічних преференцій молоді

Молодь Півночі та Півдня достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж студентство Сходу, Заходу і Центру, поділяє ідеї соціальної рівності. Респонденти Заходу достовірно частіше ($P \leq 0,05$), ніж молодь Північного, Південного і Центрального регіонів, обстоюють абсолютну цінність людської особистості («особа важливіша за державу»). Молодь Центру достовірно частіше ($P \leq 0,05$) підтримує поширення вільного підприємництва, ніж студентство Південного регіону.

2.5. Регіональна політична ідентичність молоді в контексті реадаптації і повоєнної консолідації

Узагальнивши результати порівняльного аналізу регіональних масивів даних емпіричного дослідження можемо констатувати, що смисли, які структурують політичну ідентичність молоді різних регіонів, почасти не конгруентні емоційним переживанням власної належності. Це свідчить про дискретність, фрагментарність політичної ідентичності молоді, а також про недостатню її рефлексію. Слід зазначити також, що наразі бракує ідеологічного підґрунтя для формування політичної ідентичності студентства: молодь одночасно підтримує ліберальні, консервативні й соціалістичні ідеї і часто віддає перевагу тим політичним силам, які обіцяють підвищити добробут людей, а не тим, що переймаються проблемами державотворення.

Найменш суперечливими і найбільш сприятливими для конструктивної соціальної взаємодії та адаптації до нової реальності в повоєнний період виявились інтенції і практики ідентифікаційного дискурсу молоді *Центрального* регіону. Політична ідентичність молоді Центру вибудовується з національної ідентичності, водночас вона відчуває емоційну близькість з регіональною спільнотою, її цілями і цінностями, готова підтримати земляків і впевнена в зустрічній підтримці, не орієнтується на «свої» політичні сили, почувається спроможною впливати на перебіг подій і ладна поділяти відповідальність за країну з обраною владою. Такий «профіль» регіональної політичної ідентичності сприятливий для толерування інакшості і прагнення мешканців інших регіонів зберегти свої традиції та ідентичність, для рефлексії своїх політичних симпатій і антипатій та комфортного самопочуття під час перебування в інших регіонах. Тому, з високою часткою імовірності, можемо очікувати, що молодь, переміщена на терени Центрального регіону з інших регіонів, матиме сприятливе середовище для адаптації, а конфліктні ситуації не призведуть до жорсткої конфронтації.

Смисли і практики політичної ідентифікації студентства *Західного* регіону більш суперечливі. Так, молодь Заходу:

- переконана в ексклюзивності, несхожості цілей і мотивів політичної участі мешканців свого регіону, а проте цілі і цінності регіональної спільноти радше не поділяє;
- довіряє владі й орієнтується на регіональну політичну еліту; має відчуття, що влада піклується про безпеку мешканців регіону, і водночас радше не відчуває своєї належності до регіону (території, регіональної спільноти);
- почувається спроможною впливати на ситуацію в регіоні, однак відчуває роздратування, коли чує про те, що кожен сам контролює своє життя;
- переживає емоційний дискомфорт від перебування в інших регіонах, відчуває упереджене до себе ставлення людей з інших регіонів і водночас вважає, що зможе швидко і безболісно адаптуватися до звичаїв будь-якого з регіонів країни;
- відчуває невдоволення, роздратування, спілкуючись із людьми, що підтримують інші політичні сили; вважає, що прихильники інших політичних сил не прагнуть порозуміння, і відчуває свою належність до європейської культури.

Вочевидь політична ідентичність, вибудована на такому підґрунті, є проблемною як для її носіїв, так і для тих, хто втратив звичне середовище і намагається адаптуватися до нових реалій у взаємодії з молоддю *Західного* регіону.

Ідентифікаційний дискурс респондентів *Східного* регіону загалом несуперечливий: молодь вибудовує свою ідентичність із регіональної як на рівні смислів, так і на емоційному рівні. Для розуміння перспектив реадаптації переміщених зі сходу в *Західний* регіон зосередьмося на порівнянні особливостей ідентифікації студентства цих двох регіонів.

Молодь *Східного* регіону:

- достовірно частіше, ніж молодь Західного регіону, відчуває свою належність до території і регіональної спільноти, поділяє її цінності й цілі та рідше відчуває свою належність до європейської культури;
- менше довіряє центральній владі і владі країн ЄС, менше відчуває турботу про свою безпеку з боку влади всіх рівнів;
- менш толерантна у спілкуванні з прихильниками інших політичних сил;
- менш упереджено ставиться до людей з інших регіонів і менше потерпає від упередженого до себе ставлення під час спілкування з мешканцями інших регіонів та прихильниками інших політичних сил;
- рідше почувається незатишно, коли доводиться виїздити в інші регіони;
- рідше відчуває емоційний зв'язок з місцями пам'яті чи символічними подіями, значущими для мешканців регіону.

Така конфігурація політичної ідентифікації молоді Східного регіону свідчить про потребу тих, хто вимушено залишив свій регіон, найперше в емоційній підтримці та повазі до їхніх ціннісних преференцій. Імовірність дістати таку підтримку в Західному регіоні невисока, відтак сподівання на інтеграцію молоді Сходу в молодіжну спільноту Заходу невеликі.

Молодь *Північного* регіону порівняно з молоддю Сходу достовірно частіше:

- ✓ відчуває свою належність до регіону більше, ніж до країни загалом;
- ✓ вважає, що цілком природно вболівати за свій регіон більше, ніж за країну загалом;
- ✓ тяжіє до ідеї соціальної рівності.

За рештою досліджуваних параметрів політична ідентичність молоді Півночі і молоді Сходу достовірно не відрізняється, відтак перспективи адаптації і порозуміння переселенців зі Східного регіону на теренах Північного видаються цілком реальними.

Політична ідентичність молоді *Південного* регіону на рівні смислів достовірно не відрізняється від ідентичності студентства Заходу, виняток становить лише один параметр: молодь Півдня достовірно частіше вважає

цілком природним, що люди вболівають більше за свій регіон, ніж за країну загалом. Водночас емоційна детермінація ідентичності молоді цих двох регіонів достовірно різниться за більшістю параметрів. Сенси і цінності політичної ідентифікації молоді Півдня і молоді Півночі різняться за двома параметрами: студентство Північного регіону віддає перевагу збереженню усталених традицій і спадкоємності, на протипагу політиці розширення вільних зон у всіх сферах, і достовірно частіше вважає важливішою регіональну ідентичність, ніж державну. Водночас молодь Південного регіону менше, ніж студентство Північного, відчуває регіональну належність і більше вірить у свою здатність безболісно адаптуватися до звичаїв будь-якого з регіонів країни. Деяко більше відмінностей виявлено в емоційній детермінації молоді Південного і Центрального регіонів.

Загалом профіль політичної ідентифікації молоді Південного регіону достатньо адаптивний. Водночас відмінності в переживанні своєї ідентичності студентством Півдня і Заходу можуть суттєво ускладнити адаптацію переселенців на теренах Західного регіону.

З огляду на виявлені відмінності в регіональній ідентифікації молоді різних регіонів потенційно неконфліктним і сприятливим для адаптації та інтеграції переселенців видається Центральний регіон, найменш перспективним – Західний.

Список використаних джерел

1. Білоус Є. Проблеми та перспективи емпіричної ідентифікації ідеологічних уявлень масової свідомості. *Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи.* 2017. № 39. С. 61–67.
2. Müller K. E. *Das magische Universum der Identität: Elementarformen sozialen Verhaltens; ein ethnologischer Grundriß.* Campus-Verlag, 1987.
3. Bronfenbrenner U. *The Ecology of Human Development.* Cambridge. MA, 1979.
4. Берн Е. *Ігри, в які грають люди / пер. з англ. К. Меньшикової.* Харків : Клуб сімейного дозвілля, 2016. 256 с.

5. Слюсаревський М. Політична участь як особливий зріз політичної поведінки. *Політичний менеджмент*. 2009. № 5. С. 8–18.
6. Keating M., Hooghe L. Bypassing the nation-state? Regions and the EU policy process. In J. Richardson (Ed.), *European Union. Power and Policy-Making*. New York : Routledge, 2001. P. 239–256.
7. Brigevich A. Regional identity and support for integration: An EU-wide comparison of parochialists, inclusive regionalist, and pseudo-exclusivists. *European Union Politics*. 2018. № 19(4). P. 639–662.
8. Petříková D., Jaššo M. Perception of Regional Identity–Case Study of River Basins of the Morava River (Slovakia, Czech Republic). *Acta Universitatis Agriculturae et Silviculturae Mendelianae Brunensis*. 2019. № 67(1). P. 133–145.
9. Brubaker R., Cooper F. Beyond «identity». *Theory and society*. 2000. № 29(1). P. 1–47.
10. Кармазіна М. С. Політичні ідентичності в сучасній Україні: міська громада Донецька. Київ : ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2016. 232 с.
11. Paasi A. The region, identity, and power. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*. 2011. № 14. P. 9–16.
12. Cohen A. P. Culture as identity: an anthropologist's view. *New literary history*. 1993. № 24(1). P. 195–209.
13. Paasi A. The resurgence of the ‘region’ and ‘regional identity’: Theoretical perspectives and empirical observations on regional dynamics in Europe. *Review of international studies*. 2009. № 35 (S1). P. 121–146.
14. Sarup M. Identity, culture and the postmodern world. In *Identity, Culture and the Postmodern World*. Edinburgh University Press, 2022.
15. Бевз Т. Теоретико-методологічні підходи та алгоритм дослідження політичних ідентичностей у міській громаді. *Університетська кафедра*. 2017. № 6. С. 191–208.
16. Nationalism and European integration: the need for new theoretical and empirical insights / A. M. Suszyski et al. Continuum, 2007.
17. Нагорна Л. *Регіональна ідентичність: український контекст*. Київ : ІПіЕНД імені І. Ф. Кураса НАН України, 2008. 405 с.
18. Hall S. Introduction: Who needs identity? In S. Hall, P. du Gay, *Questions of cultural identity*. 1996. P. 1–17.
19. Жадан І. В. Регіональні відмінності політичної ідентифікації студентської молоді. *Український психологічний журнал*. 2023. № 2 (20). С. 40–51. DOI: [https://doi.org/10.17721/upj.2023.2\(20\).3](https://doi.org/10.17721/upj.2023.2(20).3)
20. Жадан І. В. Особливості структурування політичної ідентичності молоді у різних регіонах країни. *Проблеми політичної психології*. 2023. Вип. 14 (28). С. 105–117. DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol14-Year2023-143>

Розділ 3

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

3.1. Теоретико-методологічні засади вивчення культурної ідентифікації сучасної молоді в регіональному вимірі

Актуальність дослідження регіональних особливостей культурної ідентифікації учнівської та студентської молоді України зумовлена усвідомленням необхідності пошуку можливостей і засобів вирішення проблеми адаптації та інтеграції як внутрішньо переміщених осіб до інших соціокультурних традицій, так і місцевого населення регіонів до змінених умов життя, спричинених і підсилених повномасштабною війною Росії проти України та її наслідками. Адже ця війна запустила інтенсивні процеси міграції населення, як внутрішні (між регіонами України), так і зовнішні (за кордон, в інші країни). Це загострило низку ідентифікаційних проблем, які, з одного боку, пов'язані з необхідністю «вбудовуватися» в дещо інше (незвичне, а інколи й малознайоме) культурне середовище, адаптуватися до культурних відмінностей, іншого перебігу та умов життя тощо. З іншого боку, ці процеси призводять до «розмивання» регіональних субкультур, а отже, впливають на ідентифікаційні процеси не тільки ВПО, а й до певної міри «корінних» мешканців регіону.

Аналіз наукових досліджень і сучасних джерел, у яких започатковано висвітлення і розв'язання проблеми регіональних особливостей ідентифікації

молоді, дав змогу виокремити базові теоретико-методологічні положення, на які ми спираємося в нашому дослідженні. Зокрема:

- поняття культури правомірно розглядати як контекст, усередині якого конструюються, утворюються ідентичності людини; культура наповнює змістом ідентичність (детальніше див. [1; 2]);
- ідентичність набуває своєї змістовності в просторі культурної спадковості, культурного творення та співіснування людських спільнот [1-3];
- носіями культури є етноси і народи, тому правомірним є застосування поняття етнокультурної ідентичності [1; 4; 5].

Основні функції культури – спадковість і нормативність [1; 2]. На думку М. Кейн, «культурна ідентичність, як культурна основа народів, є найвищим виявом фундаментальної рівності націй і груп, що співіснують у межах однієї нації. Народи мають право розвивати власну культуру в контексті внутрішнього інтегрованого розвитку» [6].

Культура і соціальні групи, що є її носіями, згідно з І. М. Янг, забезпечують контекст, усередині якого формуються ідентичності людини. За такої умови культуру можна розглядати як частину того, що відрізняє одну групу від іншої, як контекст, у якому конструюються ідентичності [7]. В Україні зберігається культурне різнобарв'я і відмінності між групами населення, які мешкають у різних регіонах країни. Ідеться про співіснування різних регіональних субкультур та їхніх носіїв (з характерними регіональними етнокультурними ознаками) в одному суспільстві, в єдиному правовому, економічному, соціальному полі. Цілком слушною є думка М. Слюсаревського про необхідність просування ідеї «територіально-культурного розмаїття України як ціннісного імперативу, що є джерелом сили, а не слабкості єдиної у світоглядному, політичному та ментальному сенсах української нації» [8].

Ми спираємося на визначення ідентичності, сформульоване Е. Еріксоном, як «самоототожнення», що має соціально-культурне підґрунтя [9]. Виходимо з визначення культурної ідентифікації як процесу самоототожнення особистості з

певною культурою, що передбачає раціональне усвідомлення нею своєї причетності до етнокультурної групи та емоційно-ціннісне переживання належності до неї [10].

З огляду на результати нашого дослідження ми висунули *гіпотезу* про активізацію під час війни (особливо на її перших етапах) процесів національної, громадянської та культурної ідентифікації на тлі нівелювання регіональних диференціювальних ознак.

Отже, теоретичний аналіз зарубіжних і вітчизняних наукових джерел дав змогу окреслити основні поняття дослідження, виокремити параметри і психологічні показники дослідження.

3.2. Культурна ідентифікація молоді: психологічні показники і методичне забезпечення дослідження

Як основні *параметри* дослідження регіональних особливостей культурної ідентифікації молоді визначено традиційність і нормативність (детальніше див. у [2; 11]). *Психологічними показниками* культурної ідентифікації української молоді можна вважати: 1) ставлення до культурних цінностей; 2) суб'єктивну актуальність національної ідентичності; 3) ставлення до правил взаємодії [2; 11].

Для коректного проведення емпіричного дослідження ми розробили відповідний *методичний інструментарій* (рис. 3.1).

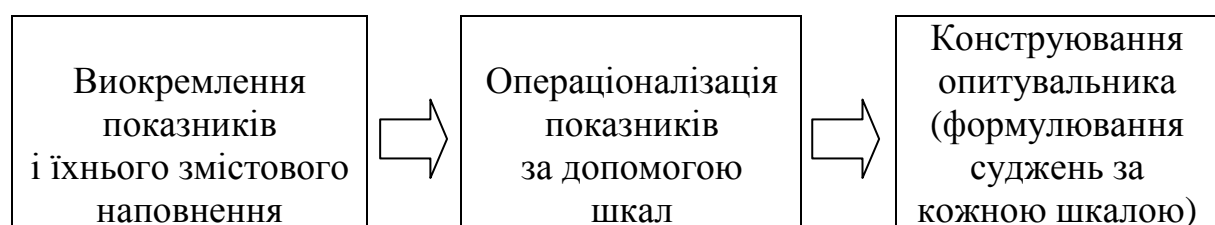


Рис. 3.1. Етапи створення методичного інструментарію

Отже, завдяки обґрунтуванню та виокремленню психологічних показників ми можемо відтак оцінювати особливості культурної ідентифікації студентської та учнівської молоді різних регіонів країни. Серед цих особливостей, зокрема, такі: 1) ставлення до культурних цінностей (культурної спадщини, мови, національних символів, святинь, території); 2) суб'єктивна актуальність національної ідентичності (причетність до національних звичаїв і традицій та їх підтримання, переживання належності до спільноти (гордості або сорому, поваги або зневаги щодо неї) і до території проживання нації); 3) ставлення до правил взаємодії [11]. Ці показники покладено в основу авторського психосемантичного опитувальника, який ми сконструювали відповідно до цілей дослідження. Опитувальник має високу внутрішню валідність, оскільки спирається на науково обґрунтовану теоретичну модель. Ми також відповідним чином стандартизували процедуру проведення, уніфікувавши інструкцію і бланк.

Щоб описати вияв тих чи інших особливостей культурної ідентифікації молоді, ми сформулювали як емпіричні індикатори 15 суджень – по 5 суджень на кожну шкалу. Розроблений нами семантичний диференціал дістав назву «Регіональні особливості культурної ідентифікації молоді». Учасникам опитування пропонувалось оцінити за 5-бальною шкалою (від 1 – зовсім не згоден до 5 – повністю згоден) ступінь власної згоди/незгоди з тим чи іншим твердженням, що відображає певний аспект їхньої культурної ідентифікації.

Отже, логіка конструювання методичного інструментарію передбачала: виокремлення на основі теоретичного аналізу наукових джерел психологічних показників дослідження; їх операціоналізацію за допомогою шкал; конструювання суджень (емпіричних індикаторів), що розкривають зміст кожної шкали.

В емпіричному дослідженні, що проводилось у березні-травні 2023 року в онлайн-форматі (гугл-форма), взяли участь 795 респондентів віком від 16 до 35 років – учнівська і студентська молодь закладів вищої та середньої освіти з п'яти регіонів країни: Центрального, Східного, Західного, Південного та Північного.

Для опрацювання отриманих первинних емпіричних даних ми скористалися:

- 1) методами *математичної статистики* (зокрема, факторним аналізом, який здійснювався методом головних компонент з подальшим обертанням факторного простору Varimax).
- 2) пошуком значущих відмінностей (підтверджених критерієм Краскела – Уолліса).

3.3. Регіональні особливості культурної ідентифікації учнівської та студентської молоді

За результатами дослідження отримано *значущі відмінності*, підтвержені критерієм Краскела – Уолліса. Так, за показниками *ставлення до культурних цінностей* молодь Західного регіону частіше, ніж молодь Центрального ($H=0,000$, $p \leq 0,05$), відмічає свою близькість з народною творчістю і святково-обрядовою культурою, а також більше, ніж молодь Східного ($H=0,002$, $p \leq 0,05$), відчуває спорідненість, переживає особливу єдність із народом, слухаючи музику з елементами автентичного народного співу. Натомість молодь Східного регіону значуще менше, ніж молодь Західного ($H=0,001$, $p \leq 0,05$), виявляє інтерес до історії та культури свого народу. Тож не викликає подиву те, що молодь Сходу частіше, ніж молодь Західного ($H=0,001$, $p \leq 0,05$) і Північного ($H=0,005$, $p \leq 0,05$) регіонів, виказує байдужість, незацікавленість і до певної міри зневажливе ставлення до традиційної народної культури і зокрема народних пісень.

За показником *ставлення до традицій* в уявленнях молоді різних регіонів країни також виявлено значущі відмінності. Так, молодь Західного регіону більше, ніж молодь Центрального ($H=0,001$, $p \leq 0,05$) та Східного ($H=0,001$, $p \leq 0,05$) регіонів, відчуває спорідненість зі своїм народом, коли долучається до національних традицій та їх підтримання. Підґрунтям для такого позитивного

ставлення є включення етнокультурних традицій у повсякденне життя, коли народні традиції органічно вплетені в буття із самого дитинства, і переживання цього досвіду як важливого, що більшою мірою виражено у молоді Заходу, ніж у молоді Півдня ($H=0,001$, $p \leq 0,05$), Центру ($H=0,000$, $p \leq 0,01$) та Сходу ($H=0,000$, $p \leq 0,01$). На продовження цієї думки, молодь Західного регіону значуще менше, ніж молодь Східного ($H=0,000$, $p \leq 0,05$) і Північного ($H=0,005$, $p \leq 0,05$) регіонів, схильна розглядати традиції народу лише як формальне виконання обрядів (колядок, щедрівок тощо) без змісту і сенсу. Тоді як молодь Східного регіону значуще частіше, ніж молодь Центрального ($H=0,002$, $p \leq 0,05$), віддає перевагу дотриманню законів, допускаючи при цьому зневажання звичаїв, духовних традицій та культурного спадку своєї країни. З'ясувалося також, що молодь Північного регіону значуще менше, ніж молодь Західного ($H=0,000$, $p \leq 0,05$), виявляє емоційну чутливість, коли йдеться про переживання належності до своєї етнокультурної групи («Мене надзвичайно зачіпає, коли чую щось образливе чи зневажливе про свій народ»).

Отже, між молоддю різних регіонів України є певні відмінності за такими показниками, як-от: ставлення до культурних цінностей, зв'язок з українською культурою і культурними традиціями, ставлення до традицій народу, залученість до підтримання етнокультурних традицій і звичаїв, переживання належності до свого народу.

Щоб унаочнити регіональну специфіку, а точніше, регіональні особливості культурної ідентифікації учнівської та студентської молоді, ми провели факторний аналіз масивів емпіричних даних, що охоплював респондентів п'яти регіонів України.

Порівняймо відтак отримані результати за регіонами.

На основі факторного аналізу (обертання Варімакс, з нормалізацією Кайзера) масиву даних опитування щодо молоді *Центрального регіону* виділено чотири значущих фактори, які пояснюють 61,57% внеску в загальну дисперсію ознак.

За змістом шкал, які утворили перший фактор (27,44 % сумарної дисперсії), ми інтерпретували його як *емоційно-ціннісне переживання зв'язку з культурними традиціями*. До нього увійшли такі судження (у дужках наведено факторні навантаження): «Народна творчість і святково-обрядова культура близькі мені по духу» (0,792); «Я відчуваю особисту відповідальність за збереження й продовження традицій і звичаїв мого народу» (0,764); «Я відчуваю особливу єдність зі своїм народом, коли слухаю музику з елементами автентичного народного співу» (0,761); «Народні традиції з дитинства органічно вплетені в моє життя і є його важливою частиною» (0,689); «Долучаючись до підтримки національних традицій, я відчуваю спорідненість зі своїм народом» (0,665); «Серед моїх улюблених авторів чимало українських митців (письменників, поетів, музикантів тощо)» (0,664); «Я цікавлюся історією, культурою свого народу» (0,639); «Традиційні народні пісні сьогодні вже нікому не цікаві» (-0,556).

Як видно зі змісту наведених суджень, цей фактор пов'язаний загалом з емоційно-ціннісним переживанням зв'язку з культурними традиціями і залученістю до культурного життя. Ідеться про переживання близькості, спорідненості з українською культурою, що виявляється в зацікавленості українським мистецтвом як таким, історією та культурою свого народу і в поцінуванні їхніх надбань, у виразному інтересі до творчості українських авторів, митців, письменників і поетів та виникненні своєрідного «резонансу» з їхньою творчістю, світобаченням, а також в емоційного відгуку, що зачіпає чи то торкається ціннісних основ та душевних глибин людини. Тут також і елементи автентичного народного співу, інтегровані в сучасну музику, що «нагадують» слухачеві про його/її коріння і ніби пов'язують минуле і теперішнє невидимими емоційними струнами, створюючи спільне поле переживання цілісності та єднання зі «своїми» в широкому сенсі слова (наприклад, не тільки по крові, а й по духу).

На нашу думку, ефективним підґрунтям і важливою передумовою для виникнення такого емоційно-ціннісного зв'язку є повсякденне, природне

залучення дітей та молоді до культурних традицій народу. Тож наявність такого культурно-побутового середовища (сім'я, родина, садочки, школа, громада тощо), у якому святково-обрядові та інші різного роду народні звичаї і національні традиції органічно вплетені в буття людини як його вагомий і водночас природний складник, є сприятливим ґрунтом для налагодження емоційного зв'язку і переживання емоційної близькості, *спо-рід-неності зі Своїми* – своїм родом, пращурами, «кланом», громадою, народом, етносом, нацією. Важливим є й усвідомлення молоддю особистої відповідальності за збереження і підтримання звичаїв, традицій свого народу, готовність їх підтримувати тут і тепер, а також продовжувати в майбутньому. Це додає шансів щодо підсилення життєвості народних традицій, сприяє передаванню культурного спадку нащадкам, майбутнім поколінням і ніби поєднує минуле (з його культурними, національними традиціями) з теперішнім (коли цим народним звичаям є місце в житті) і майбутнім (як готовність їх продовжувати, утілювати, підтримувати). Такий тип культурної ідентифікації ми окреслили як *позитивно-прихильний*.

Другий фактор (внесок у сумарну дисперсію – 15,28%) ми інтерпретували як *модальність ставлення до свого народу*. Цей фактор об'єднує такі твердження: «Мене надзвичайно зачіпає, коли чую щось образливе чи зневажливе про свій народ» (0,833); «Я сповнена(ний) гордості за видатні досягнення свого народу в культурі, спорті, науці, техніці» (0,681); «Мені стає соромно, коли я стикаюся з недосконаlostями, «вадами» свого народу чи звинуваченнями на його адресу» (0,579); «Українська культура (література, музика, мистецтво) нічого особливо цінного не дала світові» (-0,618).

Перш ніж перейти до обговорення змісту цього фактору, нагадаємо, що культурна ідентифікація – це не тільки раціональне самовизначення (когнітивний компонент), усвідомлення молоддю тотожності зі своєю культурою, етнокультурною групою, а передусім емоційне «приєднання» (емоційний компонент), її *емоційно-ціннісна оцінка, значущість членства в ній*, зокрема й так звані «національні» почуття, які молодь поділяє. Ставлення

(позитивна чи негативна оцінка) до факту своєї належності до етнокультурної групи відображає *ціннісний компонент ідентичності*. Ця оцінка є емоційно забарвленою і виражається у формі різних почуттів – від поваги, достоїнства, любові, надії (з одного боку) і до ненависті, сорому, страху тощо (з другого). Важливо зазначити, що переважання так званих позитивних національних почуттів сприяє прагненню молоді належати до групи, відчувати себе її частиною, підсилює процеси згуртованості, солідаризації, єднання і пов'язаності між членами групи та передбачає схильність людини дотримуватися норм і правил своєї групи, реалізовувати її цілі. І навпаки, акцентування й увиразнення так званих негативних національних почуттів призводить до бажання молоді відсторонитися, дистанціюватися від групи, не бути причетним до її цінностей і норм, не належати до неї і може провокувати прагнення шукати для ідентифікації більш привабливу групу. Отже, ці почуття можуть бути свідченням глибокого емоційного зв'язку зі своїм народом або ж, навпаки, показувати, що такого зв'язку немає.

З огляду на результати нашого дослідження можемо говорити про ознаки прояву у молоді Центрального регіону *амбівалентних національних почуттів*. Це може свідчити про наявність двох протилежних *тенденцій*: 1) етнокультурної прихильності і 2) етнокультурного відчуження.

Отже, учнівська і студентська молодь Центрального регіону продемонструвала емоційну чутливість до етнокультурного контексту і змішані почуття, пов'язані з переживанням належності до свого народу. Такий тип культурної ідентифікації можна назвати *амбівалентним*.

Наступний, третій, фактор (внесок у сумарну дисперсію – 11,28 %) – *відмова від культурних звичаїв, традицій народу* – представлений такими твердженнями: «Традиції народу сьогодні – це формальне виконання якихось обрядів, ритуалів (як: колядки, щедрівки, тощо) без змісту і сенсу» (0,817); «Українцю необов'язково поважати звичаї, духовні традиції і культурний спадок країни. Головне – дотримуватися законів» (0,614); «Мені стає соромно,

коли я стикаюся з недосконалостями, «вадами» свого народу чи звинуваченнями на його адресу» (0,414).

Цей фактор об'єднав судження, які, на перший погляд, демонструють відмову від культурних звичаїв, традицій свого народу та розривання зв'язку з ними. Молодь декларує також брак належної поваги до культурних традицій і цінностей, зневагу до спадку свого народу. Такі ставлення є підґрунтям *культурного відчуження* частини молоді Центрального регіону та пояснюють причини цих процесів. Водночас можна зауважити цікавий момент: формальне виконання традицій, яке не варте поваги, ніби протиставляється законослухняності і громадянському обов'язку. Тому складається враження, що *етнокультурна ідентифікація* молоді Центрального регіону *ніби обезцінюється і протиставляється громадянській*, коли громадянські чесноти молодь визнає важливішими за національні ознаки. Такий тип культурної ідентифікації можна визначити як *відчужений, або відчужено-знецінювальний*.

До останнього, четвертого, фактору (частка в сумарній дисперсії – 7,57 %), який ми назвали *орієнтація на культурні традиції успішних країн*, увійшли міркування, що свідчать не тільки про наявність такої орієнтації, а й пояснюють її (сором за свій народ): «Нам варто орієнтуватися на культурні традиції успішних країн» (0,801); «Мені стає соромно, коли я стикаюся з недосконалостями, «вадами» свого народу чи звинуваченнями на його адресу» (0,469).

На нашу думку, цей фактор може пояснити причини непривабливості для молодих людей Центру своєї етнокультурної групи, а також причини їх культурного відчуження і вектор орієнтації молоді на культуру інших країн, які вона оцінює як успішні. Такою причиною є сором за вади свого народу, а ширше – країни, держави, коли «своє» сприймається як недосконале, погане, меншовартісне, невдале, неуспішне тощо. Такий тип культурної ідентифікації можна також визначити як *відчужений*.

Отже, якщо перший фактор окреслює загальні позитивні характеристики культурної ідентифікації молоді Центрального регіону, то другий свідчить про

наявність двох протилежних тенденцій – етнокультурної прихильності молоді і її культурного відчуження, тоді як останні два фактори пояснюють причини культурного відчуження.

Розгляньмо тепер результати опитування респондентів *Східного* регіону. На основі факторного аналізу отриманих результатів виділено три значущі фактори, які пояснюють 55,39% внеску в загальну дисперсію ознак.

За змістом шкал, які утворили перший, найбільш значущий, фактор (29,04 % сумарної дисперсії), ми інтерпретували його як *емоційно-ціннісне переживання зв'язку з культурними традиціями*. До нього увійшли такі судження: «Народна творчість і святково-обрядова культура близькі мені по духу» (0,810); «Я відчуваю особливу єдність зі своїм народом, коли слухаю музику з елементами автентичного народного співу» (0,760); «Я відчуваю особисту відповідальність за збереження й продовження традицій і звичаїв мого народу» (0,749); «Долучаючись до підтримки національних традицій, я відчуваю спорідненість зі своїм народом» (0,708); «Народні традиції з дитинства органічно вплетені в моє життя і є його важливою частиною» (0,694); «Я цікавлюся історією, культурою свого народу» (0,682); «Серед моїх улюблених авторів чимало українських митців (письменників, поетів, музикантів тощо)» (0,603); «Традиційні народні пісні сьогодні вже ні для кого не цікаві» (-0,510).

Цей фактор увиразнює наявність позитивно забарвленого емоційно-ціннісного переживання молоддю сходу України зв'язку з культурними традиціями свого народу. Аналіз змісту тверджень цього фактору дає підстави припустити, що важливою умовою, яка сприяє встановленню, підтриманню такого зв'язку, є наявність сприятливого етнокультурного середовища, а механізмом – природне залучення підростаючого покоління (з раннього дитинства) до культурного життя народу.

Цікаво відмітити, що, дещо несподівано для нас, змістове наповнення цього фактору виявилось ідентичним тому, що проявилось в першому факторі, який презентує особливості культурної ідентифікації учнівської і студентської

молоді Центрального регіону. Такий тип *культурної ідентифікації* ми визначили як *позитивно-прихильний*.

Другий фактор (14,76 % дисперсії) ми інтерпретували як *знецінення надбань і традицій української культури*. Його наповнюють такі твердження: «Українська культура (література, музика, мистецтво) нічого особливо цінного не дала світові» (0,698); «Українцю необов'язково поважати звичаї, духовні традиції і культурний спадок країни. Головне – дотримуватися законів» (0,539); «Нам варто орієнтуватися на культурні традиції успішних країн» (0,589); «Традиції народу сьогодні – це формальне виконання якихось обрядів, ритуалів (як-от: колядки, щедрівки тощо) без змісту і сенсу» (0,596).

Твердження, що репрезентують зміст цього фактору, окреслюють негативні настановлення щодо українських (народних) традицій. На нашу думку, тут увиразнюються *перешкоди* і бар'єри, що значно утруднюють, ускладнюють, гальмують, а то й унеможливають процеси формування позитивної культурної ідентичності молоді. Зокрема, ідеться про таке: 1) загальнозневажливе ставлення до надбань української культури, духовних традицій і звичаїв українського народу та їх знецінення, 2) сприйняття традицій свого народу як беззмістовного, позбавленого сенсів, формального, механічного відтворення певних дій і ритуалів, 3) невизнання (нерозуміння, небачення) культурного спадку своєї країни та неповагу до нього і, як наслідок, прагнення орієнтуватися на традиції тих країн, які молодь оцінює як успішні.

Маємо зауважити, що населення України дуже довго перебувало під впливом імперських наративів, спочатку – СРСР, а потім – Росії, які звеличували і прославляли російську культуру та її представників, насаджуючи водночас ідеї щодо її величчя, могутності, еталонності, переваг, тоді як українську культуру принижували, знищували, оцінювали як меншовартісну, другорядну, «селянську» тощо. Тож, на нашу думку, відголоски політики культурної експансії Росії і досі даються взнаки, позначаючись на культурній ідентифікації певної частини українців, особливо в регіонах, які традиційно були під більшим впливом Росії, до яких, зокрема, належав і Східний регіон.

Такого роду ціннісно-оцінні ставлення можуть свідчити також про непривабливість своєї етнокультурної групи та викликати бажання відсторонитися, дистанціюватися від неї, а також породжувати процеси етнокультурного відчуження. Отже, цей тип *культурної ідентифікації* можна визначити як *відчужений* (що базується на переживанні меншовартості, знеціненні «свого»), або *відчужено-знецінювальний*.

Наступний, третій, фактор (внесок у сумарну дисперсію – 11,6 %) дістав назву *модальність ставлення до свого народу*. Він поєднав такі висловлювання: «Мені стає соромно, коли я стикаюся з недосконалостями, «вадами» свого народу чи звинуваченнями на його адресу» (0,729); «Мене надзвичайно зачіпає, коли чую щось образливе чи зневажливе щодо свого народу» (0,660); «Я сповнена(ний) гордості за видатні досягнення свого народу в культурі, спорті, науці, техніці» (0,597).

Аналіз змісту суджень цього фактору свідчить про наявність у студентської й учнівської молоді Східного регіону *амбівалентних національних почуттів*. Як відомо, модальність ставлення (переважання позитивно або негативно заряджених національних почуттів) визначає ступінь прихильності до свого народу, прагнення приєднання або, навпаки, відмежування, емоційне прийняття або ж неприйняття своєї етнокультурної групи.

Привертає до себе увагу і той факт, що перше місце серед цих переживань у молоді Східного регіону посіло почуття сорому за свій народ. Нагадаємо, що сором і гордість є надзвичайно важливими емоціями для соціальної взаємодії, оскільки вони великою мірою позначаються на процесі ідентифікації, задаючи її вектор: відчуження (у разі переважання сорому) або приєднання (у разі переважання почуття гордості). Тож сором є показником і водночас причиною відчуження від своєї етнокультурної групи. Переважання серед емоційних переживань молоді Сходу сорому за свій народ може свідчити про те, що свою етнокультурну групу вона оцінює як якусь «не таку», що має вади, неправильну, недолугу, принижену, нецінну, недостатню, не варту поваги, зневажену тощо. А отже, переважання сорому щодо своєї

етнокультурної групи може свідчити про її непривабливість для респондентів. Сором у такому контексті провокує прагнення відгородитися, відмежуватися від своєї соціальної групи, а тому *призводить до культурного відчуження* (і водночас *пояснює його причини*).

Отже, характерною рисою молоді Східного регіону є наявність у неї амбівалентних національних почуттів. Молодь демонструє, з одного боку, наявність та інтенсивність «негативно» забарвлених переживань, пов'язаних з відчуттям належності до свого народу, нації, як-от сором, ніяковість, а також вразливість щодо образливого чи зневажливого контексту, що підсилюють сором за свій народ. А з іншого боку, проявляються, хоч і з меншим навантаженням, позитивно заряджені переживання, що стосуються гордості за досягнення свого народу в різних галузях науки, культури і спорту. Тож можемо констатувати, що ставлення молоді (позитивна або негативна оцінка) до факту своєї належності до групи, яке відображає емоційно-ціннісний компонент ідентичності, не є на сьогодні однозначним, а радше суперечливим й амбівалентним. Тому такий тип *культурної ідентифікації* ми й назвали *амбівалентним* (що може бути нестійким і змінюватися залежно від наявних умов, впливів).

Ще одна факторна модель, що також охоплює три значущі фактори, побудована за результатами опрацювання масиву даних психосемантичного опитування учнівської і студентської молоді *Західного регіону* (51,2 % внеску в загальну дисперсію ознак).

Перший, найбільш інформативний, фактор (26,05 % сумарної дисперсії) ми інтерпретували (як і в попередніх двох регіонах) як *емоційно-ціннісне переживання зв'язку з культурними традиціями*. До нього увійшли такі твердження: «Народна творчість і святково-обрядова культура близькі мені по духу» (0,821); «Долучаючись до підтримки національних традицій, я відчуваю спорідненість зі своїм народом» (0,758); «Я відчуваю особисту відповідальність за збереження й продовження традицій і звичаїв мого народу» (0,744); «Я відчуваю особливу єдність зі своїм народом, коли слухаю музику з елементами

автентичного народного співу» (0,731); «Серед моїх улюблених авторів чимало українських митців (письменників, поетів, музикантів тощо)» (0,646); «Я цікавлюся історією, культурою свого народу» (0,643); «Народні традиції з дитинства органічно вплетені в моє життя і є його важливою частиною» (0,597).

Аналіз відповідей респондентів показав, що молодь Західного регіону (як, до речі, Центрального і Східного) доволі однотайна в переживанні емоційної близькості, єдності і спорідненості з українською культурою і творчістю та впевнено акцентує на необхідності підтримання й продовження національних традицій, виявляє готовність і визнає особисту відповідальність за це. Аналіз висловлювань свідчить про наявність емоційно-ціннісного переживання зв'язку молоді Західного регіону з культурними традиціями народу. Такий тип *культурної ідентифікації* ми визначили як *позитивно-прихильний*.

За змістом шкал, які утворили другий фактор (14,47 % сумарної дисперсії), він дістав назву *знецінення власних культурних традицій*. Його репрезентують такі твердження: «Українцю необов'язково поважати звичаї, духовні традиції і культурний спадок країни. Головне – дотримуватися законів» (0,756); «Українська культура (література, музика, мистецтво) нічого особливо цінного не дала світові» (0,585); «Традиційні народні пісні сьогодні вже нікому не цікаві» (0,568); «Нам варто орієнтуватися на культурні традиції успішних країн» (0,453).

Судження, що увійшли до цього фактору, описують негативні настановлення щодо українських (народних) традицій. На нашу думку, тут виразаються *перешкоди* і бар'єри, що ніби розмивають межі, значно утруднюють утворення позитивної культурної ідентичності частини молоді (студентської і учнівської) Західного регіону. Складається також враження, що унікальність української культури (її спадок, звичаї і традиції, здобутки) молодь ніби нівелює, применшує, «затирає», а натомість надає більшого значення успішності, законності як громадянській чесноті (що відповідає цінностям більшості країн Європейської спільноти). Такі емоційно-оцінні ставлення молоді Західного регіону можуть свідчити, на нашу думку, про

непривабливість своєї етнокультурної групи, натякати на бажання молоді інтегруватися в європейське культурне середовище. Такий тип культурної ідентифікації можна означити як *відчужений*, або *відчужено-проєвропейський* (що ґрунтується на орієнтації молоді на проєвропейські чесноти, цінності),

До третього фактору (частка в сумарній дисперсії – 10,7 %), навпаки, увійшли твердження, які відображають позитивні настановлення студентської і учнівської молоді Заходу країни щодо української культури та свідчать про емоційну, ціннісну значущість належності до свого народу, пояснюють привабливість етнокультурної групи. Народ як етнокультурна група оцінюється і сприймається як «Своя». А досягнення в науці, техніці, культурі і спорті визнаються і присвоюються. Визнаються як щось видатне, варте уваги і поваги, пошанування і пишання, як таке, що викликає гордість. Іншими словами, ідеться про *емоційне приєднання до своєї етнокультурної групи*. Зрозуміло, що це є чинником, який сприяє культурній ідентифікації студентської та учнівської молоді цього регіону України. Означений фактор дістав назву *переживання гордості за культурні здобутки*. Такий тип культурної ідентифікації ми назвали *емоційно-приєднаний* (включений). А судження, що становлять зміст цього фактору, такі: «Мене надзвичайно зачіпає, коли чую щось образливе чи зневажливе про свій народ» (0,846) і «Я сповнена(ний) гордості за видатні досягнення свого народу в культурі, спорті, науці, техніці» (0,753).

Розгляньмо відтак результати опрацювання масиву даних, отриманих під час психосемантичного опитування респондентів *Північного* регіону. За допомогою факторного аналізу (метод головних компонент з подальшим обертанням факторного простору Varimax, з нормалізацією Кайзера) виокремлено чотири значущих фактори, які пояснюють 70,04% внеску в загальну дисперсію ознак.

За змістом шкал, які утворили перший, найбільш навантажений, фактор (25,6 % сумарної дисперсії), ми інтерпретували його як *залучення до культурних традицій народу*. Його наповнюють такі судження: «Народні традиції з дитинства органічно вплетені в моє життя і є його важливою

частиною» (0,824); «Я цікавлюся історією, культурою свого народу» (0,797); «Нам варто орієнтуватися на культурні традиції успішних країн» (0,764); «Я відчуваю особисту відповідальність за збереження і продовження традицій і звичаїв мого народу» (0,738); «Долучаючись до підтримки національних традицій, я відчуваю спорідненість зі своїм народом» (0,698); «Народна творчість і святково-обрядова культура близькі мені по духу» (0,672); «Я відчуваю особливу єдність зі своїм народом, коли слухаю музику з елементами автентичного народного співу» (0,538).

Аналіз висловлювань респондентів, що становлять зміст цього фактору, дає змогу побачити, що для молоді *Північного* регіону визначальним у процесі культурної ідентифікації є *поведінковий, дієвий аспект*, коли переживання зв'язку з власною культурою, емоційної спорідненості зі своїм народом є результатом утілення, реалізації дій. Іншими словами, відбувається завдяки залученню до культурних традицій народу, вияву інтересу до історії та культури свого народу, усвідомленню особистої відповідальності та бажанню підтримувати й продовжувати звичаї і традиції свого народу; готовності збагачувати культурні надбання свого народу, привносити кращі традиції успішних країн, не заперечуючи власні. Саме прилучення до такого досвіду посилює здатність відчувати емоційний зв'язок, єдність, близькість зі своїм народом. Такий тип культурної ідентифікації також можна означити як *залучено-прихильний*.

Другий, також інформативний, фактор, який виявився двополюсним (23,7 % дисперсії ознак), ми проінтерпретували як *визнання української культури як цінності і частини життя*. Судження, що увійшли до цього фактору, дають змогу зрозуміти, що саме сприяє утворенню та безперешкодному, сприятливому, продуктивному перебігу процесу культурної ідентифікації молоді. А саме: «Серед моїх улюблених авторів чимало українських митців (письменників, поетів, музикантів тощо)» (0,826); «Я сповнена(ний) гордості за видатні досягнення свого народу в культурі, спорті, науці, техніці» (0,701); «Я відчуваю особливу єдність зі своїм народом, коли

слухаю музику з елементами автентичного народного співу» (0,614); «Традиційні народні пісні сьогодні вже нікому не цікаві» (-0,732); «Українська культура (література, музика, мистецтво) нічого особливо цінного не дала світові» (-0,642).

Ідеться про «природну» представленість, наявність у бутті сучасної молоді Північного регіону України елементів українського культурного життя і творчості, коли надбання української культури вплетено в повсякденне життя (про них знають, ними цікавляться, їх визнають, приймають та інтегрують; помічають та пишаються ними). Іншими словами, українська культура визнається як цінність і частина життя. Такий тип культурної ідентифікації ми назвали *солідарно-належнісним*.

Наступний, третій, фактор (внесок у сумарну дисперсію – 11,86 %) дістав назву *зневажання культурних традицій*. Він представлений такими висловлюваннями: «Традиції народу сьогодні – це формальне виконання якихось обрядів, ритуалів (як-от: колядки, щедрівки тощо) без змісту і сенсу» (0,921), «Українцю необов'язково поважати звичаї, духовні традиції і культурний спадок країни. Головне – дотримуватися законів» (0,568); «Українська культура (література, музика, мистецтво) нічого особливо цінного не дала світові» (0,528).

Аналіз змісту суджень, що увійшли до цього фактору, засвідчив і наявність негативних настановлень щодо української культури, традицій і звичаїв народу, які впливають на культурну ідентифікацію молоді. Зокрема, ідеться про зневажання культурних традицій і знецінення української культури як такої (детальніше – можна подивитись опис схожих факторів в інших регіонах). Такий тип культурної ідентифікації молоді можна визначити як *відчужений* (що ґрунтується на знеціненні, зневажанні «свого»), або *відчужено-зневажальний*.

За змістом шкал, які утворили четвертий фактор (8,85% дисперсії), він дістав назву *ставлення до свого народу*. До нього увійшло таке твердження: «Мене надзвичайно зачіпає, коли чую щось образливе чи зневажливе про свій

народ» (0,702).

Наявність такого судження свідчить про небайдужість до оцінок свого народу, співпереживання й емпатію до нього, а також вразливість та емоційну чутливість до етнокультурного контексту. Таке міркування також може свідчити про значущість належності і бажання підтримувати позитивну етнокультурну ідентичність. Такий тип культурної ідентифікації можна означити, на нашу думку, як *емоційно-вразливий (чутливий)*.

Звернімося насамкінець до результатів факторного аналізу (метод головних компонент з подальшим обертанням факторного простору Varimax, з нормалізацією Кайзера), проведеного на масиві даних психосемантичного опитування учнівської та студентської молоді *Південного* регіону країни. Виокремлено чотири значущих фактори, які пояснюють 70,9% внеску в загальну дисперсію ознак.

Перший, найбільш значущий, фактор (внесок у сумарну дисперсію – 25,8%), ми назвали *інтерес та підтримка української культури*. Його репрезентують такі твердження: «Я цікавлюся історією, культурою свого народу» (0,797); «Серед моїх улюблених авторів чимало українських митців (письменників, поетів, музикантів тощо)» (0,791); «Народна творчість і святково-обрядова культура близькі мені по духу» (0,786); «Долучаючись до підтримки національних традицій, я відчуваю спорідненість зі своїм народом» (0,732); «Я відчуваю особливу єдність зі своїм народом, коли слухаю музику з елементами автентичного народного співу» (0,687); «Народні традиції з дитинства органічно вплетені в моє життя і є його важливою частиною» (0,549); «Я відчуваю особисту відповідальність за збереження й продовження традицій і звичаїв мого народу» (0,533).

Ідеться про те, що для молоді *Південного* регіону саме інтерес до історії та культури свого народу є визначальним у процесі культурної ідентифікації і цілком природно викликає інтерес до доробку українських митців у різних галузях, веде до пошанування, поцінування їхньої творчості, уподобань, а також до інтеграції, включення цього культурного досвіду у своє життя як його

важливої частини. Прикметно також, що зміст уявлень, представлений у цьому факторі, дуже схожий із тим, який було визначено щодо уявлень молоді Північного регіону. Такий тип культурної ідентифікації молоді дістав назву *залучено-прихильний*.

Другим виявився двополюсний фактор, що містить судження, які стосуються *переживання гордості та визнання цінності культурних здобутків* (внесок у сумарну дисперсію – 21,1 %): «Я сповнена(ний) гордості за видатні досягнення свого народу в культурі, спорті, науці, техніці» (0,726); «Мене надзвичайно зачіпає, коли чую щось образливе чи зневажливе про свій народ» (0,685); «Українська культура (література, музика, мистецтво) нічого особливо цінного не дала світові» (-0,843); «Традиційні народні пісні сьогодні вже нікому не цікаві» (-0,754); «Традиції народу сьогодні – це формальне виконання якихось обрядів, ритуалів (як-от: колядки, щедрівки тощо) без змісту і сенсу» (-0,478).

У цьому факторі представлено судження, що утворюють два протилежні полюси, які описують різні варіанти ставлень до української культури і традицій народу. Проте об'єднує їх, по суті, цінування молоддю регіону традицій народу й української культури та шанування їх, переживання гордості за здобутки свого народу в різних сферах життя, пишання цими здобутками. Такого типу ставлення можуть свідчити про бажання учнівської і студентської молоді Півдня належати до своєї етнокультурної групи. Такий тип культурної ідентифікації ми назвали *солідарно-належнісний*.

До наступного, третього, фактору (внесок у сумарну дисперсію – 12,8 %) увійшли судження, які репрезентують переживання *меншовартості як традиції*. А саме: «Мені стає соромно, коли я стикаюся з недосконаlostями, «вадами» свого народу чи звинуваченнями на його адресу» (0,832); «Народні традиції з дитинства органічно вплетені в моє життя і є його важливою частиною» (0,571); «Я відчуваю особисту відповідальність за збереження й продовження традицій і звичаїв мого народу» (0,479); «Українцю необов'язково

поважати звичаї, духовні традиції і культурний спадок країни. Головне – дотримуватися законів» (-0,665).

Міркування, що репрезентують цей фактор, на перший погляд видаються дивними, нелогічними і до певної міри суперечливими. Адже спочатку акцентується, унаочнюється наявність почуття сорому за недосконалості, якісь можливі недолугості чи то вади «своїх», свого народу. Після цього йдеться про традиції як частину життя. Водночас, на нашу думку, у поєднанні із судженнями, що описують включення традицій із самого дитинства в повсякденне життя та особисту відповідальність за продовження традицій, а також за констатації необхідності поважати духовні традиції народу складається стійке враження про наявність у молоді цього регіону відчуття меншовартості як частини її ментальності, як традиції, що органічно супроводжує (можливо, несвідомо) молоду людину із самого раннього дитинства та передається від покоління до покоління. Такий тип культурної ідентифікації молоді ми означили як *меншовартісний*.

І останній, четвертий, фактор (11,2 % дисперсії) об'єднав судження, які описують *орієнтацію на інші культурні традиції* та пояснюють її причини. Він є логічним продовженням теми меншовартості, проявленої в наповненні попереднього фактору, про «погане» своє, яке молодь знецінює, не поважає, не цінує, і «успішне» – в інших. Так, до цього фактору увійшли такі твердження: «Нам варто орієнтуватися на культурні традиції успішних країн» (0,879); «Традиції народу сьогодні – це формальне виконання якихось обрядів, ритуалів (як-от: колядки, щедрівки тощо) без змісту і сенсу» (0,642).

Отже, ідеться про орієнтацію на інші культурні традиції поряд із знеціненням власних. Такий тип культурної ідентифікації ми назвали *відчужено-знецінювальний*.

Порівняння відтворених емпіричних моделей (табл. 3.1), побудованих на основі регіональних масивів даних, дає змогу виявити регіональні особливості культурної ідентифікації учнівської та студентської молоді.

Емпіричні моделі культурної ідентифікації молоді в регіонах України
(за результатами факторного аналізу)

<u>Загальний масив</u> Сумарна дисперсія 54,5%	<u>Центр</u> Сумарна дисперсія 61,57%	<u>Схід</u> Сумарна дисперсія 55,4%	<u>Захід</u> Сумарна дисперсія 51,2%	<u>Північ</u> Сумарна дисперсія 70,04%	<u>Південь</u> Сумарна дисперсія 70,9%
Ф 1. Емоційно-ціннісне переживання зв'язку з культурними традиціями (Внесок у сумарну дисперсію – 36,7%)	Ф1. Емоційно-ціннісне переживання зв'язку з культурними традиціями (Внесок у сумарну дисперсію – 27,44%)	Ф 1. Емоційно-ціннісне переживання зв'язку з культурними традиціями (Внесок у сумарну дисперсію – 29,04%)	Ф 1. Емоційно-ціннісне переживання зв'язку з культурними традиціями (Внесок у сумарну дисперсію – 26,05%)	Ф 1. Залучення до культурних традицій народу (Внесок у сумарну дисперсію – 25,6%)	Ф 1. Інтерес до української культури та її підтримання (Внесок у сумарну дисперсію – 25,8%)
Ф 2. Знецінення надбань і традицій української культури (10%)	Ф 2. Модальність ставлення до свого народу (15,28%)	Ф 2. Знецінення надбань і традицій української культури (14,76%)	Ф 2. Знецінення власних культурних традицій (14,47%)	Ф 2. Визнання української культури як цінності і частини життя (23,7%)	Ф 2. Переживання гордості та визнання цінності культурних здобутків (21,1%)
Ф 3. Модальність ставлення до свого народу (7,8%)	Ф 3. Відмова від культурних звичаїв, традицій народу (11,28%)	Ф 3. Модальність ставлення до свого народу (11,6%)	Ф 3. Переживання гордості за культурні здобутки (10,7%)	Ф 3. Зневажання культурних традицій (11,86%)	Ф 3. Меншовартість як традиція (12,8%)
-	Ф 4. Орієнтація на культурні традиції успішних країн через сором за вади «своїх» (7,57% внеску)	-	-	Ф 4. Ставлення до свого народу (8,85%)	Ф 4. Орієнтація на культурні традиції успішних країн через знецінення власних (11,2%)

Як бачимо, перший фактор описує позитивні аспекти культурної ідентифікації молоді (залучення до культурного життя, емоційна спорідненість, єдність та особиста відповідальність за збереження і продовження традицій

свого народу), тоді як решта – увиразнюють фактори, що сприяють (гордість за культурні здобутки та визнання їхньої цінності; визнання української культури як цінності і частини життя) чи перешкоджають їй (відмова від культурних звичаїв, традицій народу; зневажання культурних традицій; знецінення надбань культури та власних культурних традицій; меншовартість як традиція; орієнтація на культурні традиції успішних країн; амбівалентні національні почуття).

Отже, культуру можна розглядати як контекст, що є основою для розвитку ідентичності та наповнення її змістом. Культурна ідентифікація – це процес самоототожнення особистості з певною культурою, що передбачає раціональне усвідомлення своєї причетності до етнокультурної групи та емоційно-ціннісне переживання належності до неї.

Встановлено відмінності між молоддю різних регіонів України за такими показниками: ставлення до культурних цінностей, зв'язок з культурними традиціями, ставлення до традицій культури, залучення до етнокультурних традицій і звичаїв, переживання належності до свого народу.

За результатами факторного аналізу отриманих емпіричних даних виокремлено основні чинники, які визначають регіональні особливості культурної ідентифікації учнівської та студентської молоді: 1) зв'язок з українською (народною) культурою; 2) цінування – знецінення надбань і традицій власної культури; 3) модальність ставлення до свого народу.

Виявлено, що для молоді Центрального, Східного та Західного регіонів визначальним є емоційно-ціннісний аспект переживання зв'язку з культурними традиціями, тоді як для молоді Північного і Південного – поведінковий, який реалізується шляхом залучення до культурних традицій, виявлення інтересу до української культури та її підтримання. Перший фактор описує загальні позитивні характеристики культурної ідентифікації молоді, решта факторів розкривають аспекти, що сприяють чи перешкоджають їй.

Позитивні аспекти культурної ідентифікації української молоді мають такі вияви: залучення до культурного життя; переживання емоційної спорідненості, єдності зі своїм народом; особиста відповідальність за збереження і продовження традицій свого народу.

З'ясовано, що чинниками, які сприяють культурній ідентифікації молоді країни, є: переживання гордості за культурні здобутки свого народу та усвідомлення їхньої цінності; визнання української культури як цінності і частини свого життя.

Виокремлено чинники, що утруднюють культурну ідентифікацію молодих людей або перешкоджають їй. До таких чинників віднесено: відмову від культурних звичаїв, традицій народу; зневажання культурних традицій; знецінення надбань культури та власних культурних традицій; меншовартість як традицію; орієнтацію на культурні традиції успішних країн з відмовою від своїх; амбівалентні національні почуття.

Виявлено, що емоційно-ціннісне переживання зв'язку з культурними традиціями є визначальним чинником і одним з найбільш інформативних компонентів у структурі семантичного простору культурної ідентифікації учнівської та студентської молоді різних регіонів як загалом, так і окремо за регіонами.

Визначено типи культурної ідентифікації молоді різних регіонів України: у *Центральному* – позитивно-прихильний, амбівалентний, відчужено-знецінювальний, відчужений; у *Східному* – позитивно-прихильний, відчужено-знецінювальний, амбівалентний; у *Західному* – позитивно-прихильний, відчужено-проєвропейський, емоційно-приєднаний (включений); у *Північному* – залучено-прихильний, солідарно-належнісний, відчужено-зневажальний, емоційно-вразливий (чутливий); у *Південному* – залучено-прихильний, солідарно-належнісний, меншовартісний, відчужено-знецінювальний.

Список використаних джерел

1. Скнар О. М. До питання про культурну ідентичність сучасної молоді України: постановка проблеми. *Проблеми розвитку ідентичності особистості в освітньому просторі* : матеріали круглого столу 20 жовтня 2022 року : збірник матеріалів / ред. А. Б. Коваленко, І. В. Остапенко. Київ : Міленіум, ВЦ «Просвіта», 2022. 78 с. <https://lib.iitta.gov.ua/id/eprint/733041>
2. Скнар О. М. Регіональні особливості культурної ідентифікації української молоді в контексті державної освітньої політики: проблематизація та базові поняття. *Проблеми розвитку ідентичності особистості в освітньому просторі* : матеріали 2-го круглого столу : збірник матеріалів, м. Київ, 19 жовт. 2023 р. / ред. А. Б. Коваленко, І. В. Остапенко. Київ : Міленіум, 2023. С. 105–116.
3. Гібернау М. Ідентичність націй : [пер. з англ.]. Київ : Темпора, 2012. 304 с.
4. Phinney J. S. Ethnic identity in adolescents and adults: Review of research. *Psychological Bulletin*. 1990. Vol. 108. P. 499–514.
5. Гнатенко П., Павленко В. Ідентичність: філософський та психологічний аналіз. Київ, 1999. 466 с.
6. Горностай П. Історико-культурна картина світу та історична травма українців. *Проблеми політичної психології*. 2024. Вип. 15 (29). С. 7–29. <https://politpsy.org/index.php/popp/article/view/157>
7. Young I. M. *Justice and the Politics of Difference*. Princeton : Princeton University Press, 1990. 304 p.
8. Слюсаревський М. М. Соціально-психологічний стан українського суспільства в умовах повномасштабного російського вторгнення: нагальні відповіді і виклики. Науково-аналітична доповідь. 2022. <https://ispp.org.ua/wp-content/uploads/.pdf>
9. Erikson E. *Identity, youth and crisis*. New York : W.W. Norton Company, 1968. 338 p.
10. Бойко В. А. Тенденції у змінах структури соціальних ідентичностей у ситуації нестабільності. *Соціальні технології: актуальні проблеми теорії та практики*. 2010. № 45, С. 147–154.
11. Скнар О. М. До створення інструментарію вивчення культурної ідентифікації молоді різних регіонів України. *Психологія та соціальна робота*. 2023. №2 (58). С. 42–50. <https://doi.org/10.32782/2707-0409.2023.2.5>
12. Татенко В. О. Соціальна психологія націєтворення: суб'єктно-вчинковий підхід : монографія / В. О. Татенко ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – 2-ге вид., переробл. і допов. Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2021. 142 с.

Розділ 4

ЕКОНОМІЧНІ ОРІЄНТАЦІЇ МОЛОДІ: СЕМАНТИЧНА СТРУКТУРА І РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

Актуальність вивчення економічних орієнтацій молоді та їхніх регіональних аспектів визначається необхідністю розширення уявлень про структуру економічної ідентичності, роль соціокультурних чинників її конструювання та економічну поведінку підростаючого покоління з метою підвищення рівня адаптації молодих людей до змін економічних та соціальних умов їхньої життєдіяльності.

Трансформаційні процеси в економіці та економічних відносинах сучасного суспільства, зумовлені, зокрема, так званою четвертою промисловою революцією (або, як стверджують її критики та опоненти, суто процесом поглиблення цифровізації), торкаються не тільки технологічного укладу та розподілу праці, а й політичної і соціальної сфер життя людей, освіти, способів пізнання світу навколо та взаємин між людьми, а отже, і їхньої ідентичності. Запровадження кіберфізичних систем у виробництво та обслуговування потреб людини поглиблює індивідуалізацію суспільства через зростання кастомізації товарів і послуг, зокрема й освітніх послуг, а також можливість створення індивідуального «продовження» та способу сприйняття світу завдяки засобам віртуальної реальності, що позначається на ідентичності суб'єкта і процесі її конструювання. У такій ситуації актуалізується проблема дослідження соціально-психологічних аспектів ідентифікації особистості і групи. Особливої актуальності набувають дослідження економічної ідентичності як самостійної психологічної проблеми.

Економічна ідентичність має низку суттєвих ознак, які дають підстави розглядати її як один з видів ідентичності, що відрізняється своїм специфічним змістом, особливостями прояву та процесу конструювання. Економічна ідентичність як психологічний феномен детермінована ставленнями особистості до себе як суб'єкта економічної діяльності, що, крім споживання і прибутку, охоплює сфери навчання, вибору професії, кар'єри, місця проживання тощо. Економічні преференції мають соціальне і культурне значення, а тому соціальна ідентичність і її регіональні особливості зокрема є важливим мотиваційним чинником прийняття економічних рішень.

4.1. Концептуальні підходи до дослідження економічної ідентичності

Дослідження економічної поведінки різних соціальних груп засвідчили, що вона визначається не лише вимогами та умовами актуальної соціально-економічної ситуації [1]. Традиційні пояснення економічного вибору в категоріях адаптивності/неадаптивності, схильності/несхильності до стереотипів, високої/низької мобільності, готовності/неготовності до чинної системи економічних стосунків не розкривають основні пояснювальні соціально-психологічні чинники та механізми економічної поведінки суб'єкта. Зрозуміти економічну поведінку особистості або групи, а особливо ту, що суперечить їхньому економічному інтересу (тут ідеться про економічну вигоду), можна лише тоді, коли ми візьмемо до уваги їхні орієнтації як суб'єктів життєдіяльності загалом, оскільки в ситуаціях економічного вибору, як і в інших життєвих ситуаціях, суб'єкт керується не миттєвими економічними інтересами, а захищає свої життєві смисли, цінності та ідеали, принципи і норми, найбільш значущі для нього або для його групи [2; 3]. Іншими словами, саме ідентичність суб'єкта визначає його економічну поведінку.

Концептуальні основи такого підходу до вивчення економічної ідентичності пов'язані з дослідженнями Дж. Акерлофа і Р. Кретон, які вперше запропонували теорію і конструкт *економіки ідентичності* (identity economics) [2]. Основною ідеєю економіки ідентичності стала теза про те, що економічна поведінка людини прямо корелює з її ідентичністю. Автори теорії стверджують, що люди роблять економічний вибір не лише у відповідь на зовнішні економічні стимули, а й під впливом власної ідентичності: ухвалюючи економічне рішення, суб'єкт уникає дій, які суперечать його уявленням про себе. Теорія також пропонує новий погляд на такі економічні проблеми, як-от: гендерна дискримінація на ринку праці, розподіл праці в домашньому господарстві, економіка соціального відчуження та бідності, вибір професії, кар'єри тощо [2-4].

Згідно з цією теорією людина у своєму економічному виборі керується не стільки власними уподобаннями, скільки уявленнями про дії, які мають для неї соціальне і культурне значення, – про те, що і як потрібно робити. Це стосується всіх видів вибору, який ми робимо. У контексті розподілу праці, наприклад, це можна проілюструвати опозицією таких аргументів: «я хочу залишатися вдома і доглядати за своїми дітьми» і «я хочу повернутися до роботи після своєї декретної відпустки». Вибір залежить від виховання, яке отримала жінка, сімейного і/або більш широкого соціального контексту, у якому сформувалися її уявлення про те, що доречно або недоречно робити [4]. Оскільки ставлення до проблеми є соціально зумовленими, вони можуть змінюватися з часом.

Теорію економіки ідентичності може бути застосовано до освіти. Якщо учні ідентифікують себе зі своїм навчальним закладом, вони працюватимуть більш наполегливо і виявлятимуть бажання й далі в ньому навчатися. Учителі також більшою мірою налаштовані на те, щоб допомогти учням повніше розвинути їхні здібності, якщо відчувають зв'язок зі своєю школою, її колективом, успіхами, історією. Отже, консолідація ідентичності і відповідна освітня політика, спрямована на вибудовування стратегії, згідно з якою вчителі

та учні працюватимуть для досягнення спільної мети, можуть і мають, урешті-решт, слугувати кращим результатам навчання [5; 6].

Ідентичність може справляти як позитивний, так і негативний вплив на економічні рішення людей, оскільки обмеження, пов'язані з ідентичністю, впливають на їхній економічний добробут. Усі люди існують у певній соціальній структурі, яка визначається їхньою взаємодією в сім'ї, з друзями, сусідами, їхньою етнічною, релігійною, расовою і класовою належністю, соціально-економічними умовами існування. Практики соціальної взаємодії впливають на конструкцію ідентичності і мають важливе, якщо не вирішальне значення в процесі ухвалення економічних рішень, який залежить не так від самих можливостей, як від того, які уявлення про свої можливості має сама людина. Соціальні перешкоди, з якими люди стикаються протягом життя, також формують їхнє ставлення до себе і, як наслідок, рішення, які вони ухвалюють [1; 4].

Те, як суб'єкт ідентифікує себе, впливає на його успішність у школі, вибір професії, місце проживання і те, що він купує. Усе починається з ідентичності. Економіка ідентичності, як стверджують її розробники, не просто допомагає нам краще усвідомлювати власні економічні рішення, а й може допомогти краще осмислити, що можна зробити, щоб поліпшити компанію, школу, освіту і навіть економіку загалом [5; 6].

Поряд з таким широким міждисциплінарним трактуванням сутності і сфер виявлення економічної ідентичності, представленим теорією економіки ідентичності, є й інші погляди на економічну ідентичність. Деякі дослідники розглядають економічну ідентичність крізь призму сприйняття особистістю підприємницької діяльності [7] або як суто психологічний конструкт, який є відображеннями результату визначення людиною свого майнового стану в суспільстві [8; 9]. Економічну ідентичність трактують як самовизначення особистості в системі економічних відносин і насамперед відносин власності. Механізмом економічної ідентичності, згідно з такими підходами, є соціальна категоризація в системі уявлень суб'єкта про багатство і бідність [10].

Усвідомлення людиною свого ставлення до власності як психологічна основа конструювання її економічної ідентичності є процесом осмислення суб'єктом не лише факту володіння певними об'єктами власності, а й персонального запиту, власних можливостей і вольових якостей щодо його реалізації.

Представники таких поглядів на економічну ідентичність вважають, що цей конструкт за своєю природою відмінний від інших видів ідентичності, передусім за особливостями свого спричинення. Він ґрунтується на соціокультурних уявленнях соціуму про багатство і бідність, закріплених у буденній свідомості, і тісно пов'язаний з проявами почуття соціальної справедливості [10].

Віддаючи перевагу більш широкому міждисциплінарному підходу до трактування феномену економічної ідентичності, спробуємо поглибити концептуалізацію поняття як предмета соціально-психологічного дослідження та здійснити його операціоналізацію для подальшого емпіричного вивчення з урахуванням положення про детермінацію процесу ухвалення економічних рішень чинником соціальної ідентичності суб'єкта і ціннісним аспектом його економічної свідомості зокрема.

Основою ідентичності, як зазначають Г. Тешфел і Дж. Тернер, є цілісна система поглядів на норми та цінності соціального життя, які регулюють життєдіяльність людини в усіх сферах (зокрема економічній¹) для досягнення єдності чи узгодженості суспільних, групових та особистісних інтересів [11; 12]. Ціннісну природу мають і такі економіко-психологічні феномени, як-от: мотиви, домагання, принципи та стратегії економічної діяльності людини, а також правила взаємодії в межах такої діяльності, оскільки вони визначаються базовими ставленнями суб'єкта до навколишнього світу, інших людей і себе самого. Цілі, види і способи виробництва, розподілу, обміну та споживання, рівні доходу й добробуту люди сприймають як прийнятні або неприйнятні, допустимі або неприпустимі. Так само вони оцінюють й економічні об'єкти і явища – гроші, власність, бідність/багатство, безробіття, рекламу, а також

¹ Прим. авт.

форми, види та норми взаємодії між людьми в економічній сфері – партнерство, конкуренцію, конфлікти, фінансові зобов'язання. На ціннісній основі суб'єкти економічної взаємодії визначають прийнятні або неприйнятні для них види економічної діяльності, а також вибудовують стратегії поведінки в різних умовах та ситуаціях [13-15].

Отже, ціннісні аспекти ідентичності можна вважати одним із ключових регуляторів ухвалення економічних рішень та економічної поведінки суб'єкта [14; 15], а дослідження економічної ідентичності можна здійснювати на основі аналізу ціннісно-смыслових основ економічного самовизначення або самоідентифікації особистості та/або групи, що дасть змогу скласти уявлення про мотиви, цілі та напрями їхньої економічної діяльності [16].

Під *економічною самоідентифікацією* розуміють пошук та визначення суб'єктом способу залучення в систему економічних відносин (трудових, споживчих, майнових тощо) відповідно до його уявлень про соціально-економічні реалії та їхню динаміку – з одного боку, і власні домагання, очікування і можливості – з іншого, що складаються на основі його життєвих смислів, цілей, ідеалів та принципів [16; 17]. Останні справляють безпосередній та/або опосередкований, усвідомлюваний та/або неусвідомлюваний вплив на економічну свідомість та поведінку суб'єктів і є результатом як зовнішньої (формування), так і внутрішньої (конструювання) детермінації [17].

Компонентами самоідентифікації є: 1) самовизначення суб'єкта щодо власних стандартів і цінностей в економічних стосунках та способів їх досягнення; 2) самовизначення щодо економічних об'єктів і явищ (власності, грошей, бідності/багатства, безробіття, податків, споживання, бізнесу, заощадження тощо); 3) самовизначення щодо норм і практик взаємодії у сфері ділових стосунків.

Відповідно, як *показники* економічної ідентифікації можна визначити уявлення про ціннісні регулятори діяльності щодо реалізації власних домагань в економічній сфері, ставлення до економічних об'єктів та явищ (грошей,

власності, бідності і багатства, ринку, кризи, безробіття, реклами тощо), настановлення щодо норм і правил ділової взаємодії.

Одним із підходів до визначення параметрів дослідження економічної ідентичності може бути звернення до конструкта соціальної взаємодії як ресурсу і механізму самоідентифікації, що дає змогу розглядати цей феномен у двох аспектах: структурному – як сукупність взаємозв'язків, у яких відбувається економічне залучення суб'єкта та/або групи, і соціокультурному – як відданість учасників економічної взаємодії спільним цінностям, нормам і смислам, на основі яких вибудовуються економічні зв'язки [18]. Звідси *параметрами* вивчення економічної ідентичності можуть бути економічна освіченість, визнання правил взаємодії та готовність до забезпечення їхньої легітимності, довіра і лояльність до групи (зокрема професійної), взаємність зобов'язань та очікувань, економічна активність і відповідальність, економічна ефективність та інтерес [19].

Отже, з огляду на представлений теоретичний аналіз підходів до розуміння феномену економічної ідентичності можемо сформулювати основні положення моделі емпіричного дослідження економічних орієнтацій молоді та їхніх регіональних особливостей. Це положення про те, що соціальна ідентичність суб'єкта є важливим чинником ухвалення економічних рішень; положення про пріоритетну роль самовизначення суб'єкта щодо зовнішніх стимулів у конструюванні його економічної ідентичності; положення про основоположну роль ціннісно-сміслового компонента економічного самовизначення щодо цілепокладання та вибору суб'єктом видів, форм і способів економічної діяльності; визначення основних показників економічної ідентифікації суб'єкта, що складаються з уявлень про ціннісні регулятори в економічній сфері, ставлень до економічних об'єктів та явищ, а також настановлень щодо норм і правил ділової взаємодії.

4.2. Семантична структура і регіональні особливості економічних орієнтацій молоді

Щоб поглибити уявлення про соціально-психологічні чинники пошуку молоддю свого способу економічної життєдіяльності та їхньої регіональної специфіки, здійснено емпіричне дослідження економічних орієнтацій учнівської та студентської молоді різних регіонів. Підкреслимо, що загальний підхід до виокремлення показників і параметрів вивчення економічних орієнтацій, вибору методів та побудови відповідного інструментарію емпіричного дослідження визначається пріоритетністю самовизначення (самоідентифікації) суб'єкта (суб'єктивного економічно-психологічного статусу) щодо зовнішньої детермінації в регулюванні його економічних ставлень і поведінки.

Як уже зазначалося вище, *цільовою групою* дослідження була учнівська та студентська молодь різних регіонів країни: Західного, Південного, Північного, Східного і Центрального.

Інструментарій емпіричного дослідження складався з гайда глибинного напівструктурованого інтерв'ю учнівської і студентської молоді для верифікації та операціоналізації моделі дослідження на його попередньому етапі, а також опитувальника, сконструйованого методом семантичного диференціала на основному етапі, для вивчення економічних орієнтацій респондентів різних регіонів. Створюючи опитувальник і добираючи судження, ми скористалися також елементами методик В. & Т. Klontz Money Script Inventory [20] і S. Muddy Hardiness Survey [21].

Дослідження проводилося онлайн за допомогою опитувальника в гугл-формі. Завданням респондентів було визначити (за шкалою Лікерта), якою мірою наведені твердження відображають їхні уявлення, ставлення та переживання. Шкали добиралися з урахуванням описаної в попередньому

розділі структури економічної самоідентифікації (самовизначення щодо стандартів і цінностей в економічній діяльності, економічних об'єктів і явищ, норм та практик ділової взаємодії) і відповідно до визначених показників. Серед тверджень, включених в опитувальник, були зокрема такі: толерантність і повага до різних думок необхідні для успішної професійної діяльності; законослухняність не завжди сприяє економічному успіху; несправедлива система оподаткування бізнесу змушує підприємців приховувати свої прибутки; будь-яка економічна діяльність має підпорядковуватися суспільним інтересам та цілям; гроші – це ресурс, який забезпечує людині безпеку і свободу вибору; надлишок матеріальних ресурсів має для людини негативні наслідки; я контролюю свої витрати і не роблю незапланованих покупок; я часто позичаю у друзів і знайомих; я цікавлюся інформацією, яка дає мені змогу підвищити фінансову та економічну грамотність; я добре забезпечений матеріально; для мене важлива схвальна позитивна оцінка студентів і викладачів; я відчуваю зобов'язання перед громадою (студентською, викладацькою тощо) і маю бажання «повернути» їй ту підтримку, яку вона мені надає; я незадоволений своїм матеріальним становищем і хочу його поліпшити; я надаю перевагу незалежності: працюю самостійно, відповідаю тільки за себе і не боюся конкуренції; мені подобається працювати в колективі однодумців, спрямованих на виконання спільного завдання; самостійна творча людина може реалізувати себе лише в бізнесі.

З огляду на воєнні дії на території країни і, як наслідок, велику міграцію населення, для отримання інформації про регіон проживання респондентам було поставлено два запитання: «У якому регіоні (області) ви проживали до початку повномасштабного вторгнення 2022 року?» і «Ваше місце проживання (область) зараз». Для сортування отриманих даних за регіональною ознакою і щоб визначити регіональні особливості економічної ідентифікації молоді, використовувалися дані відповідей досліджуваних на перше запитання.

В опитуванні взяли участь 795 респондентів, а саме учні старших класів ЗЗСО і студенти ЗВО Західного, Південного, Північного, Східного і

Центрального регіонів. У цілому вибірку було сформовано адресно. Переважну більшість опитуваних становили жінки –748 осіб (94,1 %).

Аналіз масиву даних, отриманих завдяки проведеному опитуванню учнівства і студентства різних регіонів, дав змогу виявити загальні смислові тенденції економічного самовизначення молоді, дослідити їхні регіональні особливості, а також емпірично верифікувати запропоновану теоретичну модель дослідження економічної ідентичності.

Отриманий масив даних опитування студентської та учнівської молоді відтак опрацьовано з використанням методів математичної статистики за допомогою програми статистичної обробки даних IBM SPSS версія 23. Щоб визначити координати семантичного простору економічних орієнтацій молоді, здійснено факторний аналіз загального масиву даних. На основі результатів аналізу створено шестифакторну модель, яка пояснює 63,42 % сумарної дисперсії і відображає ієрархію таких компонентів: соціальна цінність економічної діяльності (F_1), економічна активність і незалежність (F_2), регулювання економічної діяльності (правила гри) (F_3), оцінка матеріального стану (F_4), фінансова поведінка і підприємництво (F_5), фінансова поведінка і матеріальні ресурси (F_6).

Розгляньмо детальніше зміст кожного фактору і проаналізуємо особливості моделі як репрезентації системи координат семантичного простору економічних орієнтацій учасників дослідження.

Першим, найінформативнішим, виявився фактор *соціальної цінності економічної діяльності* із внеском у сумарну дисперсію 16,03 %. До складу фактору увійшли такі твердження: для мене важлива схвальна позитивна оцінка студентів і викладачів (0,807); я відчуваю зобов'язання перед громадою і маю бажання «повернути» їй ту підтримку, яку вона мені надає (0,734); мені подобається працювати в колективі однодумців, спрямованих на виконання спільного завдання (0,555); будь-яка економічна діяльність має підпорядковуватися суспільним інтересам та цілям (0,447).

Другий фактор (13,09 % внеску в сумарну дисперсію) дістав назву *економічна активність і незалежність*. Він об'єднав такі твердження: я віддаю перевагу незалежності: працюю самостійно, відповідаю тільки за себе і не боюся конкуренції (0,730); я цікавлюся інформацією, яка дає мені змогу підвищити фінансову та економічну грамотність (0,727); толерантність і повага до різних думок необхідні для успішної професійної діяльності (0,417).

До складу третього за інформативністю фактору під назвою *регулювання економічної діяльності* (10,57 % сумарної дисперсії) увійшли твердження: законослухняність не завжди сприяє економічному успіху (0,767); несправедлива система оподаткування бізнесу змушує підприємців приховувати свої прибутки (0,698); надлишок матеріальних ресурсів має для людини негативні наслідки (0,449).

Четвертий фактор (9,51 % сумарної дисперсії), що дістав назву *оцінка матеріального стану*, містить такі твердження: я незадоволений своїм матеріальним становищем і хочу його поліпшити (0,853); я добре забезпечений матеріально (-0,830).

До п'ятого фактору, *фінансова поведінка та підприємництво* (9,20 % сумарної дисперсії), увійшли такі твердження: я часто користуюся кредитними картками або позичаю у друзів і знайомих (0,763); самостійна творча людина може реалізувати себе лише в бізнесі (-0,580).

Шостий фактор (7,02 % сумарної дисперсії) дістав назву *фінансова поведінка і матеріальні ресурси*. Він об'єднує такі твердження: я контролюю свої витрати і не роблю незапланованих покупок (0,791); гроші – це ресурс, який забезпечує людині безпеку і свободу вибору (0,478).

Побудована факторна модель свідчить про те, що семантичний простір економічних орієнтацій респондентів структурується смислами соціальної цінності економічної діяльності: схвальною оцінкою оточення, обов'язком перед своєю громадою, наявністю спільних цілей і стратегій їх досягнення, а також відповідністю економічної діяльності суспільним інтересам.

Важливе місце в семантичній структурі економічних орієнтацій молоді належить значенням економічної активності та незалежності, про що свідчать відповідно другий і третій за інформативністю компоненти факторної моделі.

Менш навантаженими в семантичній структурі економічних орієнтацій респондентів виявилися значення, які репрезентують оцінку досліджуваними свого матеріального становища. Це четвертий за інформативністю фактор.

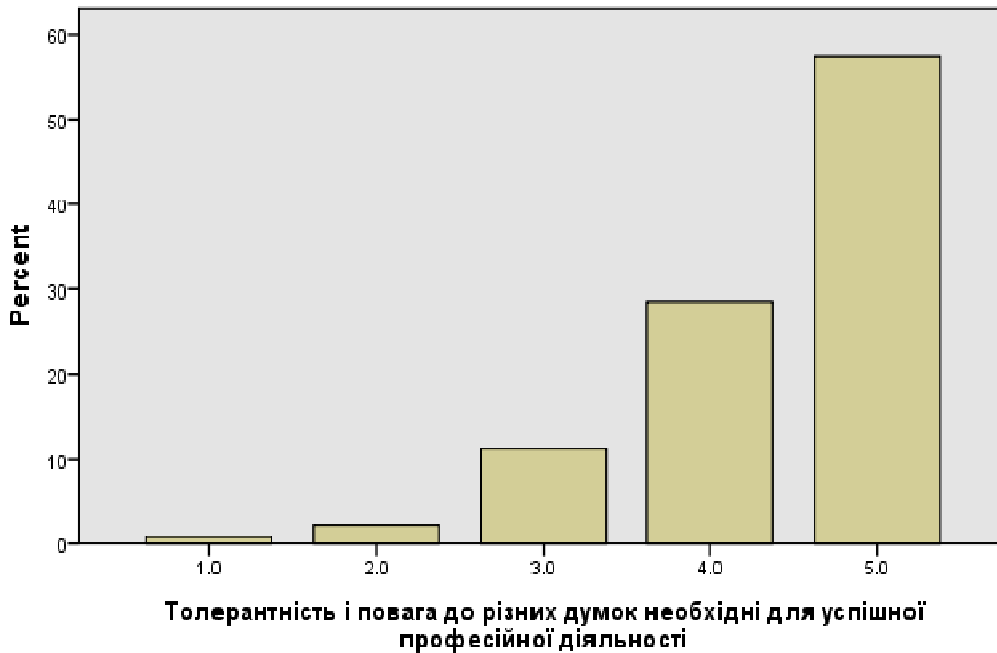
Смисли ж, пов'язані з регулюванням витрат, фінансовими зобов'язаннями та підприємництвом, які загалом можна позначити як «ставлення до економічних об'єктів і явищ», репрезентовані останніми за інформативним навантаженням п'ятим і шостим факторами відповідно, які перебувають, імовірно, на периферії семантичного простору економічних орієнтацій досліджуваних.

Отже, аналіз результатів факторизації масиву даних опитування може свідчити про ціннісно-сміслову детермінацію економічної ідентифікації досліджуваних, центральне місце настановлень щодо норм і правил ділової взаємодії та периферійну позицію компонента ставлень до економічних об'єктів і явищ.

Щоб отримати додаткову інформацію для інтерпретації моделі семантичної структури економічних орієнтацій молоді та валентність її компонентів, звернімося до результатів аналізу одномірного розподілу даних.

Коли йдеться про компонент соціальної цінності економічної діяльності, то ієрархія одномірного розподілу даних свідчить про пріоритетність уявлення про толерантність і повагу до різних думок як неодмінну умову успішної професійної діяльності – цю думку підтримала переважна більшість респондентів (86 %) (рис. 4.1). Такий висновок підтверджують і дані кореляційного аналізу, за яким параметр толерантності і поваги до різних думок показав найбільшу кількість значущих кореляційних зв'язків на рівні $P \leq 0.01$. Твердження ж щодо необхідності підпорядковувати будь-яку економічну діяльність суспільним інтересам та цілям, а також важливості позитивної оцінки з боку оточення були схвалені кожним другим респондентом

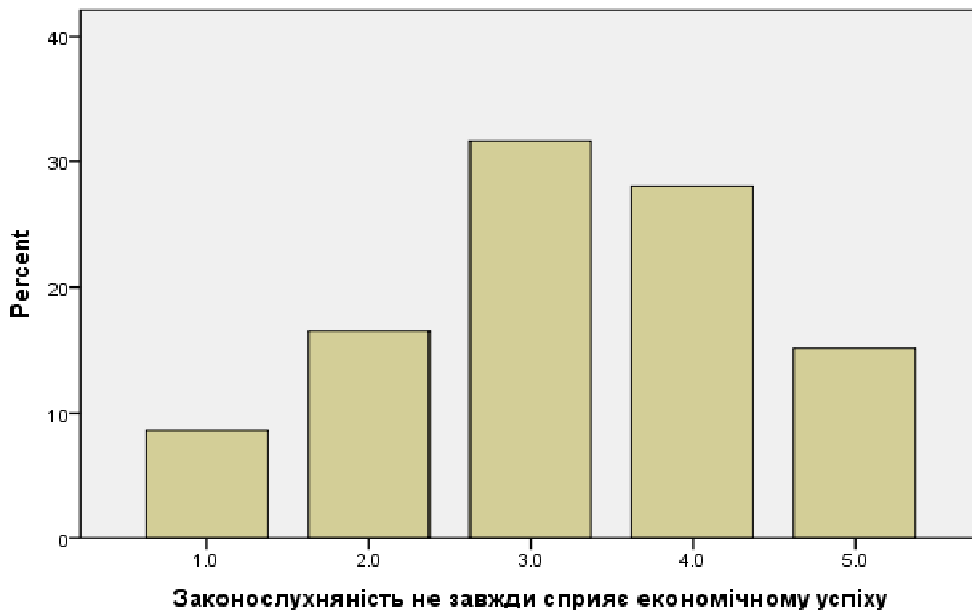
(див. рис. 4.1). Лише дещо понад третину досліджуваних поділяють думку, представлену твердженням «я відчуваю обов'язок перед громадою і маю бажання «повернути» їй ту підтримку, яку вона мені надає», а третина респондентів визначитися з відповіддю так і не змогла.



Умовні позначення: 1 – зовсім не згоден(а), 2 – скоріше ні, ніж так, 3 – важко відповісти, 4 – скоріше так, ніж ні, 5 – цілком згоден(а)

Рис. 4.1. Одномірний розподіл даних за параметром толерантності і поваги до різних думок

Про характер уявлень молоді щодо необхідності дотримуватися правил гри (норм та правил) у діловій взаємодії можна дізнатися з одномірного розподілу даних за твердженнями «законослухняність не завжди сприяє економічному успіху» і «несправедлива система оподаткування бізнесу змушує підприємців приховувати свої прибутки». Несхвально поставилися до цих тверджень відповідно лише п'ята (26 %) і приблизно восьма (14 %) частини респондентів, а третина в обох випадках не визначилася з відповіддю (рис. 4.2).

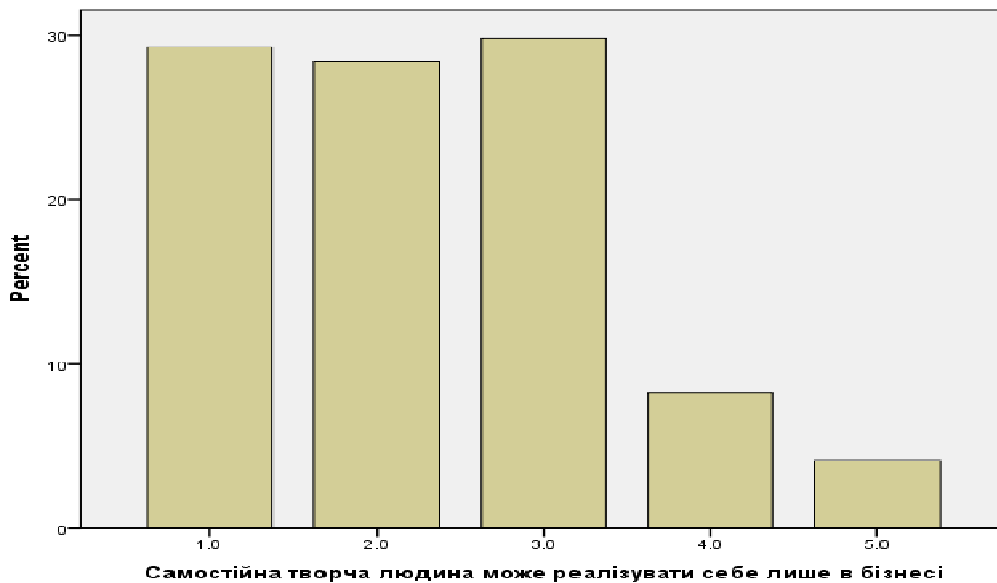


Умовні позначення: 1 – зовсім не згоден(а), 2 – скоріше ні, ніж так, 3 – важко відповісти, 4 – скоріше так, ніж ні, 5 – цілком згоден(а)

Рис. 4.2. Одномірний розподіл даних за параметром законослухняності

Ставлення респондентів до матеріальних ресурсів розкривається через твердження «Надлишок матеріальних ресурсів має для людини негативні наслідки», яке було схвалено лише п'ятою частиною респондентів за третини тих, хто не визначився з відповіддю. Хоча майже половина респондентів вважають, що вони добре забезпечені матеріально, понад половину з них (56 %) не задоволені своїм матеріальним становищем і хотіли б його поліпшити.

Що ж до уявлень молоді про ділову взаємодію і преференції щодо способів залучення до економічної діяльності, то понад половину респондентів віддають перевагу незалежності, самостійній праці, відповідальності тільки за себе і не бояться конкуренції. Водночас переважна більшість опитаних (69 %) визнали, що їм подобається працювати в колективі однодумців, спрямованих на виконання спільного завдання. Понад половину респондентів не погодилися з тим, що самостійна творча людина може реалізувати себе лише в бізнесі (рис. 4.3).



Умовні позначення: 1 – зовсім не згоден(а), 2 – скоріше ні, ніж так, 3 – важко відповісти, 4 – скоріше так, ніж ні, 5 – цілком згоден(а)

Рис. 4.3. Одномірний розподіл даних за параметром бізнесу як єдиної сфери творчої самореалізації

Показниками фінансової поведінки досліджуваних є їхні уявлення про витрати і боргові зобов'язання. Як свідчить аналіз отриманих даних, понад третину опитаних контролюють свої витрати і не роблять незапланованих покупок, тоді як майже третина поводить ся навпаки. При цьому переважна більшість респондентів (65,4 %) не позичають кошти у друзів або знайомих і не вважали б за потрібне користуватися кредитними картками.

Отже, загалом результати аналізу одномірного розподілу даних свідчать про ймовірність того, що толерантність і повага до різних думок як запорука успішної професійної діяльності, підпорядкування економічної діяльності суспільним цілям і схвальна, позитивна оцінка оточення є ціннісною основою економічних орієнтацій молоді. Довіра ж і взаємність, які було визначено як один із ключових параметрів економічної ідентифікації, не виявилися значущими в уявленнях молоді. Респонденти допускають порушення правових норм, якщо вони є перепорою для досягнення економічного успіху. Молодь декларує готовність до самостійної, незалежної діяльності і водночас високо

оцінює колективну співпрацю задля досягнення спільної мети, а підприємницьку діяльність більшість респондентів не вважають єдиною сферою економічної діяльності для самостійних творчих людей. Фінансова поведінка молоді хоча і не вирізняється ощадливістю, утім характеризується униканням боргових зобов'язань.

Підбиваючи підсумки аналізу загального масиву даних емпіричного дослідження економічних орієнтацій учнівської і студентської молоді, зазначимо, що його висновки дали змогу верифікувати теоретичну модель дослідження економічної ідентичності молоді. Основними складниками цієї моделі є уявлення про ціннісні регулятори в економічній сфері, ставлення до економічних об'єктів і явищ, а також настановлення щодо норм і правил ділової взаємодії. Встановлено, що семантичний простір економічних орієнтацій учнівської та студентської молоді структурується значеннями соціальної цінності економічної діяльності, економічної активності і незалежності та наданням пріоритету ставленням толерантності й поваги до різних думок у діловій взаємодії, що актуалізує положення теоретичної моделі дослідження про детермінацію економічної ідентичності чинником ціннісного самовизначення.

На тлі окреслених вище смислових тенденцій у структурі економічних орієнтацій української молоді розгляньмо регіональні особливості економічних орієнтацій студентства та учнівства. Для їх вивчення ми також скористалися методом психосемантичного аналізу даних із факторизацією масивів даних окремо за кожним із п'яти вищезгаданих регіонів і порівнянням отриманих результатів. Для кращої наочності та можливості порівняння факторних моделей, як регіональних, так і загальної, їх представлено в таблиці 4.1.

Таблиця 4.1

Факторні моделі економічних орієнтацій учнівської
і студентської молоді різних регіонів

	Загальна (63.42 %)	Захід (61.81 %)	Південь (73.42 %)	Північ (69.73 %)	Схід (54.88 %)	Центр (62.93 %)
F₁	Соціальна цінність економічної діяльності (16.03%)	Економічна активність і незалежність (16.40%)	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (15.92%)	Соціальна цінність економічної діяльності (17.68%)	Соціальна цінність економічної діяльності (16.65%)	Соціальна цінність економічної діяльності (15.01%)
F₂	Економічна активність і незалежність (13.09%)	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (11.56%)	Соціальна цінність економічної діяльності (12,92 %)	Економічна активність і незалежність (12.03%)	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (12.43%)	Незалежність і свобода вибору (11.07%)
F₃	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (10.57 %)	Соціальна цінність економічної діяльності (10.23%)	Оцінка матеріального становища (12.0%)	Фінансова поведінка та підприємництво (11.53%)	Економічна активність і незалежність (10.34%)	Оцінка матеріального становища (10.09%)
F₄	Оцінка матеріального становища (9.51%)	Оцінка матеріального становища (9.15 %)	Фінансова поведінка і підприємництво (11.80%)	Соціальна відповідальність (10.34%)	Оцінка матеріального становища (10.17%)	Фінансова поведінка (9.520%)
F₅	Фінансова поведінка і підприємництво (9.20%)	Фінансова поведінка і підприємництво (7.66%)	Економічна активність і незалежність (11.60%)	Оцінка матеріального становища (10.17%)	Фінансова поведінка та підприємництво (9.51%)	Економічна активність і незалежність (8.68%)
F₆	Фінансова поведінка і матеріальні ресурси (7.02%)	Соціальні зобов'язання (6.81%)	Соціальні зобов'язання (9.74%)	Регулювання економічної діяльності (правила гри) (9.98%)		Регулювання економічної діяльності (правила гри) (8.56%)

Факторна модель економічних уявлень учнівської та студентської молоді *Західного* регіону пояснює 61,81 % сумарної дисперсії і відображає ієрархію таких компонентів: економічна активність і незалежність (F_1), регулювання економічної діяльності (правила гри) (F_2), соціальна цінність економічної діяльності (F_3), оцінка матеріального становища (F_4), фінансова поведінка і підприємництво (F_5), соціальні зобов'язання (F_6) (див. табл. 4.1).

З огляду на результати факторизації можемо припустити, що семантичний простір економічних орієнтацій учнівської та студентської молоді *Західного* регіону структурується значеннями, пов'язаними з індивідуальними ціннісними, а також нормативними аспектами економічного залучення, про що свідчить зміст першого і другого факторів відповідно: «економічна активність і незалежність» та «регулювання економічної діяльності (правила гри)». Сенси соціальної цінності економічної діяльності, які детермінують економічні орієнтації молоді за результатами аналізу загального масиву даних, репрезентовані тут третім («соціальна цінність економічної діяльності») та останнім компонентами факторної моделі («соціальні зобов'язання»).

Факторна модель економічних уявлень учнівської та студентської молоді *Південного* регіону пояснює 73,42 % сумарної дисперсії і містить такі компоненти: регулювання економічної діяльності (F_1), соціальна цінність економічної діяльності (F_2), оцінка матеріального становища (F_3), фінансова поведінка і підприємництво (F_4), економічна активність і незалежність (свобода вибору) (F_5), соціальні зобов'язання (F_6) (див. табл. 4.1).

Побудована факторна модель може свідчити про те, що семантичний простір економічних орієнтацій учнівської та студентської молоді *Південного* регіону визначається смислами, пов'язаними з регулюванням економічної діяльності (F_1) та її підпорядкуванням соціальним інтересам і цілям (F_2). Останній також представлено шостим за ієрархією компонентом факторної моделі під назвою «соціальні зобов'язання». Значення економічної активності і незалежності розташовані ближче до периферії семантичного простору

економічних орієнтацій молоді Півдня і репрезентовані п'ятим за інформативністю фактором.

Результатом факторизації масиву даних відповідей респондентів *Північного* регіону стала факторна модель (69,73 % сумарної дисперсії), яка містить таку ієрархічну послідовність складників: соціальна цінність економічної діяльності (F_1), економічна активність і незалежність (F_2), фінансова поведінка та підприємництво (F_3), соціальна відповідальність (F_4), оцінка матеріального становища (F_5), регулювання економічної діяльності (правила гри) (F_6) (див. табл. 4.1).

Як і семантичний простір економічних орієнтацій молоді загалом, економічні орієнтації студентства Півночі визначаються смислами соціальної цінності економічної діяльності. На другому місці в обох випадках – значення економічної активності і незалежності. Основна відмінність полягає в ступені інформативності компонента «регулювання економічної діяльності (правила гри)». Якщо в загальній моделі його репрезентовано третім, значно більш інформативним, фактором, то в моделі семантичного простору орієнтацій молоді Північного регіону це останній, найменш інформативний, фактор.

Найближчою до загальної моделі семантичного простору економічних орієнтацій молоді за ієрархічною послідовністю компонентів виявилася модель, побудована за даними опитування респондентів *Східного регіону*. Детермінована смислами соціальної цінності економічної діяльності, вона визначається високою інформативністю факторів економічної активності і незалежності та досить незначною навантаженістю фактору фінансової поведінки і підприємництва. Факторна модель пояснює 54,88 % сумарної дисперсії і має такий вигляд: соціальна цінність економічної діяльності (F_1), регулювання економічної діяльності (правила гри) (F_2), економічна активність і незалежність (F_3), оцінка матеріального становища (F_4), фінансова поведінка та підприємництво (F_5) (див. табл. 4.1).

Факторна модель економічних уявлень учнівської та студентської молоді *Центрального регіону* (62,93 % сумарної дисперсії) відбиває ієрархію шести

компонентів: соціальна цінність економічної діяльності (F_1), незалежність і свобода вибору (F_2), оцінка матеріального становища (F_3), фінансова поведінка (F_4), економічна активність і незалежність (F_5), регулювання економічної діяльності (правила гри) (F_6) (див. табл. 4.1).

Як і факторна модель семантичного простору економічних орієнтацій учнів і студентства за загальним масивом даних, модель економічних уявлень молоді Центру структурується компонентом «соціальна цінність економічної діяльності». Її відмітною рисою є місце складника «регулювання економічної діяльності (правила гри)» в ієрархії факторів. Якщо в загальній моделі цей складник розташований на третьому місці, то у факторній моделі орієнтацій молоді Центру він займає останню, найменш інформативну, позицію.

Підсумовуючи результати психосемантичного аналізу даних опитування, означимо такі тенденції в смисловій детермінації економічних орієнтацій молоді різних регіонів:

- економічні уявлення молоді Півночі (F_1), Сходу (F_1) і Центру (F_1) орієнтовані насамперед на соціальну цінність економічної діяльності, позиція якої також значуща у респондентів Південного регіону (F_2);
- респонденти Заходу (F_1) і Центру (F_2) демонструють пріоритетну налаштованість на економічну свободу та незалежність, а от в орієнтаціях молоді Півдня цей семантичний конструкт посідає останнє місце (F_5);
- натомість молодь Півдня демонструє пріоритетність настановлення на регулювання економічної діяльності (F_1), що є також значущим компонентом орієнтацій респондентів Заходу (F_2) і сходу (F_2), однак периферійним в орієнтаціях досліджуваних Півночі (F_6) і Центру (F_6).

Додаткову інформацію щодо порівняння семантичних структур економічних орієнтацій респондентів різних регіонів і визначення їхніх регіональних особливостей можна отримати, звернувшись до порівняльного аналізу відповідних масивів даних за тестом Краскела – Уолліса. З огляду на результати цього аналізу виявлено достовірні відмінності за параметрами економічної активності «я контролюю свої витрати і не роблю незапланованих

покупок» ($H(8)=19,70$, $P=0,009$) і «я цікавлюся інформацією, яка дає мені змогу підвищити фінансову та економічну грамотність» ($H(8)=17,83$, $P=0,023$), а також тими, що репрезентують уявлення суб'єктів про матеріальне забезпечення, а саме: «надлишок матеріальних ресурсів має для людини негативні наслідки» ($H(8)=25,37$, $P=0,001$), «гроші – це ресурс, який забезпечує людині безпеку і свободу вибору» ($H(8)=25,37$, $P=0,001$), «я добре забезпечений матеріально» ($H(8)=17,25$, $P=0,028$). Результати попарного порівняння масивів даних за цими параметрами із застосуванням *post hoc* U теста Манна – Уїтні наведено в таблиці 4.2. Деталізуючи представлені в таблиці дані, зазначимо, що респонденти Сходу достовірно менше, ніж респонденти Центру, підтримують думку, що гроші – це ресурс, який забезпечує людині безпеку і свободу вибору. Водночас молодь Сходу достовірно більше, ніж молодь Центру, схиляється до думки, що надлишок матеріальних ресурсів має для людини негативні наслідки. Так само респонденти Східного регіону краще контролюють власні витрати, ніж респонденти Центрального. У Східному і Південному регіонах респонденти достовірно нижче оцінюють рівень власного матеріального забезпечення, ніж у Центрі. А молодь Центру порівняно з молоддю Заходу достовірно більше цікавиться інформацією, яка дає змогу підвищувати свою фінансову та економічну грамотність.

Підсумовуючи викладені вище результати вивчення економічних орієнтацій молоді та їхніх регіональних особливостей, хотілося б ще раз наголосити на базових теоретичних положеннях, які визначили підхід до дослідження та інтерпретації його результатів. Це положення про соціальне і культурне значення економічних преференцій та рішень, а також про те, що економічна поведінка людини прямо корелює з її ідентичністю, а отже, про основоположну роль чинника життєвих смислів, ціннісних орієнтацій та ідеалів суб'єкта або його групи в ситуації економічного вибору.

Результати емпіричного дослідження показали, що семантичний простір економічних орієнтацій учнівської та студентської молоді різних регіонів України визначається значеннями соціальної цінності економічної діяльності та

економічної активності і незалежності, що актуалізує тезу про центральне місце ціннісних регуляторів в економічних уявленнях молоді.

Таблиця 4.2

Достовірні відмінності між регіонами

Параметри	Регіони					
	Центр-Південь	Центр-Схід	Центр-Захід	Південь-Схід	Південь-Захід	Схід-Захід
Надлишок матеріальних ресурсів має для людини негативні наслідки	–	0,01	–	–	–	–
Гроші – це ресурс, який забезпечує людині безпеку і свободу вибору	–	0,001	–	–	–	–
Я контролюю свої витрати і не роблю незапланованих покупок	–	0,01	–	–	–	0,05
Я цікавлюся інформацією, яка дає мені змогу підвищити фінансову та економічну грамотність	–	–	0,05	–	–	–
Я добре забезпечений матеріально	0,05	0,05	–	–	–	–

Умовні позначення: достовірні відмінності на рівні $P \leq 0,05$; $P \leq 0,01$; $P \leq 0,001$

На основі аналізу регіональних масивів даних виявлено смислові детермінанти економічних орієнтацій молоді різних регіонів, які варіюють від соціальної цінності економічної діяльності в Північному, Східному і Центральному регіонах, економічної свободи і незалежності – у Західному і до регулювання економічної діяльності – у Південному. Порівняння масивів даних за регіонами показало достовірні відмінності в економічних орієнтаціях респондентів лише за параметрами економічної активності і тими, що пов'язані зі ставленнями респондентів до економічних об'єктів і явищ та оцінки матеріального становища.

Проведення окремого порівняльного дослідження економічних орієнтацій учнівства та студентства різних регіонів видається актуальним напрямом перспективних наукових розвідок для поглиблення уявлень про роль соціокультурних чинників в ухваленні молодими людьми економічних рішень. Урахування впливу соціокультурних чинників під час розроблення освітньої політики і її подальшого впровадження сприяло б підвищенню рівня адаптації та конкурентоспроможності молоді не лише на ринку праці, а й в інших сферах суспільного життя.

Список використаних джерел

1. Fine B. The economics of identity and the identity of economics? *Cambridge Journal of Economics*. 33(2). P. 175–191. <https://doi.org/10.1093/cje/ben036>
2. Akerlof G. A., Kranton R. E. Economics and Identity. *The Quarterly Journal of Economics*. 2020. Vol. 115. № 3. P. 715–753.
3. Davis J. B. Review of Identity Economics by Akerlof and Kranton. *Economics and Philosophy*. 2011. 27 (3). P. 331–338. <https://doi.org/10.1017/502662667111000257>
4. Akerlof G. A., Kranton R. E. Identity Economics: How Our Identities Shape Our Work, Wages, and Well-Being. Princeton University Press. 2011. 200 p.
5. Akerlof G. A., Kranton R. E. Identity and the economics of organizations. *Journal of economic perspectives*. 2005. Vol. 19. № 1. P. 9–32.
6. Akerlof G. A., Kranton R. E. Identity and schooling: Some lessons for the economics of education. *Journal of Economic Literature*. 2002. 40 (4). P. 1167–1201. <https://doi.org/10.1257/4.1167>
7. Рубчак М. В. Сутність і типологія ідентичності територіальної громади. *Дніпровський науковий часопис публічного управління, психології, права*. 2021. № 3. С. 71–77.
8. Брецько І. І., Варга В. С., Чекан Н. В. Психологічні особливості становлення економічної ідентичності в юнаків. *Наука майбутнього: збірник наукових праць студентів, аспірантів та молодих вчених*. 2022. № 2 (10). С. 13–18.
9. Москаленко В. В. *Соціалізація особистості: монографія*. Київ : Фенікс, 2013. 540 с.
10. Москаль Ю. Структура економічної ідентичності: особливості її визначення та розгляду. *Психологія і суспільство*. 2007. № 3. С. 98–102.

11. Tajfel H. Interindividual and intergroup behaviour. *Differentiation Between Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations* / Ed. by Tajfel, H. London : Academic Press, 1978. P. 27–60.
12. Tajfel H., Turner J. C. The social identity theory of intergroup behavior : Psychology of intergroup relations. *Political Psychology* / Ed. by S. Worchel, W. G. Austin. Chicago : Nelson-Hall, 1986. P. 7–24.
13. Зубіашвілі І. К. Сутність економічної культури особистості та її роль в економічній соціалізації. *Психологічний журнал*. 2019. № 2 (22). С. 163–183.
14. Lenick D., Kiel F. *Moral Intelligence: Enhancing Business Performance and Leadership Success*. New Jersey : Pearson Education, 2007. 336 p.
15. Frank R. H. What Price the Moral High Ground?: How to succeed without selling your Soul . Princeton, NJ : Princeton University Press, 2010. 224 p.
16. Зубіашвілі І. Особливості економічного самовизначення сучасних старшокласників. *Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Психологія*. 2021. 2 (51). С. 18–25.
17. Позняк С. І. Проблема дослідження економічної ідентичності: спроба концептуалізації та операціоналізації конструкта. *Психологія та соціальна робота*. 2023. № 2 (58). С. 35–41.
18. Coleman J. S. *Foundations of social theory*. Harvard University Press, 1990. 993 p.
19. Позняк С. І. Соціально-психологічний капітал у структурі політичної картини світу: особливості репрезентацій студентської молоді. *Психологічні науки: проблеми і здобутки* / Київ. міжнар. ун-т, Ін-т соц. та політичної психології НАПН України. Київ : КиМУ, 2015. С. 233–245.
20. Klontz B., Britt S. L., Mentzer J., & Klontz T. Money Beliefs and Financial Behaviors: Development of the Klontz Money Script Inventory. *Journal of Financial Therapy*. 2011. 2 (1). <https://doi.org/10.4148/jft.v2i1.451>
21. Maddy S. R., Khoshaba D. M. Hardiness and mental health. *Journal of Personal assessment*. 1994. 63(2). P. 265–74. DOI: 10.1207/s15327752jpa6302_6

ВИСНОВКИ

Повномасштабне вторгнення російських військ в Україну стало катализатором самоідентифікаційних процесів в українському суспільстві, і особливо – серед молодого покоління. Метою нашого дослідження було знайти відповідь на низку актуальних питань, пов'язаних з подальшим становленням суспільних інститутів, що опікуються розвитком і соціалізацією молоді. Зокрема, ми прагнули обґрунтувати необхідність враховувати у формуванні і реалізації освітньої політики виявлені нами особливості національної ідентифікації молоді в проєктуванні майбутнього, регіональні відмінності політичної; культурної економічної ідентифікації українського студентства.

Результати дослідження переконливо доводять, що молодь усіх регіонів вірить у щасливе майбутнє України, покладається переважно на себе у творенні власного майбутнього і бачить перспективи будувати його у власній країні. Крім того, відчуває відповідальність за збереження територіальної цілісності держави. При цьому образ України і українця сильно міфологізований у зв'язку з війною. В уявленнях молоді можна простежити щодо післявоєнного майбутнього, що можна пояснити її певною незрілістю і браком у неї життєвого досвіду. Утім, такі нереалістичні очікування можуть бути й елементом самопідтримання як певного психологічного ресурсу, який молоді люди актуалізують у воєнний час. Ми виявили відмінності між молоддю різних регіонів України за показниками: самостійності у виборі майбутньої професії, налаштованості щодо освіти (бажання вчитися за кордоном, необхідність російської мови в освіті), готовності до територіальних поступок, покладання тільки на себе у створенні майбутнього та в уявленнях про консолідаційні чинники української нації.

На нашу думку, найбільш загальними особливостями регіональної політичної ідентифікації студентства, які слід брати до уваги під час

коригування державної освітньої політики, є такі:

- Підґрунтя ідентифікації. Молодь Центрального регіону будує політичну ідентичність на основі національних цінностей; молодь Півночі і Сходу більше спирається на регіональну ідентичність; у Південному і Західному регіонах політична ідентичність має мозаїчний характер без чітко визначених домінуючих цінностей.
- Ставлення до регіональних політичних еліт. Молодь Заходу і Сходу частіше орієнтується на регіональних політичних лідерів, ніж молодь інших регіонів.
- Готовність до поступок заради добробуту. Молодь Центрального регіону меншою мірою, ніж в інших областях України, готова обмінювати свої права та свободи на порядок і стабільність.

Смисли, які структурують політичну ідентичність молоді різних регіонів, почасти неконгруентні емоційним переживанням власної належності, що свідчить про дискретність, фрагментарність політичної ідентичності молоді, а також про недостатню її рефлексію.

Виявлені відмінності в регіональній ідентифікації молоді різних регіонів дають підстави вважати потенційно неконфліктним і сприятливим для адаптації та інтеграції переселенців Центрального регіону, найменш перспективним – Західний.

Визначено відмінності між молоддю різних регіонів України за такими показниками культурної ідентифікації, як-от ставлення до культурних цінностей, зв'язок з культурними традиціями, ставлення до традицій культури, залучення до етнокультурних традицій і звичаїв, переживання належності до свого народу. Виявлено, що для молоді Центрального, Східного і Західного регіонів визначальним є емоційно-ціннісний аспект переживання зв'язку з культурними традиціями, тоді як для молоді Північного і Південного – поведінковий, який реалізується шляхом залучення до культурних традицій, інтересу української культури та її підтримання. Позитивні аспекти культурної ідентифікації української молоді виявляються в залученні до культурного

життя; переживанні емоційної спорідненості, єдності зі своїм народом; особистій відповідальності за збереження і продовження традицій свого народу. Переживання гордості за культурні здобутки та усвідомлення їхньої цінності; визнання української культури як цінності і частини свого життя сприяють увиразненню культурної ідентифікації молодих українців. І навпаки, утруднюють або перешкоджають культурній ідентифікації молодих людей такі чинники, як-от відмова від культурних звичаїв, традицій народу; зневажання культурних традицій; знецінення надбань культури та власних культурних традицій; меншовартість як традиція; орієнтація на культурні традиції успішних країн з відмовою від своїх; амбівалентні національні почуття.

Економічні уявлення молоді значною мірою визначаються соціальною цінністю економічної діяльності та прагненням до економічної незалежності. За результатами емпіричного дослідження виявлено достовірні регіональні відмінності у ставленні молоді до економічної активності. Учнівська і студентська молодь Північного, Східного і Центрального регіонів акцентує увагу передусім на соціальній цінності економічної діяльності, тоді як їхні однолітки із Західного регіону найбільше цінують економічну свободу і незалежність, а з Південного – належне регулювання економічної діяльності.

Проведення окремого порівняльного дослідження економічних орієнтацій учнівства і студентства різних регіонів видається актуальним напрямом перспективних наукових розвідок для поглиблення уявлень про роль в ухваленні молодими людьми економічних рішень. Урахування соціокультурних чинників під час розроблення освітньої політики та подальшого її упровадження сприяло б підвищенню рівня адаптації та конкурентоспроможності молоді не лише на ринку праці, а й в інших сферах суспільного життя.

Наскільки нам відомо, в Україні ще не проводилося такого роду досліджень, тому представлені результати видаються дуже цікавими і мають наукову та практичну цінність, зокрема для формування освітньої політики в період повоєнного відновлення України. Врахування регіональних

особливостей самоідентифікації молоді дасть змогу розробити освітні програми, які сприятимуть консолідації суспільства, збереженню культурної спадщини та формуванню відповідального громадянства. Освітня політика має підтримувати патріотичні настрої молоді, водночас формуючи реалістичні очікування щодо відбудови країни, розвитку економіки та суспільних інститутів. Необхідно забезпечити рівні можливості для всіх регіонів з огляду на їхні специфічні потреби та виклики, а також сприяти інтеграції внутрішньо переміщених осіб у нові соціальні середовища. Крім того, освітні ініціативи мають спрямовуватися на розвиток політичної культури, що запобігатиме регіональній поляризації, сприятиме демократичному самовизначенню та утвердженню національної ідентичності. Особлива увага має бути приділена формуванню економічних компетентностей молоді, адже її орієнтації та уявлення безпосередньо впливають на рівень економічної активності та конкурентоспроможність нових поколінь.

У практичному посібнику «Регіональні особливості ідентифікації молоді у воєнний час і державна освітня політика» ми запропонували основні напрями коригування освітніх впливів, спрямовані на розвиток громадянської, політичної, економічної та культурної компетентності молоді.

Отже, результати дослідження мають достатній потенціал, щоб стати основою для комплексних реформ у сфері освіти, які сприятимуть зміцненню суспільної єдності, адаптації молоді до умов повоєнного розвитку та забезпеченню сталого розвитку України в майбутньому.

Наукове видання

**СУЧАСНА УКРАЇНСЬКА МОЛОДЬ:
РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ІДЕНТИФІКАЦІЇ**

Монографія

*За загальною редакцією
кандидата психологічних наук Ірини Остапенко*

Електронне видання

Літературне редагування *Т. А. Кузьменко*

Дизайн обкладинки *К. О. Соснюк*

Адреса Інституту: 04070, м. Київ, вул. Андріївська, 15

Е-mail: info@ispp.org.ua

Сайт: <https://ispp.org.ua>

Підписано до друку 12.12.2024 р. Гарнітура Times New Roman. Авт. арк. 5,6