

Остапенко Ірина Віталіївна
кандидат психологічних наук,
завідувач лабораторії психології політичної поведінки молоді,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,
Київ, Україна
ORCID ID 0000-0001-6710-5964
Researcher ID V-3216-2017
ostapenko.iryana.vit@gmail.com

ВИКОРИСТАННЯ МЕДІАКОНТЕНТУ ДЛЯ ВІЗУАЛІЗАЦІЇ УЯВЛЕНЬ МОЛОДІ ПРО МАЙБУТНЄ: ВИКЛИКИ ВІЙНИ І ЄВРОІНТЕГРАЦІЯ

Актуальність дослідження зумовлена інтенсивністю змін в уявленнях молоді про майбутнє у воєнний час. Ці процеси не завжди усвідомлюються і часто відбуваються непомітно для самої людини, що ускладнює фіксацію динаміки змін традиційними методами. Подолати ці труднощі можна завдяки використанню можливостей соціальних медіа та медіаконтенту для візуалізації уявлень молоді про майбутнє.

Мета статті полягає у висвітленні результатів емпіричного дослідження уявлень молоді про майбутнє, що здійснюється методом колажів з використанням медіаконтенту.

Методи і методологія. У дослідженні взяли участь студенти закладів вищої освіти, розташованих у м. Києві, які навчаються за програмами гуманітарного та природничого профілів підготовки, віком від 17 до 22 років. Загальна кількість вибірки – 91 особа (71 – жіночої статі і 20 – чоловічої). Серед жінок 36 – ті, що залишилися в Україні після початку війни, 35 – перебувають за кордоном). В емпіричному дослідженні використовувалася методика колажів.

Отримані **результати** свідчать про те, що виклики війни змінюють бачення молоддю власного майбутнього та майбутнього держави. Для його візуалізації використовується медіаконтент, який містить переважно національну символіку, зображення українських військових, що відбиває патріотичну налаштованість молоді та чіткий вияв нею національної ідентичності, пов'язування майбутнього України з ЄС. Виявлено відмінності в уявленнях представників окремих груп досліджуваних про майбутнє (власне і країни). Жінкам, які залишилися в Україні, властива спрямованість на реалізацію власних життєвих цілей завдяки особистій активності в професійній сфері, поступовість у зростанні добробуту. Жінкам, які перебувають за кордоном, більшою мірою властива спрямованість на швидке зростання матеріального благополуччя, задоволення власних бажань. Уявленням чоловіків про власне майбутнє притаманні: спрямованість на задоволення лідерських амбіцій, побудову кар'єри, здобуття додаткової військової освіти. Жінки, які залишилися в Україні, і чоловіки пов'язують майбутнє країни більшою мірою з розвитком української мови та культури, патріотизмом і почуттям гордості за країну, що прагне перемоги. 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 через її самоствердження в геополітичному просторі.

Результати вивчення особливостей використання медіаконтенту для візуалізації уявлень про майбутнє можна використовувати для встановлення регіональних особливостей ідентифікації молоді.

Перспективи подальших досліджень полягають у встановленні регіональних особливостей ідентифікації молоді та врахуванні цих особливостей для виявлення можливих напрямків розвитку державної освітньої політики.

Ключові слова: візуалізація; проектування майбутнього; методика колажів; війна; медіаконтент; студентська молодь; євроінтеграція.

Iryna V. Ostapenko
PhD in Psychological Sciences
Head of Laboratory for Psychology of Youth Political Behavior,
Institute for Social and Political Psychology, NAES of Ukraine,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0001-6710-5964

USAGE OF MEDIA CONTENT FOR VISUALIZATION OF YOUTH'S IDEAS ABOUT THE FUTURE: CHALLENGES OF WAR AND EUROPEAN INTEGRATION

The relevance of the study is caused by the intensity of changes in young people's ideas about the future during wartime. These processes are not always realized and often occur imperceptibly for the person themselves, which makes it difficult to fix the dynamics of changes by traditional methods. These difficulties can be overcome by using the possibilities of social media and media content to visualize young people's ideas about the future.

The aim of the article is to highlight the results of an empirical study of young people's ideas about the future, which is done by the method of collages using media content.

Method and methodology. The study involved students of higher education institutions located in Kyiv, who study programs in the humanities and natural sciences, aged 17 to 22 years. The total sample size is 91 people (71 - female and 20 - male). Among women, 36 are those who stay in Ukraine after the start of the war, 35 are abroad). The collage technique was used in the empirical study.

The obtained **results** testify to the fact that the challenges of the war change the vision of the youth about their own future and the future of the state. For its visualization, media content is used, which mainly contains national symbols, images of the Ukrainian military, which indicates a patriotic attitude and a clear expression of national identity. Young people see the future of Ukraine in the EU. Differences in the ideas of representatives of individual groups of the researched about the future (their own and the country) were revealed. Women who stay in Ukraine are characterized by an orientation towards the realization of their own life goals thanks to personal activity in the professional sphere, and a gradual increase in well-being. For women who are abroad, the focus on the rapid growth of material well-being and the satisfaction of their own desires is characteristic to a greater extent. Men's ideas about their own future are characterized by: orientation towards meeting leadership ambitions, building a career, obtaining additional military education. For women who stay in Ukraine, and for men, the country's future is largely connected with the development of Ukrainian language and culture, patriotism and a sense of pride for the victorious country. The ideas of the future of the country of women who are abroad are mostly characterized by the ideologies of cosmopolitanism, orientation towards the development of civic society, solving environmental problems, integration into international institutions, a sense of pride for the country due to its self-affirmation in the geopolitical space.

Practical value. The results of studying the peculiarities of usage of media content to visualize ideas about the future can be used to define regional characteristics of youth identification.

Prospects for further research are to define regional features of youth identification and taking into account these features to identify possible directions for the development of state educational policy.

Key words: visualization, planning the future, collage technique, war, media content, student youth, European integration.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Однією з ознак воєнного часу є трансформація ціннісних орієнтацій та соціальних настановлень, що призводить до зміни пріоритетів як у суспільній думці загалом, так і в уявленнях окремих осіб. Масштаби перетворень можуть бути різними, але, як правило, торкаються майже всіх життєво важливих сфер. Серед них і планування особистістю власного майбутнього, що набуває принципово інших контурів. Особливо у молодих людей. І це не дивно, адже учнівська і студентська молодь швидше, ніж у мирний час, дорослішає, у неї з'являються нові пріоритети, а щось, навпаки, втрачає для неї свою актуальність. Ці процеси не завжди усвідомлюються і часто відбуваються непомітно для самої людини. Тому фіксація динаміки змін в уявленнях молоді про майбутнє традиційними методами ускладнюється. Однак подолати ці труднощі можна. Наприклад, завдяки використанню можливостей соціальних медіа та медіаконтенту для візуалізації уявлень молоді про майбутнє.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. З огляду на специфіку соціальних медіа люди все частіше використовують візуальну інформацію для конструювання своєї ідентичності, самовираження та соціального спілкування, наприклад через обмін селфі та знімками повсякденного життя (Hand, 2017; Highfield, & Leaver, 2016).

Поступово розширюється сфера застосування візуалізації в психологічних дослідженнях. Так, у межах мультимодального підходу стає можливим вивчати особистий досвід, який важко вербалізувати (Boden, & Larkin, 2021). Відомим якісним методом групової роботи також є візуальна матриця, що застосовується для дослідження досвіду художньої постановки, або психосоціального впливу естетичних об'єктів, процесів чи подій на аудиторію, групу чи спільноту. За допомогою цього методу досліджуються психосоціальні та символічні аспекти культурних уявлень (Froggett, 2021).

Ми ж для вивчення психосемантичних особливостей візуалізації уявлень молоді про майбутнє скористалися проективною технікою колажу, що дає змогу актуалізувати особистісні переживання та дослідити окремі аспекти життєвого досвіду людини, які виявляються в її візуальних репрезентаціях. Ми вважали доцільним застосувати проективну методика «Географія візуальних образів», в основу якої покладено техніку створення колажу. Ця методика пройшла багаторічну апробацію в наших наукових та прикладних психологічних дослідженнях (Остапенко, 2014; Соснюк, & Остапенко, 2017).

Порівняно з традиційними методиками створення колажу, її використання має істотні переваги, пов'язані з певними процедурними і конструктивними особливостями. Так, під час створення колажу респондентам пропонується підписати кожен візуальний образ, щоб наділити зображення первинним індивідуальним значенням. Тобто методика дає змогу не тільки отримати інтегральні колажі, а й ідентифікувати цінності та особисті сенси, які репрезентують візуальні образи, використані респондентами. Крім того, застосування цієї проективної методики передбачає використання спеціальної інтерпретаційної схеми, розробленої О. П. Соснюком (2012) на основі ідей А. Branthwaite та L. Toiati (2005).

Мета статті полягає у висвітленні результатів емпіричного дослідження візуалізації уявлень про майбутнє студентської молоді з використанням медіаконтенту.

Виклад основного матеріалу дослідження. У нашому дослідженні респонденти здійснювали пошук візуальних образів серед широкого розмаїття медіаконтенту, представленого в соціальних медіа і на спеціалізованих платформах в інтернеті. У процесі аналізу створених досліджуваними колажів особливості прояву базових конструктів уявлень студентської молоді про майбутнє визначалися в площинах: раціонального, емоційного та життєвого досвіду, творчої пізнавальної активності. Детальний опис інтегральної інтерпретаційної схеми наведено в наших попередніх публікаціях (Соснюк, & Остапенко, 2017).

Методика колажів разом з інтерпретаційною схемою використано в емпіричному дослідженні психосемантичних особливостей уявлень студентської молоді про майбутнє на основі медіаконтенту. Дослідження проводилося під час повномасштабного вторгнення РФ, а саме протягом березня-квітня 2022 р., серед студентів закладів вищої освіти м. Києва, які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілів. Загальний обсяг вибірки – 91 особа (71 особа – жіночої статі, з них 36 перебували в Україні, зокрема на тимчасово окупованих територіях, а 35 – за кордоном; 20 осіб – чоловічої статі).

Усім досліджуваним пропонувалося за методикою «Географія візуальних образів» створити два колажі: «Мое майбутнє» і «Майбутнє України».

Попередній аналіз отриманих результатів дав змогу визначити **психосемантичні особливості уявлень студентської молоді про майбутнє**.

Узагальнені результати для колажів «**Мое майбутнє**» (жінок, що залишилися в Україні) відображають, зокрема, такі особливості (рис. 1):

Сутнісні характеристики. Щастя, щаслива родина, власне житло, улюблена справа, мирне небо, возз'єднання родини, саморозвиток, спокій, любов до 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, узагальнений попередній досвід. 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.



Рис. 1. Типовий колаж «Моє майбутнє» (жінки, що залишилися в Україні)

Деяко відмінні уявлення про власне майбутнє мають представники інших груп досліджуваних. Розгляньмо узагальнені результати для колажів *«Моє майбутнє» (жінок, що перебувають за кордоном)* (рис. 2).

Сутнісні характеристики. Щастя, кар'єра, родина, навчання в університеті, повернення додому, мирна Україна, успіх, забезпечення дітям щасливого майбутнього.

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

Життєвий досвід. Освіта, навчання, власне житло, любов до себе, технології, саморозвиток.

Креатив, узагальнений попередній досвід. Матеріальний добробут, спілкування з близькими друзями та родиною, гармонія, домашня тваринка.

Емоції та почуття. Задоволення від подорожей, хобі, здійснення благодійної діяльності, отримання водійських прав, життя в Європі.



Рис. 2. Типовий колаж «Моє майбутнє» (жінки, що перебувають за кордоном)

Простежуються відмінності в уявленнях про майбутнє між чоловіками і жінками. Так, узагальнені результати для колажів «*Моє майбутнє*» (*чоловіків*) свідчать про наявність певних особливостей (рис. 3).

Сутнісні характеристики. Щастя, родина, лідерство, гармонія із 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, узагальнений попередній досвід. 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.



Рис. 3. Типовий колаж «Моє майбутнє» (чоловіки)

Отже, виявлено 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 та возз'єднання сімей /повернення додому, наявність власного житла та улюбленої справи, спілкування з друзями та подорожі.

Водночас визначено певні відмінності в уявленнях про власне майбутнє для 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 властиві: спрямованість на швидке зростання матеріального добробуту, егоцентричність, гедоністична спрямованість на задоволення власних бажань. Уявленням чоловіків про власне майбутнє притаманні: спрямованість на задоволення лідерських амбіцій, побудову кар'єри, здобуття додаткової військової освіти.

Також ми проаналізували колажі досліджуваних, у яких здійснено спробу візуалізації уявлень про майбутнє країни. Узагальнені результати для колажів «**Майбутнє України**» (жінки, що залишилися в Україні) дають змогу визначити такі особливості (рис. 4):



Рис. 4. Типовий колаж «Майбутнє України» (жінки, що залишилися в Україні)

Сутнісні характеристики. Перемога, мирне, вільне, незалежне, високий рівень життя, територіальна цілісність, квітуча країна, одна з провідних держав, туристичний центр, зростання рівня патріотизму, залучення іноземних інвестицій, нове покоління патріотів, єдність, багата, ліберальна демократія, відповідальні громадяни, відновлення, популяризація та активний розвиток українського кіно, пошанування героїв.

Раціональні інтенції. Відновлена економіка, післявоєнна відбудова, технічно розвинені міста, покращення інфраструктури, світова підтримка, активний розвиток туризму, повернення українців, покарання зрадників, увага до людей з особливими потребами.

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

Креатив, узагальнений попередній досвід. Розвиток української культури, фінансове благополуччя, новітня інфраструктура, якісна освіта, гарні дороги, велика відбудова, перехід на українську мову, свідомі громадяни, нове покоління захисників і

Емоції та почуття. Гордість за країну, єднання для її відновлення, будівництво нових архітектурних чудес, свобода і незалежність, розвинений туризм.



Рис.6. Типовий колаж «Майбутнє України» (чоловіки)

Отже, ми з'ясували, що в уявленнях молоді про майбутнє України є також багато спільного. Молоді люди (незалежно від статі і місцеперебування) часто використовують для візуалізації національну символіку і культурні символи, зображення українських військових, з якими пов'язуються надії на мир, перемогу та відновлення територіальної цілісності держави, зображення повоєнної відбудови (міста з ультрасучасною інфраструктурою і транспортом). Також усі учасники дослідження бачать майбутнє України в ЄС і частина респондентів – у НАТО.

Завдяки аналізу результатів проведеного емпіричного дослідження ми виявили і певні відмінності в уявленнях представників окремих груп досліджуваних про майбутнє країни. Так, у жінок, які залишилися в Україні, і чоловіків майбутнє країни більшою мірою пов'язане з розвитком української мови та культури, патріотизмом і почуттям гордості за країну, що здобуває 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 завдяки її самоствердженню в геополітичному просторі.

Підсумовуючи результати емпіричного дослідження, варто зазначити, що виклики війни змінюють бачення молоддю власного майбутнього і майбутнього держави. Для його візуалізації використовується медіаконтент, який містить переважно національну символіку, зображення українських військових, що свідчить про патріотичну налаштованість молоді та чіткий вияв нею національної ідентичності.

Обмеження дослідження. У процесі дослідження ми визначили загальні тенденції та можливості використання медіаконтенту для візуалізації уявлень студентської молоді про майбутнє. Однак у дослідженні брали участь виключно студенти закладів вищої освіти, розташованих у м. Києві. Це змушує нас обережно ставитися до екстраполяції результатів на всю студентську молодь. Зазначені моменти ми спробуємо більш детально вивчити, здійснивши дослідження на розширеній і більш репрезентативній вибірці.

Соціальна та практична значущість дослідження полягає в можливості використання отриманих результатів щодо проектування майбутнього студентами для

подальшого вивчення регіональних особливостей ідентифікації молоді та розроблення напрямків розвитку державної освітньої політики.

Висновки та перспективи подальших досліджень. На основі результатів емпіричного дослідження визначено особливості візуалізації проектування молоддю власного майбутнього та майбутнього України з використанням медіаконтенту.

1. В уявленнях молоді про власне майбутнє (незалежно від статі і місцеперебування) є багато спільного: 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, властива спрямованість на реалізацію власних життєвих цілей завдяки особистій активності в професійній сфері, поступовість у зростанні добробуту, що має відповідати докладним зусиллям. Жінкам, які перебувають за кордоном, більшою мірою властива спрямованість на швидке зростання матеріального благополуччя, егоцентричність, гедоністична спрямованість на задоволення власних бажань. Уявленням чоловіків про власне майбутнє притаманні: спрямованість на задоволення лідерських амбіцій, побудову кар'єри, здобуття додаткової військової освіти.

2. В уявленнях молоді про майбутнє України також є багато спільного. Молоді люди (незалежно від статі і місцеперебування) часто використовують для візуалізації національну символіку та культурні символи, зображення українських військових, з якими пов'язуються надії на мир, перемогу та відновлення територіальної цілісності держави, зображення повоєнної відбудови (міста з ультрасучасною інфраструктурою і транспортом). Також усі учасники дослідження бачать майбутнє України в ЄС і частина респондентів – у НАТО. Виявлено, однак, і відмінності в уявленнях представників окремих груп досліджуваних про майбутнє країни. Так, у жінок, які залишилися в Україні, і чоловіків майбутнє країни більшою мірою пов'язується з розвитком української мови та культури, патріотизмом і почуттям гордості за країну, що здобуває перемогу. Уявленням про майбутнє країни у 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 завдяки її самоствердженню в геополітичному просторі. Загалом образ майбутнього України у них занадто ідеалістичний (недостатня увага до негативних наслідків війни), а ставлення до нього емоційно відсторонене.

Перспективи подальших досліджень полягають у встановленні регіональних особливостей ідентифікації молоді та врахуванні цих особливостей для виявлення можливих напрямків розвитку державної освітньої політики.

Декларація про конфлікт інтересів. Автор заявляє про відсутність потенційних конфліктів інтересів щодо дослідження, авторства та/або публікації цієї статті.

Фінансування. Дослідження проведено в межах науково-дослідної теми «Регіональні особливості ідентифікації учнівської та студентської молоді як чинник державної освітньої політики» (номер державної реєстрації: 0122U000669) лабораторії психології політичної поведінки молоді Інституту соціальної та політичної психології НАПН України.

Подяки. Автор публікації висловлює подяку студентам, що взяли участь у дослідженні, а також науковцям лабораторії психології політичної поведінки молоді.

Список використаних джерел

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

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

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

Boden, Z. & Larkin, M. (2021). Moving from social networks to visual metaphors with the Relational

Mapping Interview: an example in early psychosis. Paula Reavey (Eds.), *A Handbook of Visual Methods in Psychology. Using and Interpreting Images in Qualitative Research*. London and New York : Routledge. Taylor & Francis Group.

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

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

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

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

References

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

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

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

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

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

Ostapenko, I. V. (2014). Osoblyvosti vykorystannia proektyvnoi tekhniki «kolazh» dlia doslidzhennia uivavlennia studentskoi molodi pro vladni rezhymy. [Features of usage of projective technique "collage" and specifics of its use for studying of representations of student's youth about political power regimes]. *Aktualni problemy sotsiologii, psykholohii, pedahohiky*, 2 (23), 187–192. (in Ukrainian)

Sosniuk, O. P. (2012). Psykhosemantychna interpretatsiia vizualnykh obraziv u prykladnykh doslidzhenniakh. [Psychosemantic interpretation of visual images in applied research]. *Nauka i osvita*, 9, 201–205. (in Ukrainian)

Sosniuk, O. P., & Ostapenko, I. V. (2017). Psykhosemantychni osoblyvosti natsional'noy ta hromadjanskoj identychnosti studentskoi molodi. [Psychosemantic features of student youth's national and civic identity]. *Ukrayinskyi psykholohichnyi zhurnal*, 2 (4), 164–176. (in Ukrainian)