

**Асоціація політичних психологів України
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України**

ПРОБЛЕМИ ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

*Збірник наукових праць
Випуск 8 (22)*

Засновано в 1995 році

Київ 2019

**Association of Political Psychologists of Ukraine
Institute for Social and Political Psychology
at National Academy of Educational Sciences of Ukraine**

PROBLEMS OF POLITICAL PSYCHOLOGY

*Collection of scientific essays
Issue 8 (22)*

Founded in 1995

Kyiv 2019

УДК 32:159.9 (062.552)

Засновники:

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України

Асоціація політичних психологів України

Збірник входить до переліку фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата психологічних наук (рішення атестаційної колегії МОН України від 29.09.2016 р., наказ МОН України № 1222 від 07.10.2016 р.)

Рекомендовано до друку вченою радою Інституту соціальної та політичної психології НАПН України (протокол № 13/19 від 24.10.2019 р.)

У статтях збірника досліджуються методологічні і прикладні проблеми ідентичності українців, їхньої політичної соціалізації та формування громадянської компетентності. Розкривається практичний потенціал теорій психогеографії, парасоціальності та соціальної ідентичності в розв'язанні складних суспільних ситуацій. У політико-психологічному контексті обговорюються актуальні для українського суспільства питання опрацювання колективних травм та рефлексії колективних почуттів. Представлено результати емпіричного вивчення образу ідеального політичного лідера, психологічних особливостей функціонування політичних комунікацій, зокрема в інтернет-мережі, у процесі сприймання реклами тощо.

Адресується вченим, які працюють у галузях політичної психології та суміжних наук, викладачам і студентам.

Редакційна рада:

*М. М. Слюсаревський (голова, м. Київ),
М. Й. Варій (м. Львів), С. Д. Максименко (м. Київ),
М. І. Михальченко (м. Київ)*

Редакційна колегія:

*Л. А. Найдьонова, д-р психол. наук (голова);
Л. Г. Чорна, канд. психол. наук (заст. голови);
І. Г. Батраченко, В. О. Васютинський, О. В. Полунін,
К. В. Седих, В. О. Татенко, Н. В. Хазратова – доктори психол. наук;
М. Левицька – дійсний д-р психології; О. В. Суший – д-р наук з держ. упр.;
А. С. Роза – д-р філософії в галузі психології; Л. В. Григорівська – канд. пед. Наук*

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

© Асоціація політичних психологів України, 2019

© Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2019

UDK 32:159.9 (062.552)

Founders:

Institute for Social and Political Psychology at National Academy
of Educational Sciences of Ukraine
Association of Political Psychologists of Ukraine

This collection of articles has been included into the national professional periodicals of Ukraine. It may publish the thesis outcomes of those submitting for the research degree of a ScD or PhD in Psychology (the Qualifying Commission's decision, MES of Ukraine dd. 29/09/2016, Report MES of Ukraine № 1222 dd. 07/10/2016).

The Editorial Board functions within the Institute for Social and Political Psychology at the National Academy of Psychology of Ukraine and recommends this collection of articles for printing (Minutes № 13/19 dd. 24/10/2019).

The articles gathered in this collection deeply study methodological and applied issues of Ukrainians identity, political socialization and civil competence acquisition. They reveal practical potential of psychogeography, theories of parasociety and social identity when addressing holistic social problems. The collective trauma phenomenon and its healing, as well as collective feelings reflection have been disputed in the focus of political and psychological context and these issues are quite relevant for Ukrainian society. The empirical study findings about the ideal political leader image, the psychological features of political communications, namely on the Internet and when perceiving commercials etc. are laid out on the pages of this printed essays collection. Target audience: researchers in social and political psychology and related areas, teachers, and students.

Editorial Council

Mykola M. Sliusarevskyi (Head, Kyiv),
Myron Y. Variy (Lviv), Serhiy D. Maksymenko (Kyiv),
Mykola I. Mykhalchenko (Kyiv)

Editorial Board

Liubov A. Naidionova, Doctor of Sciences (Dr. Hab.) in Psychology (Chief Editor);
Lidiia G. Chorna, PhD in Psychology (Deputy Chief Editor);
Ivan G. Batrachenko, Vadym O. Vasiutynskyi, Oleksii V. Polunin, Kira V. Sedykh, Vitaliy O. Tatenko, Nigora V. Hazratova – Doctors of Sciences (Dr. Hab.) in Psychology ;Maria Lewicka – Doctor of Sciences (Dr. Hab.) in Psychology; Olena V. Sushiy – Doctor of Sciences (Dr. Hab.) in Public Administration; Rosa de Annamaria Sylvanas – Doctor of Sciences (Dr. Hab.) in Psychology; Liubov V. Grigorovska – PhD in Pedagogical Sciences.

Editorial office: 04070, Kyiv, str. Andreevskaya, 15

- © Association of Political Psychologist of Ukraine, 2019
- © Institute for Social and Political Psychology at NAES of Ukraine, 2019

ЗМІСТ

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА АКТУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

Жадан І.В. Соціально-психологічна модель громадянської компетентності	7
Чаплінська Ю. С. Привабливість образу медіаперсони в рамках парасоціальної теорії	22
Лазаренко В.А. Картографуючи переселення: потенціал використання психогеографічних методів для вивчення соціально-психологічного змісту вимушеного переселення	49
Кухарук О.Ю. Суспільні трансформації та ідентичність українців у контексті теорії соціальної ідентичності	63
Скнар О.М. Взаємодія в сім'ї як чинник розвитку громадянської компетентності молоді: основні поняття дослідження	74

КОЛЕКТИВНІ ТРАВМИ: ДОСВІД УСВІДОМЛЕННЯ І СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ДОЛАННЯ

Горностай П.П. Групові захисні механізми як форма реагування на колективні травми	89
Мяленко В.В. Психологічні особливості опрацювання травматичного досвіду спільнотою воїнів, які набули бойовий досвід в АТО/ООС	115
Дроздов О.Ю. Особливості атитюдів до війни серед вітчизняної молоді	127
Чуніхіна С.Л. Колективні почуття як чинники становлення соціальної інклюзії.....	140
Цукур О.Г. Врегулювання соціальних конфліктів засобами когнітивного спілкування	153

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ: ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ ТА ПСИХОТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ

Букач В.М., Окул І.І. Культурні та психологічні особливості застосування чорного гумору в політичній рекламі	165
Дроздова М.А. Динаміка уявлень студентської молоді про ідеального політичного лідера: з досвіду використання методики Л. Сонді	180
Краснякова А.О. Цифрова компетентність користувачів інтернету: соціально- та політико-психологічні аспекти дослідження.....	198

CONTENT

GUIDELINES AND POLITICAL PSYCHOLOGY CHALLENGES WITHIN TODAY'S SOCIETY DEVELOPMENT

Iryna V. Zhadan. A socio-psychological model of citizenship competence	8
Iuliia Chaplinska. The mediaperson's image attractiveness within parasocial theory.....	23
Valeria O. Lazarenko. Mapping displacement: the potential of using psychogeographical methods to explore the socio-psychological meaning of displacement.....	50
Olha Yu. Kukharuk. Public transformations and ukrainians' identity through social identification theory	64
Oksana Sknar. Family interrelations as the driver to foster youth civil competence: basic research concepts	75

AWARENESS EXPERIENCE, SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL TOOLS TO OVERCOME COLLECTIVE TRAUMAS

Pavlo P. Gornostai. Group defence mechanisms as a response form to collective trauma.....	90
Victoria V. Mialenko. Psychological peculiarities of traumatic experience processing process for servicemen community who obtained military experience in anti-terrorist operation zone / joint forces operation.....	116
Oleksandr Yu. Drozdov. The peculiarities of attitudes toward war among home youth	128
Svitlana Chunikhina. Corporate feelings are the factor establishing social inclusion	141
Olga H. Tsukur. Settlement of social conflicts by means of cognitive communication	154

POLITICAL COMMUNICATIONS. PSYCHOLOGICAL PATTERNS AND PSYCHOLOGICAL TECHNOLOGIES IMPACT

Valerii M. Bukach, Illia I. Okul. Black humour in political advertising. cultural and psychological attributes.....	166
Maryna A. Drozdova. Dynamics of the students perception of an ideal political leader. applying L. Sondi's test.....	181
Alla O. Krasniakova. Digital competence of internet users: social, political and psychological case study aspects.....	199

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА АКТУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ СУСПІЛЬНОГО РОЗВИТКУ

GUIDELINES AND POLITICAL PSYCHOLOGY CHALLENGES WITHIN TODAY'S SOCIETY DEVELOPMENT

УДК 159.9

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-25>

Жадан Ірина Василівна

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник,
завідувач лабораторії психології політичної поведінки молоді,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,
м. Київ, Україна

ORCID ID 0000-0001-5274-574X

Iryna_zhadan@ukr.net

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА МОДЕЛЬ ГРОМАДЯНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ

Проаналізовано уявлення про компоненти та прояви громадянської компетентності, обґрунтовано припущення про зумовленість її розвитку соціально-психологічними чинниками. Виокремлено наукові підходи до конструювання моделей громадянської компетентності: 1) на основі переліку компетенцій, які входять до кожного з компонентів моделі; 2) на основі переліку індикаторів компетентності; 3) на основі виокремлення компетентностей, які забезпечують бажаний результат на різних етапах виконання ролі громадянина. Громадянську компетентність визначено як інтегративну характеристику особистості, що ґрунтується на якостях (цінності, мотивації, настановлення, ставлення, ідентичності) та кваліфікаційних ознаках (здатності, готовності), необхідних і достатніх для ефективного виконання ролі громадянина. Показано, що громадянська компетентність не може бути сформована на основі знань та умінь навіть найвищого рівня і зумовлюється насамперед соціально-психологічними чинниками. Представлено соціально-психологічну модель громадянської компетентності, вибудовану відповідно до уявлення про формування здатностей і готовностей до виконання ролі громадянина на основі комплексу особистісних якостей (тобто здатності і готовності забезпечуються відповідними конфігураціями соціально-психологічних якостей, які актуалізуються відповідно до ситуації). Пропонований конструкт може виконувати функцію ідеальної соціально-психологічної моделі громадянської компетентності, водночас у разі

виокремлення індикаторів розвитку показників вона може бути операціоналізована й емпірично верифікована. Представлено аргументи на користь ідеї про визначальний вплив соціального середовища на розвиток громадянської компетентності. Показано, що середовище продукує певний дискурс громадянськості і підтримує (чи обмежує) практики, визначаючи координати простору громадянської взаємодії і встановлюючи її норми та правила, формуючи зрештою соціальне замовлення на певний формат громадянської компетентності. Виокремлено функції середовища, сприятливого для розвитку, визначено його ознаки та способи впливу.

Ключові слова: громадянська компетентність; соціально-психологічна модель; якості; кваліфікаційні характеристики; середовище; чинники розвитку.

Iryna V. Zhadan

PhD in Psychology, Senior Research,
Head of the Laboratory for Youth Political Behavior Psychology,
Institute for Social and Political Psychology
at National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0001-5274-574X
Iryna_zhadan@ukr.net

**A SOCIO-PSYCHOLOGICAL MODEL
OF CITIZENSHIP COMPETENCE**

The article analyzes the components and manifestations citizenship competence. It provides the rationale for the assumption that citizenship competence development is determined by socio-psychological factors. The author identifies scientific approaches to different modeling of citizenship competence based on 1) the list of competencies included into each model component; 2) the list of competence indicators; 3) identification of competences providing the desired result on different stages of the citizen role performance. *Citizenship competence* is defined as an integrative characteristic of an individual which is based on qualities (values, motivations, attitudes and identities) and qualification characteristics (ability and readiness) necessary and sufficient to effectively perform the role of a citizen. Citizenship competence cannot be formed on the knowledge and skills base, even if being of the highest level. It is determined primarily by social and psychological factors. The idea about the abilities and readiness to perform the role of a citizen are formed through the development of a set of personal characteristics underlying the author's approach to constructing the model of citizenship competence presented in the article. In other words, secondary level competencies (abilities and readiness) are provided by the relevant competency configurations of the

primary level actualized in different situations. The suggested model can be viewed as an ideal socio-psychological model of citizenship competence, and at the same time it can be operationalized and empirically verified if the indicators are determined. The author puts forward some arguments to support the decisive impact idea over the social environment on citizenship competence development. The environment produces a certain citizenship discourse and supports (or restricts) practices, hence it determines the coordinates of the citizenship interaction space and sets up its norms and rules. So the environment formulates a social order for a certain format of citizenship competence. The author determines functions of the environment favourable for the development of citizenship competence, its features and ways of influence.

Keywords: citizenship competence; socio-psychological model; qualities; qualification characteristics; environment; development factors.

Постановка проблеми. Соціально-психологічна зумовленість розвитку громадянської компетентності акцентувалася ще в працях основоположників компетентнісного підходу (Münkler, 1997; Равен 2002). Проте зусилля громадських об'єднань та освітян тривалий час спрямовувалися переважно на розвиток когнітивного компонента компетентності, що забезпечувало набуття молоддю знань щодо власних громадянських прав та окремих умінь, які мають допомогти особистості їх захистити. Молодь вільно оперує поняттям «активність» і декларує власну готовність до неї, проте ці декларації або взагалі не конвертуються в компетентну громадянську участь, або ж обмежуються виявом протестної активності. Відтак проблема виокремлення соціально-психологічних компонентів громадянської компетентності та визначення умов їх розвитку набуває актуальності як у контексті активізації чинників її розвитку, так і в контексті поглиблення наукових уявлень про психологічне підґрунтя громадянської компетентності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. Уявлення науковців про складники громадянської компетентності (громадянські компетенції) ґрунтуються на теоретичних підходах різного рівня узагальнення, що унеможливує їх систематизацію та ускладнює порівняння. Спробуємо виокремити ті моделі громадянської компетентності, які видаються найбільш продуктивними для вирішення завдань нашого дослідження, оскільки охоплюють соціально-психологічні компетенції.

Видається логічним почати аналіз з вимог компетентнісного підходу, який запроваджується в українській освіті. У методичних матеріалах, підготовлених у рамках розробок НУШ, представлено і структуру громадянської компетентності, компонентами якої, на думку розробників, є:

цінності і ставлення: «повага до людської гідності і прав людини», «толерантне ставлення до людей», «поцінювання рівності і справедливості», «відкритість і повага до інших думок, культур, переконань, поглядів, повага до людей», «громадянська свідомість», «відповідальність», «упевненість у своїх силах, самозарадність»;
навички: «автономного навчання», «аналітичного та критичного мислення», «конструктивної участі в житті місцевої громади та в процесі ухвалення рішень на всіх рівнях», «співпраці», «комунікативні», «ведення переговорів та мирного розв'язання конфліктів», «емпатії»;
знання: «самого себе і критична самооцінка», «знання та критичне розуміння світу» » (Рафальська та ін., 2017, с. 8).

Назви двох останніх компонентів представленої структури на перший погляд асоціюються з когнітивною компетенцією, проте, проаналізувавши їхнє змістове наповнення, можемо побачити і власне психологічні показники. Виокремлені авторами якості та кваліфікаційні ознаки у структурі громадянської компетентності не викликають заперечень, однак їх перелік не видається достатнім; водночас зміст окремих компетенцій, на нашу думку, потребує конкретизації або уточнення. Зокрема, категорія «громадянська свідомість» інтерпретується надто вузько, як усвідомлення важливості участі у виборах, натомість компетенція «знання та критичне розуміння світу» виглядає надто абстрактною. Пропонуючи свій перелік структурних компонентів громадянської компетентності, І. Трофимова, як і автори попередньої розробки, посилається на рекомендації Європейської комісії щодо ключових компетенцій для неперервної освіти. Однак компоненти її моделі дещо відрізняються не лише змістовим наповненням, а й кількісно (до знань, навичок, ставленнєвого та ціннісного компонентів додається компонент «ідентичності»). Як і автор попередньої структури, І. Трофимова до складу перших двох компонентів включає психологічні якості (такі як критична рефлексія, когнітивні здатності, креативність тощо). Дослідниця вважає громадянську компетентність трансверсальною (універсальною), спрямованою на розв'язання широкого кола проблем. Високий рівень розвитку громадянської компетентності особистості і спільноти, на її переконання, відкриває можливості для опанування «ефективних стратегій і методів управління новими ситуаціями», які виникають в умовах змін, а також «ненасильницьких способів унеможливлення і розв'язання... суперечностей і конфліктів» (Трофимова, 2015, с. 92). Ці позиції, на нашу думку, важливі для розуміння цілей громадянської поведінки і можуть бути індикаторами компетентності.

І. Трофимова вирізняє три рівні громадянської участі: мінімалізм, максималізм і критицизм. Компетенції кожного з рівнів відрізняються, відповідно і набір змістових елементів компонентів структури буде різним, а отже запропонована модель є орієнтовною.

Структурна модель громадянської компетентності, запропонована Р. Чулковою, являє собою перелік ключових компетентностей, кожна з яких розкривається через здатності. Авторка виокремлює компетентності: а) *дослідницьку* (здатності аналізувати й оцінювати ситуацію); б) *соціального вибору* (уміння здійснювати вибір і приймати рішення в конкретній соціальній ситуації, для розв'язання конкретних соціальних проблем); в) *соціальної дії* (реалізація прийнятого рішення); г) *комунікативну* (здатність до толерантної взаємодії з іншими в ході розв'язання соціальних проблем); д) *навчальну* (здатність до самоосвіти у світі, що змінюється) (Чулкова, 2014, с. 1). Пропонований Р. Чулковою перелік ключових компетентностей видається загалом логічним і таким, що відповідає уявленням про здатності, необхідні для виконання ролі громадянина. Однак поза увагою дослідниці залишився надзвичайно значущий, на нашу думку, аспект громадянської компетентності – прогностичний, адже антиципація і прогнозування наслідків своїх дій чи бездіяльності є важливою умовою ефективності громадянської поведінки.

З операціям на категорію «здатність» визначає громадянську компетентність і О. Шестоपालюк, зосереджуючи удачу переважно на діяльнісному її вимірі: «громадянська компетентність... це здатність оперативіно й ефективно діяти в ситуаціях соціальної взаємодії на основі інтегрального комплексу громадянських цінностей, якостей, пізнавального і практичного досвіду» (Шестоपालюк, 2010, с. 5).

Відповідно до логіки виконання ролі громадянина вирізняє складники структури громадянської компетенції також Г. Мюнклер, виокремлюючи когнітивну, процедуральну і габітуальну компетентності як компоненти структури громадянської компетентності (Münkler, 1997). У складі кожного з компонентів дослідник розглядає відповідні компетенції:

- *когнітивна компетенція* передбачає: певний рівень знань про інституційну будову політичної системи, функціональні взаємозв'язки і взаємодії всередині системи та готовність і здатність до їх засвоєння; поінформованість щодо технічних та природничо-наукових проблем застосування новітніх технологій у тих випадках, коли рішення щодо їх застосування ухвалюються на політичному рівні;
- *процедуральна компетенція* забезпечується знаннями та здатностями, необхідними для реалізації можливостей впливу і партиципації (насамперед щодо змісту та обсягу повноважень інститутів політичної системи та правових процедур), а також здатностями до тактичної і стратегічної взаємодії задля проголошення своїх цілей і преференцій;
- *габітуальна компетенція* зумовлена здатностями і настановленнями на практичну реалізацію знань та розв'язання

проблем. Особливої ваги набуває тоді, коли йдеться про здобуття суспільних благ ціною обмеження або й відмови від власної вигоди (Münkler, 1997).

3-поміж переваг пропонованого підходу варто відзначити включення дослідником до переліку когнітивних компетенцій не лише власне знань (поінформованості), а й когніцій як готовності і здатності до набуття знань. Водночас функціонали габітуальної і процедуральної компетентностей, на нашу думку, перетинаються, адже ефективна взаємодія і є сумарною компетентністю, а здатності до реалізації впливу і партиципації – інструментом. Відтак видаються проблематичними операціоналізація та оцінювання рівня процедуральної і габітуальної компетентності.

Дж. Равен основними складниками громадянської компетентності вважає:

- *внутрішні мотиваційні характеристики, пов'язані із системою цінностей особистості* (ініціатива, лідерство, інтерес до механізмів функціонування держави та організацій, уявлення про ймовірні їх впливи на особистість), підкріплені спеціальними знаннями;
- *уявлення та очікування, пов'язані з механізмами функціонування суспільства* (щодо ролі «Я» в організаціях і спільноті, щодо відповідальності та умов інноваційного розвитку);
- *адекватність трактування термінів*, які описують взаємодію («керівництво», «ухвалення рішень», «демократія», «рівність», «відповідальність», «підзвітність», «делегування відповідальності»)
(Равен, 2002).

Якщо абстрагуватися від авторського переліку чинників компетентної поведінки, модель громадянської компетентності, запропонована Дж. Равеном, видається надто спрощеною. Однак з урахуванням здатностей і готовностей (долучатися до діяльності високого рівня; сприяти тим, хто запроваджує нове і шукає більш ефективні способи розв'язання проблем тощо), які Дж. Равен вважає чинниками компетентності, структура громадянських компетенцій набуває більш виразних обрисів. Значну увагу дослідник приділяє розвивальному середовищу, яке, на його думку, є ключовим чинником розвитку громадянської компетентності, позаяк продукує ціннісні смисли, визначає бажані стилі поведінки, соціальні очікування тощо.

Два інших дослідники вивчали проблеми громадянської компетентності у розрізі проблем вищої освіти, а саме розвитку громадянської компетентності майбутніх учителів. О. Майданник, проаналізувавши інтерпретації громадянської компетентності в різних науках, дійшла висновку щодо продуктивності узагальненої моделі компетентності і виокремила в її структурі: знання, уміння, навички, переживання, емоційно-ціннісні

орієнтації та переконання особистості (Майданик, 2017, с. 86). В. Піддячий у структурі громадянської компетентності майбутнього педагога вирізняє: знання, уміння, практичні навички, способи мислення, професійні, світоглядні і громадянські якості та морально етичні цінності. На думку дослідника, динамічна комбінація перелічених елементів уможливорює ефективність громадянської поведінки (Піддячий, 2017, с. 78).

Представлений огляд моделей громадянської компетентності відображає напрями пошуку науковців, орієнтованих на розв'язання педагогічних, політичних або міждисциплінарних проблем. Утім, проблематику громадянської компетентності досліджували і психологи. Так, Ю. Борець, вивчаючи особливості громадянської компетентності майбутніх фахівців соціономічного профілю, у структурі громадянської компетентності вирізняє суспільно-пізнавальну, нормативно-регулятивну і поведінково-діяльнісну компетенції (Борець, 2014). І. Попович у структурі громадянської компетентності виокремлює: «знання (про громадянське суспільство), громадянську свідомість та самосвідомість, громадянську спрямованість, прийняття демократичних ідеалів та цінностей, духовний розвиток особистості» (Попович, 2016, с. 228). Визначальними в розвитку громадянської компетентності, на думку дослідника, є національна культура та соціальні очікування особистості. Трикомпонентну структуру громадянської компетентності пропонує і Н. Мельник. Щоправда, змістове наповнення кожного з компонентів (ціннісного, діяльнісного і процесуального) дослідниця не деталізує, відтак не достатньо зрозумілим є розрізнення діяльнісного і процесуального компонентів (Мельник, 2018, с. 7).

Легко переконатись, що представлені психологами моделі громадянської компетентності відтворюють логіку науковців-педагогів, а їхні автори зосереджують свою увагу на окремих психологічних аспектах розвитку чи функціонування громадянської компетентності. Так, Ю. Борець розглядає функції компонентів компетентності, І. Попович – умови та чинники становлення, Н. Мельник – ціннісні складники компетентності.

Підсумовуючи результати аналізу моделей громадянської компетентності, можемо виокремити три підходи до їх конструювання. За першого підходу структура компетентності є фактично переліком компетенцій або упорядкована відповідно до логіки їх формування – від знань, цінностей, ставлень до готовності і здатності (В. Піддячий, О. Майданик, І. Трофимова та ін.). Другий підхід ґрунтується на визначенні індикаторів сформованості громадянської компетентності як системи здатностей, що забезпечує виконання функцій громадянина (такою є модель Р. Чулкової). Прихильники третього підходу «прив'язують» структурні елементи компетентності до етапів реалізації ролі громадянина (як, наприклад, Г. Мюнклер).

З огляду на викладене вище можемо констатувати наявність відмінностей у використанні понять «компетентність», «компетентності» та «компетенції» (Шепелева, 2016; Кострова, 2011). Не деталізуючи відтак ці відмінності, обмежимося стислим поясненням власного бачення їх співвідношення.

Громадянську компетентність ми розуміємо як інтегративну характеристику особистості, яка ґрунтується на якостях (цінності, мотивації, настановлення, ставлення, ідентичності) та кваліфікаційних ознаках (здатності, готовності), необхідних і достатніх для ефективного виконання ролі громадянина. Відповідно громадянські компетенції – це ті якості та кваліфікаційні ознаки, які на даному етапі розвитку суспільства забезпечують ефективність громадянської взаємодії.

Метою статті є представлення соціально-психологічної моделі громадянської компетентності студентської молоді та визначення умов середовища, сприятливого для розвитку громадянських компетенцій.

Виклад основного матеріалу дослідження. На основі результатів аналізу здобутків науковців та результатів власних досліджень ми зробили спробу побудувати соціально-психологічну модель громадянської компетентності. Її компонентами стали соціально-психологічні якості (перший рівень моделі) та кваліфікаційні ознаки (другий рівень моделі), які, на нашу думку, є необхідними і достатніми для ефективного виконання ролі громадянина. Пропонована модель (рис.) ґрунтується на припущенні, що здатності і готовності до виконання ролі громадянина формуються на основі комплексу якостей (цінностей, мотивацій, настановлень, ставлень, ідентичностей), конкретні репрезентації яких постають як окремі компетенції. При цьому компетенції другого рівня (кваліфікаційні ознаки) забезпечуються відповідними конфігураціями компетенцій першого рівня (соціально-психологічні якості), які актуалізуються відповідно до ситуації. Пропонована модель може виконувати функцію ідеальної соціально-психологічної моделі громадянської компетентності, водночас у разі виокремлення індикаторів розвитку показників вона може бути операціоналізована та емпірично верифікована.

Можна дискутувати з приводу того, які смисли і змісти показників виокремлених якостей (компетенцій) актуальні саме тут і тепер, адже в процесі культурно-історичного розвитку змінюються уявлення про функції громадянина, а відтак і про те, які саме компетенції є необхідними і достатніми для ефективного громадянства.

На кожному з етапів суспільного розвитку «образ бажаної» громадянської компетентності артикулюється соціальним середовищем, яке задає координати простору громадянської взаємодії і встановлює норми та правила такої взаємодії, а отже, є «замовником» певного формату громадянської компетентності. Водночас суб'єкти громадянської взаємодії, відповідно до

наявних здатностей і готовностей, продукують власні смисли, моделі, цілі, реінтерпретують пропозиції дискурсів, упроваджують нові практики, змінюють норми і правила, а часом і масштаби взаємодії, зумовлюючи трансформування середовища та уявлень про громадянську компетентність.

Соціально-психологічні якості				
Цінності	Мотивації	Когнітивні настановлення	Ставлення	Ідентичності
свобода	залучення	на критичний аналіз інформації	соціальна відповідальність	суб'єктна
законність	активності	на раціональне оцінювання ситуації	толерантність до невизначеності	громадянська
соціальна солідарність	досягнення не лише особистого, а й спільного блага	на рефлексивний аналіз нового досвіду	соціальний інтерес	політична
взаємоповага	впливу на політику і суспільство		соціальна довіра	національна
співробітництво	самоорганізації для розв'язання спільних проблем самоконтролю і саморефлексії			регіональна
				глобальна

Кваліфікаційні ознаки	
Здатності	Готовності
до аналізу ситуації і планування активності	до партиципації (участі в управлінні, розв'язанні проблем, причетності, співробітництва ...)
до антиципації і прогнозування наслідків своїх дій	до здобуття суспільних благ ціною обмеження або й відмови від власної вигоди
до тактичної і стратегічної взаємодії в ході розв'язання суспільних проблем	змінювати і контролювати власне життя та ініціювати зміни у найближчому оточенні
до критичної рефлексії	до вирішення проблем в умовах невизначеності
аргументувати свої пропозиції (оцінки, дії тощо)	до толерантної взаємодії при вирішенні соціальних проблем
оцінювати ризики	
вести дискусію	
активно слухати	
визначати, що відповідає власним інтересам і який політичний вибір дає змогу забезпечити ці інтереси найбільшою мірою	

Рис. Соціально-психологічна модель громадянської компетентності

Розвивальний потенціал середовища (дидактичного, громадянського, освітнього, соціального тощо) досліджувався під кутом зору різних наукових підходів. Визначено ознаки розвивального середовища: насиченість, структурованість, трансформаційність, поліфункціональність, варіативність, доступність, безпечність (Бутвина, & Гаврашенко, 2019; LeCompte, Blevins, & Riggers-Piehl, 2019; Семенова, 2014). Побудовано низку моделей розвивального освітнього середовища (Семенова, 2014; Ясвин, 1997; Рубцов, Панов, & Поливанова, 2004). Здійснено політологічне обґрунтування впливу середовища на формування громадянської компетентності як соціального явища і як результату соціалізації особистості (Подлесная, 2006). Визначено функції розвивального середовища, які зумовлюють розвиток соціальної компетентності: соціально-комунікативну, соціально-інтегративну та особистісно-формувальну (Нагайченко, 2010). Ю. Мануйлов звертає увагу на «нішеву» структуру розвивального середовища, де ніша визначається як обмежений простір можливостей для розвитку особистості (Мануйлов, 2013).

Вирізняють три способи впливу середовища на розвиток громадянської компетентності:

- *прямий* (через обмеження);
- *опосередкований* (через поняття, уявлення і види компетентності, які розвиваються);
- *непрямий* – через мотивування до бажаних форм поведінки, через стиль поведінки (афіліативна, силова чи поведінка досягнення), який переважає у суспільстві, та особливості суспільної структури (спільність системи цінностей, очікувань і способів сприйняття) (Равен, 2002).

У подальшому дослідженні середовище розвитку громадянської компетентності ми розглядатимемо як простір соціальної взаємодії, репрезентований дискурсом громадянськості і громадянськими практиками, що зумовлюють розвиток якостей та кваліфікаційних характеристик суб'єктів.

Практична/соціальна значущість дослідження Запропонована соціально-психологічна модель громадянської компетентності в разі її операціоналізації може стати основою при розробленні інструментарію для емпіричного дослідження очікувань та впливів соціального середовища на розвиток громадянської компетентності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Громадянська компетентність, як інтегративна характеристика особистості, визначається рівнем сформованості її якостей (цінностей, мотивацій, настановлень, ставлень, ідентичностей) та кваліфікаційних ознак (здатностей і готовностей), необхідних і достатніх для ефективного виконання ролі громадянина. Перелік громадянських компетенцій та

визначення їхніх еталонних показників на кожному з культурно-історичних етапів розвитку суспільства прямо чи опосередковано, з більшим чи меншим ступенем конкретизації визначає спільнота.

Громадянська компетентність – динамічне утворення, насамперед тому, що спектр вирішуваних громадянами проблем (економічних, політичних, екологічних, релігійних тощо) надзвичайно широкий, відтак неможливо в принципі передбачити і засвоїти необхідні для їх розв’язання знання. А отже, ніякий обсяг знань та умінь, засвоєних особою, не гарантує ефективного виконання нею функцій громадянина. До того ж факт обізнаності щодо своїх прав і свобод, і навіть певний рівень умінь, не зумовлюють безпосередньо виникнення мотивації до їх застосування. Тобто громадянська компетентність не може бути сформована на основі знань та умінь навіть найвищого рівня і зумовлюється насамперед соціально-психологічними чинниками. Відповідь на питання про те, які саме якості та кваліфікаційні характеристики забезпечують ефективність виконання ролі громадянина, дає запропонована нами соціально-психологічна модель громадянської компетентності.

Наступним етапом нашого дослідження буде визначення індикаторів для оцінювання показників виокремлених компетенцій, розроблення інструментарію і проведення емпіричного дослідження особливостей впливу соціального середовища на розвиток громадянської компетентності студентської молоді.

Список використаних джерел

Борец, Ю. В. (2014). Социально-психологические контуры в исследовании гражданской компетентности. *Гуманитарный вектор. Серия: Педагогика. Психология*, 1 (37), 100–107.

Бутвина, О. Ю. & Гаврашенко, Е. С. (2019). Сущность и характеристика понятия «развивающая среда» в ДОУ. *Вестник науки и образования*, 10 (64), Ч. 4, 120–122.

Кострова, Ю. С. (2011). Генезис понятий «компетенция» и «компетентность». *Молодой ученый*, Т. 2, № 12, 102–104. Взято из <https://moluch.ru/archive/35/4011/>

Майданик, Е. (2017). Теоретические аспекты формирования гражданской компетентности будущих учителей. *Social Studies: Theory and Practice*, Vol. 2, № 1, 77–88.

Мануйлов, Ю. С. (2013). Концептуальные основы средового подхода в воспитании. *Вестник УРАО*, 1, 42–49.

Мельник, Н. І. (2018). Цінності громадянської компетентності як базові у професійній підготовці майбутніх вихователів. *Актуальні проблеми педагогіки, психології та професійної освіти*, 2, 7. Взято з <http://journals.urau.ua/apppf>

Нагайченко, Н. Н. (2010). Воспитывающая среда школы как фактор формирования социальной компетентности старшеклассников. *Ярославский педагогический вестник*, Т. II. *Психолого-педагогические науки*, 3, 94–97.

Піддячий, В. (2017). Сутність і зміст громадянської компетентності майбутнього педагога. *Молодь і ринок*, 7, 76–82.

Подлесная, Ю. Е. (2006). *Гражданская компетентность в современном обществе: политологические аспекты формирования и развития* (Автореф. дис. канд. полит. наук). Московский городской университет управления. Взято из <http://cheloveknauka.com/grazhdanskaya-kompetentnost-v-sovremennom-obschestve-politologicheskie-aspekty-formirovaniya-i-razvitiya>

Попович, І. В. (2016). Роль соціальних очікувань особистості у формуванні громадянських компетентностей. *Актуальні питання формування та розвитку громадянських компетентностей в Україні* (с. 227–231). Київ: НАДУ.

Равен, Дж. (2002). *Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация*. Москва: Когито-Центр.

Рафальська, М., Боярчук, О., Герасим, Н., Довженко, І., Кідалова, Н., Корольок, С. та ін. (2017). *Громадянська відповідальність: 80 вправ для формування громадянської та соціальної компетентностей під час вивчення різних шкільних предметів. 5-9 клас. Посібник для вчителя*. Київ.

Рубцов, В. В., Панов, В. І., & Поливанова, Н. І. (2004). Психологическое проектирование и экспертиза образовательной среды. В В. В. Рубцов (Ред.), *Московская психологическая школа: История и современность: в 3 т. Т. 3* (с. 246–258). Москва: ПИ РАО, МГППУ.

Семенова, Р. О. (Ред.) (2014). *Освітнє середовище як чинник становлення обдарованої особистості*. Київ–Кіровоград: Імекс-ЛТД.

Трофимова, І. Н. (2015). Гражданская компетенция: государственная политика или возможности для гражданина. *Россия реформирующаяся*. Вып. 13. Москва, с. 90–112.

Чулкова, Р. Г. (2014). Формирование гражданской компетентности учащегося как актуальная задача современной школы. *Современные проблемы науки и образования*, 2, 1. Взято из <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12381>

Шепелева, Т. Е. (2016). Соотношение терминов «гражданская компетенция», «гражданская компетентность» с понятием «гражданственность». *Мир науки*, Т. 4, № 2. Взято из <http://mir-nauki.com/PDF/61PDMN216.pdf>

Шестоपालук, О. В. (2010). *Теоретичні і практичні засади розвитку громадянської компетентності майбутніх учителів*. (Автореф. дис. д-ра пед. наук). Інститут педагогічної освіти і освіти дорослих. НАПН України, Київ.

Ясвин, В. А. (1997). *Образовательная среда: от моделирования к проектированию*. Москва: ЦКФЛ РАО.

LeCompte, C., Blevins, B., Riggers-Piehl, T. (2019). *Developing civic competence through action civics: A longitudinal look at the data*. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jssr.2019.03.002>.

Münkler, H. (1997). Der kompetente Bürger. In A. Klein, R. Schmalz-Bruns (Hrsg.) *Politische Beteiligung und Bürgerengagement in Deutschland Möglichkeiten und Grenzen* (s.153–172). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung.

References

Borets, Yu. V. (2014). Sotsialno-psikhologicheskkiye kontury v issledovanii grazhdanskoy kompetentnosti [Socio-psychological profiles in the study of civic competence]. *Gumanitarnyy vektor. Seriya: Pedagogika. Psikhologiya*, 1 (37), 100–107. (in Russian)

Butvina, O. Yu., & Gavrashenko, E. S. (2019). Sushchnost i kharakteristika ponyatiya «razvivayushhaya sreda» v DOU [The essence and characteristics of the concept of "developing environment" in the DOE]. *Vestnik nauki i obrazovaniya*, 10(64), Part 4, p. 120–122. (in Russian)

Chulkova, R. G. (2014). Formirovaniye grazhdanskoy kompetentnosti uchashhegosya kak aktualnaya zadacha sovremennoy shkoly [Formation of student civic competence as an urgent task of a modern school]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*, 2, 1. Retrieved from <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12381/>. (in Russian)

Kostrova, Yu. S. (2011). Genezis ponyatiy «kompetentsiya» i «kompetentnost» [Genesis of the concepts of “competence” and “competence”]. *Molodoy uchenyy*, vol. 12, 2, 102–104. Retrieved from <https://moluch.ru/archive/35/4011/> (in Russian)

LeCompte, C., Blevins, B., Riggers-Piehl, T. (2019). *Developing civic competence through action civics: A longitudinal look at the data*. Retrieved from <https://doi.org/10.1016/j.jssr.2019.03.002>. (in English)

Manuylov, Yu. S. (2013). Kontseptualnyye osnovy sredovogo podkhoda v vospitanii [Conceptual foundations of the environmental approach in education]. *Vestnik URAO*, 1, 42–49. (in Russian)

Maydanik, E. (2017). Teoreticheskiye aspekty formirovaniya grazhdanskoy kompetentnosti budushhikh uchiteley [Theoretical aspects of the formation of civic competence of future teachers]. *Social Studies: Theory and Practice*, Vol. 2, 1, 77–88. (in Russian)

Melnyk, N. I. (2018). Tsinnosti hromadianskoi kompetentnosti yak bazovi u profesiinii pidhotovtsi maibutnikh vykhovateliv [Values of civic competence as basic in the professional training of future educators]. *Aktualni problemy pedahohiky, psykhologii ta profesiinoy osvity*, 2, 7. Retrieved from <http://journals.urau.ua/appfpo>. (in Ukrainian)

Münkler, H. (1997). Der kompetente Bürger. In A. Klein, R. Schmalz-Bruns (Hrsg.), *Politische Beteiligung und Bürgerengagement in Deutschland Möglichkeiten und Grenzen* (s. 153–172). Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung. (in German)

Nagaychenko, N. N. (2010). Vospityvayushhaya sreda shkoly kak faktor formirovaniya sotsialnoy kompetentnosti starsheklassnikov [The educational environment of the school as a factor in the formation of social competence of high school students]. *Yaroslavskiy pedagogicheskiy vestnik. Tom II. Psikhologo-pedagogicheskiye nauki*, 3, 94–97. (in Russian)

Piddiachyi, V. (2017). Sutnist i zmist hromadianskoi kompetentnosti maibutnoho pedahoha [The essence and content of civic competence of the future teacher]. *Molod i rynek*, 7, 76–82. (in Ukrainian)

Podlesnaya, Yu. E. (2006). *Grazhdanskaya kompetentnost v sovremennom obshchestve: politologicheskiye aspekty formirovaniya i razvitiya* [Civil competence in modern society: political science aspects of formation and development]. Extended abstract of candidate's thesis Moskovskiy gorodskoy universitet upravleniya. Retrieved from <http://cheloveknauka.com/grazhdanskaya-kompetentnost-v-sovremennom-obshchestve-politologicheskiye-aspekty-formirovaniya-i-razvitiya>. (in Russian)

Popovych, I. V. (2016). Rol sotsialnykh ochikuvan osobystosti u formuvanni hromadianskykh kompetentnostei [The role of social expectations of the individual in the formation of civic competences]. *Aktualni pytannia formuvannia ta rozvytku hromadianskykh kompetentnostei v Ukraini* (pp. 227–231). Kyiv: NADU. (in Ukrainian)

Rafalska, M., Boiarchuk, O., Herasym, N., Dovzhenko, I., Kidalova, N. et al. (2017). *Hromadianska vidpovidalnist: 80 vprav dlia formuvannia hromadianskoi ta sotsialnoi kompetentnosti pid chas vyvchennia riznykh shkilnykh predmetiv. 5-9 klas. Posibnyk dlia vchytelia* [Civil Liability: 80 exercises for the formation of civic and social competences in the study of different school subjects. Grades 5-9]. Kyiv. (in Ukrainian)

Raven, J. (2002). *Kompetentnost v sovremennom obshchestve: vyyavleniye, razvitiye i realizatsiya* [Competence in modern society: identification, development and realization]. Moscow: Kogito-Tsentr. (in Russian)

Rubtsov, V. V., Panov, V. I., & Polivanova, N. I. (2004). *Psikhologicheskoye proektirovaniye i ekspertiza obrazova telnoy sredy* [Psychological design and examination of the educational environment]. *Moskovskaya psikhologicheskaya shkola: Istoriya i sovremennoist: v 3 tomakh*. Tom 3 (pp. 246–258). Moscow: PI RAO, MGPPU. (in Russian)

Semenova, R. O. (Ed.) (2014). *Osvitnie seredovyshe yak chynnyk stanovlennia obdarovanoi osobystosti* [Educational environment as a factor in becoming a gifted person]. Kyiv-Kirovohrad: Imeks-LTD. (in Ukrainian)

Shestopaluk, O. V. (2010). *Theoretical and practical principles for developing the civic competence of future teachers*. (Abstract of Thesis ... Doctor of Psychological Sciences). Institute of Pedagogical and Adult Education of the NAPN of Ukraine, Kiev. (in Ukrainian)

Shepeleva, T. E. (2016). *Sootnosheniye terminov «grazhdanskaya kompetentsiya», «grazhdanskaya kompetentnost» s ponyatiem «grazhdanstvennost»* [Correlation of the terms «citizenship», «citizenship» with the concept of «citizenship»]. *Mir nauki*, Vol. 4, № 2. Retrieved from <http://mir-nauki.com/PDF/61PDMN216.pdf/>. (in Russian)

Trofimova, I. N. (2015). *Grazhdanskaya kompetentsiya: gosudarstvennaya politika ili vozmozhnosti dlya grazhdanina* [Citizenship: public policies or opportunities for a citizen]. *Rossiia reformiruyushchayasya*, 13, 90–112. (in Russian)

Yasvin, V. A. (1997). *Obrazovatel'naya sreda: ot modelirovaniya k proektirovaniyu* [Educational environment: from modeling to design]. Moscow. (in Russian)

УДК 316.6:159.922.7; 366.1; 32:001.12

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-18>

Чаплінська Юлія Сергіївна

докторант, кандидат психологічних наук,

старший науковий співробітник,

лабораторія психології масових комунікацій та медіаосвіти,

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,

м. Київ, Україна

ORCID ID 0000-0002-8105-8954

artemis9977@gmail.com

ПРИВАБЛИВІСТЬ ОБРАЗУ МЕДІАПЕРСОНИ В РАМКАХ ПАРАСОЦІАЛЬНОЇ ТЕОРІЇ

У межах парасоціальної теорії розкривається тема привабливості образу медіаперсони для медіаспоживачів. На основі аналізу літератури визначено три основні напрямки наукових розвідок щодо заявленої теми, а саме: дитяча психологія, психологія споживчої поведінки та політична психологія. Представлено світовий науковий доробок щодо характеристик та вимог привабливості медіаперсони, а також створену на його основі за допомогою синтезу та узагальнення авторську універсальну модель. Відповідно до останньої привабливість медіаперсони залежить від двох основних параметрів – суб'єктивного і парасоціального. Суб'єктивний параметр охоплює характеристики внутрішні, зовнішні та поведінково-комунікативні. До внутрішніх належать інтелект, гумор, доброзичливість, щирість та надійність, чесність, повага до інших, позитивність, екстравертованість та певною мірою агресивність (несамовитість), до зовнішніх – демонстрація атрибутів успіху та багатства (наявність дорогих брендів та коштовних речей, розкішної нерухомості); регулярна зміна локацій та чек-інів; виражена сексуальність та зовнішня привабливість; до поведінково-комунікативних – обговорення “гострих” тем; розкриття широкому загалові інформації, що стосується особистого життя; регулярне поповнення та оновлення сторінок у соціальних мережах; яскравість, цікавість, новизна, достовірність, наочність та узгодженість наданої медіаспоживачам інформації; ініціювання різноманітних акцій у соціальних мережах, створення нових хештегів. Парасоціальний параметр об'єднує формування почуття дружності, наявність почуття близькості та інтимності, створення відчуття належності, готовність до наслідування та ідентифікації, поділяння цінностей з медіаперсоною. Результати дослідження становлять інтерес для представників різних медіаспільнот, формують універсальне підґрунтя для розроблення стратегій управління іміджем публічних осіб. Перспективи подальших досліджень автора пов'язує зі сферою політичної психології, а саме дослідженням впливу парасоціальної комунікації на електоральну поведінку.

Ключові слова: парасоціальна теорія; дитяча психологія; бажана ідентифікація; психологія споживацької поведінки; медіаспоживачі; політична психологія; образ політика.

Iuliia Chaplinska

Postdoctoral Researcher, Ph.D. in Psychology,
Senior Researcher,
the Laboratory for Mass Communications and Media Education Psychology,
Institute for Social and Political Psychology, NAES of Ukraine,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0002-8105-8954
artemis9977@gmail.com

**THE MEDIAPERSON'S IMAGE ATTRACTIVENESS
WITHIN PARASOCIAL THEORY**

This article reveals the topic of the media persona's image attractiveness for media consumers within parasocial theory framework. Based on reference material analysis, the author identifies three main areas in which scientific developments were conducted on the stated topic, namely: child psychology, consumer behaviour psychology and political psychology. The author presents the world research potential in terms of characteristics and requirements towards media persona's image attractiveness, as well as a universal model based on synthesis and information generalization and worked out by the author himself. According to this model the attractiveness of a media persona depends on two key parameters subjective and parasocial. The subjective parameter bridges internal, external and behavioural-communication characteristics. The internal ones consist of the intelligence, sense of humour, benevolence, sincerity, reliability, honesty, respectfulness, positivity, extraversion, and aggression (violence) to some extent. The external ones are: demonstrating success and wealth attributes (expensive brands and valuables, luxury real estate); regular check-in locations change; and expressive sexuality and appearance attractiveness. The behavioural-communication characteristics include: discussing "acute" topics; personal information disclosure to the public; regular updating social networks personal pages; brightness, curiosity, novelty, reliability, clarity and information consistency provided to media consumers; initiating various actions on social networks, creating new hashtags. The parasocial parameter combines the formation of a sense of friendliness, the presence of a sense of intimacy, creating the sense of belonging, willingness to be imitated and identified, sharing values with the media persona. This research is useful for various media communities, it forms a universal basis for shaping public image management strategies. The author uncovers the prospects for further research in the field of political psychology, namely the parasocial communication influence on the electoral behaviour.

Keywords: parasocial theory; child psychology; wishful identification; consumer behaviour psychology; media consumers; political psychology; image of a politician.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день у світовій науковій спільноті тема парасоціальності є однією з найбільш популярних серед медіапсихологічних досліджень (Giles, 2002), оскільки приваблює своєю широтою як спеціалістів з реклами та маркетингу, журналістів, політологів, так і медіапсихологів та медіапедагогів.

Одним з основних елементів парасоціальної теорії є медіаперсона, з якою медіаспоживачі і прагнуть побудувати взаємодію. Такою персоною можуть бути як реальні люди (спортсмени, актори, співаки, політики), так і вигадані персонажі (герої фільмів, мультфільмів та ігор), а також гібриди, такі як роботи, боти чи програми із штучним інтелектом. У рамках парасоціальної теорії *медіаперсону* визначають як віртуально-техногенне утворення, яке стає чинним елементом життєвого світу людини. Дослідники вже давно порушують питання про привабливість медіаперсон (знаменитостей) для глядачів (слухачів) та елементи, які її складають. У рамках парасоціальної теорії дослідження привабливості образів знаменитостей ведуться вже давно, але всі вони наразі розрізнені і мають на меті вивчення лише певних елементів, особливостей зовнішності чи комунікації (інформаційних повідомлень) або внутрішніх характеристик, що мотивують людей вважати ту чи іншу медіаперсону цікавою та привабливою для взаємодії. На жаль, досі не було визначено якоїсь універсальної моделі, яка поєднувала б дослідження різних напрямків та давала відповідь на питання “Які саме характеристики має демонструвати медіаперсона для того, щоб люди бажали сформувати з нею парасоціальну взаємодію?”, а також “Які саме характеристики будуть стимулювати формування лояльного ставлення до медіаперсони та стимулювати його, закріплювати таке ставлення на поведінковому рівні?”. Саме на ці питання ми й спробуємо дати відповідь у цій статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення частин загальної проблеми. На самому початку автори цієї концепції Дональд Гортон і Річард Воул описували ситуацію, коли в людей, що дивляться телевизор чи фільми або слухають радіо, виникає ілюзія, ніби вони спілкуються з медіаперсоною особисто (face-to-face). Дослідники визначали три основні характеристики парасоціальності (Horton, & Wohl, 1956). Перша – це ілюзорність таких стосунків, яка ґрунтується на *почутті інтимності* та взаємної обізнаності, – така собі імітація близькості, оскільки під час парасоціальної взаємодії медіаспоживачі відчують, ніби вони особисто і добре знають медіаперсону. Адже та використовує особливий тип комунікації (режим прямого адресування), спрямований на створення відчуття інтимності та конфіденційності в дистанційному спілкуванні, і користувачі відчують кожний сеанс взаємодії з медіаперсоною (медійним симулякром) як соціальну зустріч (хоча вона такою не є). Ознакою цього ілюзорного досвіду є те, що користувачі

відчувають почуття взаємної обізнаності, уваги та приязності – хоча ці взаємні характеристики насправді ілюзорні (Hartmann, & Goldhoorn, 2011). Друга характеристика – це *односторонність*. Глядачі зазвичай усе знають про життя медіаперсони, вони можуть впливати на своє ставлення до неї, осмислювати та переосмислювати інформацію про свого кумира, яку отримали завдяки ЗМІ, добудовувати віртуальні сцени у своїй свідомості за участі медіагероя, вступати з ним в мисленнєві діалоги і продовжувати полеміку за межами телевізійної експозиції. А медіаперсона ж часто вигаданий або створений іміджмейкерами персонаж, який не володіє свідомістю, для якого рефлексія у взаємодії з аудиторією є недоступною. Але варто зазначити, що з плином часу та розвитком інформаційних технологій ця характеристика, на нашу думку, втратила свою актуальність. Оскільки багато медіаперсон нині ведуть сторінки в соціальних мережах і мають змогу не тільки отримувати від аудиторії зворотний зв'язок, а й час від часу реагувати на питання, коментарі та пости фанів на своїх сторінках у соціальних мережах. Тобто нині комунікацію між медіаперсоною та аудиторією можна назвати умовно двосторонньою. Умовно, оскільки не завжди медіаперсони ведуть активне мережеве життя особисто, часто для цього вони наймають спеціально навчених професіоналів (контент-менеджерів, PR-менеджерів), а інколи людей навіть замінюють програмами зі штучним інтелектом (чатботи). Третя характеристика визначає парасоціальні стосунки як *аналог міжособистісної соціальної взаємодії*. Медіаспоживачі сприймають взаємовідносини між собою і медіагероем як такі, що нагадують їм дружні або, в окремих випадках, навіть романтичні. Хоча вони зазвичай вирізняються набагато слабшими емоційними зв'язками, ніж реальні стосунки. Поведінка медіаперсони під час кожного акту взаємодії (наприклад, телевізійних програм, комерційних або розважальних передач, інтерв'ю або ток-шоу) допомагає глядачеві сформувати власні враження про особистість медіагероя, його смаки та уподобання, стиль комунікації і т. ін. Як і в міжособистісних стосунках, ці враження впливають на почуття глядача і його бажання будувати чи не будувати парасоціальні стосунки з конкретною медіаперсоною (Alperstein, 1991).

Парасоціальна теорія вже досить довгий час розробляється фахівцями різних галузей та в різних куточках світу. Спираючись на аналіз зарубіжної наукової літератури, ми виділили три основних напрями, в яких велися наукові розробки щодо привабливості образу медіаперсони для споживачів у рамках парасоціальної теорії, а саме: дитячої психології, психології споживацької поведінки та політичної психології.

Мета статті – теоретичний аналіз досліджень у рамках парасоціальної теорії щодо характеристик привабливості медіаперсон для глядацької аудиторії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Першим напрямком, у якому розпочалося вивчення привабливості медійних персонажів у рамках парасоціальної теорії, була *дитяча психологія*. Він тісно пов'язаний з поняттям бажаної ідентифікації, зміст якої можна звести до вислову: “Мені б дуже хотілося бути схожим на людей у цій програмі”. Так, під час одного з перших досліджень Субхаш Лоніал і Стюарт Ван Аукен (1986 р.) вивчали взаємозв'язок гендеру і бажаної ідентифікації дітей з вигаданими медіаперсонажами (Lonial, & Van Auken, 1986). Усього в дослідженні взяло участь 83 дитини: 16 дітей, які відвідували дитячий садок; 23 учні другого класу та 26 – четвертого класу початкової школи; 18 учнів шостого класу середньої школи. Результати дослідження показали, що наймолодші респонденти та учні другого і четвертого класів школи ідентифікують себе з медіагероями однієї з них статі (тобто хлопчики ідентифікують себе з чоловіками, а дівчата – з жінками). А от відповіді учнів шостого класу середньої школи продемонстрували, що дівчатка можуть ототожнювати себе з деякими чоловічими персонажами. Відтак дослідники висунули гіпотезу, що дівчатка «відходять» від статевої конгруентності у віці від 12 до 13 років; пояснювали вони її маркетинговими меседжами рекламного характеру, що нав'язували дітям ідею унісексу.

Тему привабливості медіаперсонажів для дитячої аудиторії можна простежити також у дослідженнях Синтії Гофнер. Дослідниця опитала 155 дітей (79 хлопчиків і 76 дівчаток) віком від 7 до 12 років щодо їхніх бажань формувати парасоціальні стосунки та ідентифікувати себе з улюбленими медіаперсонажами протягом телевізійного сезону 1991-1992 років (Hoffner, 1996). Згідно з результатами дослідження майже всі хлопці та близько половини дівчаток обрали для себе фаворитами медіагероїв одностатевих з ними категорій. Хоча варто зазначити, що дівчатка, які обирали медійних фаворитів серед представників протилежної статі, розглядали їх радше в ролі псевдодруга, ніж об'єкта для ідентифікації. Також, на нашу думку, важливим є той факт, що на час проведення дослідження телевізійні портрети чоловіків були представлені в ЗМІ частіше і в більш різноманітних та в менш конвенційних (обумовлених) ролях, ніж портрети жінок (Signorielli, 1993). За допомогою регресійного аналізу дослідниця виділила риси характеру, які мають бути вираженими в медіаперсон для того, щоб діти хотіли будувати з ними парасоціальні стосунки та бажали бути більш схожими на них (бажана ідентифікація). Так, для чоловічих медіаперсонажів бажане ототожнення з ними передбачало наявність яскраво вираженого інтелекту та (лише у відповідях дівчаток) почуття гумору; а формування парасоціальних стосунків могло відбутися за умови наявності в них: інтелекту, зовнішньої привабливості та (лише у відповідях хлопчиків) сили (міцї, снаги). Для жіночих медіаперсон (їх обирали лише

дівчатка) зовнішня привабливість була єдиним значущим фактором. Хоча дівчатка оцінювали жіночих персонажів як більш розумних порівняно з чоловічими, але, на жаль, ця риса, очевидно, виявилася не важливою для формування парасоціальних стосунків та бажання ідентифікувати себе з медіаперсоною. На основі проведеного дослідження Гоффнер зробила висновки, що, по-перше, повідомлення, яке дівчатка отримують від телебачення, полягає в тому, що для жінок зовнішній вигляд має першочергове значення; по-друге, портрети чоловічих медіаперсон часто можуть підкреслювати цінність інтелекту та досягнень, тоді як жіночі медіаперсонажі, які проявляють такі риси, отримують менш позитивні (або навіть негативні) відгуки від глядацької аудиторії.

У 2002 р. Дженіфер Ремсі і Джудіт Ланглуа провели експеримент, щоб дослідити процес схематичної обробки інформації як функції стереотипування людської привабливості у дітей. Дорослий експериментатор читав дітям (віком від 3 до 7 років) вісім різних оповідань, де два персонажі різнилися за рівнем привабливості та виявляли позитивні або негативні риси, що відповідали або не відповідали стереотипу "краса – це добро". Після читання експериментатор показував кожній дитині фотографії відомих людей, щоб та ідентифікувала обличчя двох пропонувананих персонажів, вказавши на того, який виявив позитивні риси. Під час експерименту діти першої групи, коли їх попросили виявити жіночі персонажі із стереотипними рисами, припустилися більшої кількості помилок, ніж коли це їм слід було зробити щодо чоловічих персонажів. Експеримент у другій групі дітей повторив результати сприйняття жіночих персонажів, але не виявив різниці в помилках сприйняття чоловічих персонажів. Дослідники показали, що зовнішня привабливість персонажів впливає на сприйняття їх добрими або поганими, а також підтвердили гіпотезу про те, що гендерні стереотипи впливають на обробку інформації дітьми. Отже, вони пояснили, чому в суспільстві так повсюдно експлуатують стереотипи фізичної привабливості (Ramsey, & Langlois, 2002).

А Синтія Гоффнер продовжила свої дослідження 2005 р. разом із Мартою Б'юкенен (Hoffner, & Buchanan, 2005). Дослідниці виокремили три основні характеристики, що є ключовими, коли йдеться про привабливість медіагероя в очах глядацької аудиторії з погляду формування бажаної ідентифікації:

1. *Схожість (подібність)*. Дослідження показали, що глядачі (слухачі) найчастіше будують парасоціальні стосунки з медіагероями, які схожі на них за демографічними характеристиками: статтю, расою та віком (Miller, & Reeves, 1976; Lonial, & Van Auken, 1986; Harwood, 1999; McDonald, & Kim, 2001; Appiah, 2001). Бажана ідентифікація відбувається легше, коли споживач контактує з персонажами своєї статі. А втім,

є дослідження, які дають підстави стверджувати, що ця тенденція сильніше виражена у хлопчиків, ніж у дівчат (Reeves, & Nass, 1996). Крім того, бажана ідентифікація може посилюватись, коли подібність між медіагероєм і глядачем виходить за межі демографічних критеріїв. Так, Макдональд і Кім (McDonald, & Kim, 2001) виявили, що діти частіше переймають на поведінковому рівні стиль тих персонажів комп'ютерних ігор, які схожі на них не так зовнішніми, як внутрішніми характеристиками (власною особистістю). Сюзан Мюррей, наприклад, вважає, що ототожнення підлітків з Анжеолою із серіалу "Моє так зване життя" ("My So-Called Life") частково мотивувалося подібністю перипетій та проблем її життя з їхнім власним (Murray, 1999). Отже, бажана ідентифікація забезпечується також за рахунок подібності, яка виходить за межі демографічних критеріїв і щільно пов'язана з внутрішнім наповненням особистості.

2. Атрибути медіаперсон. Підсумовуючи досвід попередніх досліджень, Хоффнер виокремлює п'ять характеристик, за якими глядачі оцінюють бажаність медіаперсони з погляду формування парасоціальних стосунків: інтелект, успіх, привабливість, гумор і жорстокість (насильство) (Hoffner, & Cantor, 1991). Включення останньої характеристики у перелік пов'язане з високим рівнем стурбованості світової громадськості через вплив телевізійного насильства на дітей і можливі наслідки ідентифікації з медіагероями, що часто застосовують насильство щодо інших персонажів (Lemish, 2007).

Інтелект. Складене щодо інтелекту іншого враження є однією з ключових характеристик, за якою люди зазвичай оцінюють інших людей. У сприйнятті глядачів інтелект пов'язаний з такими характеристиками, як уміння медіаперсонажа розв'язувати проблеми, його соціальна компетентність та досягнення (Sternberg, 2000; Paulhus, 2000).

Успіх. На відміну від інтелекту, який є особистісною характеристикою медіаперсонажа, успіх передбачає досягнення бажаної мети або винагороди в результаті власних дій. Численні наукові дані свідчать, що люди прагнуть бути схожими на успішних героїв (Bandura, 1986; Livingstone, 1987; Koutsobinas, 2015). Завдяки низці досліджень було показано, що діти наслідували успішних медіаперсон або хотіли бути схожими на них, навіть якщо їхня поведінка суперечила особистісним цінностям глядача (Bandura, Ross, & Ross, 1963; Basil, 1996).

Привабливість. Досить широкий спектр досліджень кінця 1970-х – початку 2000-х років показав важливість ролі зовнішньої привабливості для бажаної ідентифікації (Reeves, & Greenberg, 1977; Hoffner, 1996; Signorielli, & Bacue, 1999; Ramsey, & Langlois, 2002). Як уже зазначалося, у результаті досліджень Гоффнер було виявлено, що привабливість стала у дівчаток основним критерієм бажаної ідентифікації із жіночими

медіаперсонажами. Але з огляду на результати своїх подальших досліджень Гоффнер стала пов'язувати цю особливість з винагородами. Зокрема, бажані риси батьки зазвичай підкреслюють або винагороджують тим чи іншим способом. Хлопчиків найчастіше винагороджують за досягнення і певні акти самоствердження, а дівчаток – за зовнішню привабливість, молодий, квітучий вигляд. І чоловічі, і жіночі персонажі на телебаченні, як правило, виглядають краще, ніж середньостатистична людина, причому це твердження особливо стосується до жінок: вони здебільшого молоді, худенькі і фізично привабливі (Signorielli, 2001). Ця модель у телевізійних зображеннях передає повідомлення, що для жінки зовнішність має першорядне значення. Навіть на дитячі відповіді щодо медіагероїв впливають стереотипи зовнішнього вигляду, і цей ефект сильніший для жіночих медіаобразів (Ramsey, & Langlois, 2002).

Гумор. Це один з найважливіших атрибутів, за яким глядачі (слухачі) диференціюють медіаперсонажів (Reeves, & Greenberg, 1977; Zillmann, 2000). Гумор зазвичай вважають привабливою особистісною рисою у романтичних партнерів, друзів, тож він, зрозуміло, збільшує привабливість комп'ютерних персонажів (Bippus, 2000). Утім, дослідження Браяна Рівза і Брендона Грінберга показали, що гумор не відіграє провідну роль у формуванні бажаної ідентифікації у дітей. Дослідники пояснювали це тим, що кумедні персонажі здебільшого не викликають повагу в інших (тобто їх вважають блазнями), тоді як більш серйозні медіагерої отримують більшу підтримку аудиторії (Reeves, & Greenberg, 1977). Крім того, Рівз і Лометті виявили, що гумор негативно пов'язаний з атрибутом “розумності” (Reeves, & Lometti, 1979). Ключовими характеристиками гумору є приниження і зняктовіння медіасимволів; медіаперсонажів з почуттям гумору часто зображують у негативному світі (Zillmann, 2000).

Жорстокість (наси́льство). Насильство на телебаченні є сьогодні загальною тенденцією. Агресорами здебільшого виступають медіаперсонажі чоловічої статі. Дослідження показують, що найбільш активні глядачі телепередач, у яких постійно демонструється насильство, найімовірніше, будуть обирати насильство як спосіб розв'язання конфліктів і, найімовірніше, будуть поводитись агресивно (Smith, Nathanson, & Wilson, 2002; Lemish, 2007). Дослідження змісту телевізійного насильства виявили, що “хороші” герої, на відміну від “лиходіїв”, вчиняють більше насильницьких дій. Значна кількість цих актів винагороджується в контексті програми, і покарання за насильство майже не буває (Smith, Nathanson, & Wilson, 2002).

3. Повага (захоплення) іншими медіаперсонажами. Браян Рівз і Брендон Грінберг з'ясували, що повага або підтримка з боку інших медіаперсонажів також справляє значний вплив на бажання глядачів

будувати парасоціальні стосунки з цим медіасимволом (Reeves, & Greenberg, 1977). Очевидно, що медіагерой, ізольований від інших, знецінюється, оскільки медіаспоживачі розглядають медіаперсон здебільшого в контексті їхньої взаємодії з іншими в програмі (Livingstone, 1987; Hoffner, & Cantor, 1991). На оцінку бажаності медіагероя для телеглядачів впливає, наприклад, те, якою мірою ним захоплюються інші медіасимволи, чи поважають і люблять вони його. Ці характеристики слугують сигналом цінності та привабливості медіаперсони та її поведінки для споживачів медіаконтенту (Fouts, & Burggraf, 2000).

Більш пізні дослідження в цьому напрямку здебільшого порушували питання впливу: (1) знаменитостей на бажання бути схожими на них зовні (Madere, С. М., 2019), (2) сексуалізованих медіаперсон на уявлення підлітків про самих себе та статеві стосунки з представниками протилежності статі (Brown, 2002; Rademacher, 2007; Grabe, Ward, & Shibley, 2008); (3) особливостей самопрезентації дітей у соціальних мережах, таких як Facebook, Twitter, Instagram, та їхньої правдивості (Herring, & Kapidzic, 2015).

Другий напрямок наукових досліджень вивчав *споживчу поведінку* та можливості парасоціальної теорії для маркетингу, продуктового PR-у та просування товарів на ринку. Використання знаменитостей для рекламування та просування того чи іншого товару за допомогою ЗМІ почалося ще задовго до того, як телевізор став звичним предметом кожного домогосподарства. Схема була проста: медіаперсона могла схвально відгукнутися про товар, могла його розхвалювати, а могла просто придбати для себе чи носити, що ставало, власне, найкращим доказом якості цього товару, відтак звичайні споживачі, прагнучи наслідувати зірок, теж замовляли цей товар. Але відтоді, як інтернет став доступний для більшості споживачів земної кулі, способи взаємодії між великими компаніями, їхніми брендами та споживачами почали дещо видозмінюватися (Fiorella, & Brown, 2013; Li, Cui, & Ma, 2015). Соціальні мережі, зокрема YouTube, Instagram і Twitter, заповнилися блогами та блогерами, які часто не просто інспектують той чи інший товар, а й рекламують його, тестуючи на собі (Marshall, 2014; Coursaris, & Van Osch, 2016). Таким чином, уже не знаменитості чи селебріті, а звичайні люди стають медіаперсонами та агентами впливу (агентами змін) для широкої медіаспоживачької аудиторії (Raven, 2008; Molyneaux, O'Donnell, Gibson, & Singer, 2008).

Одним із найважливіших критеріїв привабливості медіаперсони для споживачів є її зовнішні параметри (Baker, & Churchill, 1977; Joseph, 1982; Reingen, & Kernan, 1993; Winham, & Hampl, 2008). Так, дослідження Різвана Халіда і Техріма Ясмїна, проведене 2019 р., мало на меті проаналізувати вплив фізичної привабливості медіаперсон на споживчу

поведінку покупців. У дослідженні взяло участь 376 респондентів віком від 17 до 30 років (207 жінок і 169 чоловіків). Особливості вибору вікової категорії респондентів дослідники пояснювали тим, що саме цей контингент є цільовим споживачем конкретного товару, який був обраний як об'єкт дослідження (мобільні телефони). Акцент робився на тому, що в рекламі мобільних телефонів нові або невідомі обличчя використовуються рідше порівняно з рекламою із знаменитостями. Результати дослідження підтвердили пряму кореляцію між зовнішньою привабливістю медіаперсони і бажанням медіаспоживача придбати товар. Важливим фактором для покупців стала також “надійність” знаменитості, тобто її доброчесність, сумлінність та незаплямованість її імені через різного роду скандали (більша частина вибірки цього дослідження мала яскраво виражений релігійний характер, тому цей критерій був важливий). Тому якщо знаменитість добре відома, однак вона не є при цьому надійною, то така медіаперсона не зможе вплинути на бажання клієнтів купувати товар (Khalid, & Yasmeen, 2019). Цікавим, на нашу думку, є дослідження Лінн Кале і Памели Гомер, яке демонструє, що споживач формує у своїй свідомості стереотип реагування на фізично привабливих людей і тому використання знаменитостей у рекламі може позитивно змінювати ставлення споживачів бренду і товару завдяки перенесенню позитивного ставлення до привабливої людини на товар (Kahle, & Homer, 1985).

Є чимало досліджень щодо того, які характеристики зовнішнього вигляду вважаються привабливими, а які ні. Більшість із них зосереджено навколо формування і представлення “привабливих” образів у ЗМІ. Так, стандартом краси вважаються стрункі дівчата з ідеально гладенькою, аж сяючою шкірою (Bissel, & Rask, 2010). У зв'язку із цим у світі продажів набув поширення стереотип, відповідно до якого використання пишних, гладких моделей, які вважаються “товстими”, не сприяє збільшенню продажів настільки, як використання “худих” (D'Alessandro, & Chitty, 2010). Оскільки такі моделі відіграють важливу роль у маркетинговій комунікації, маркетологи ретельно вивчають загальноприйняті стандарти краси в різних країнах світу. Це дає їм змогу створювати такі рекламні кампанії, що будуть мати позитивні відгуки. Наприклад, в індонезійській рекламі жінки-знаменитості повинні мати струнку, ідеальну постать і білу шкіру, а також довге волосся, оскільки саме ці риси розцінюються як привабливі в цій культурі (Prianti, 2013). Також є досить багато досліджень, у яких простежується зв'язок між зображенням “ідеальної краси” в рекламі і вірою жінки, заохочується прагнення наслідувати такі ідеали (Bissel, & Rask, 2010). Однак варто зауважити, що самі ЗМІ часто диктують жінкам стандарти краси: те, що стосується кольору їхньої шкіри, форми губ чи очей, довжини волосся, а інколи навіть того, що стосується їхніх етнічних особливостей, віку, інвалідності тощо (Prianti, 2013).

Ще одним способом посилення привабливості образу медіаперсони для споживачів є її сексуалізація. Так, Гален Клавіо і Андреа Геурин досліджували використання сексуальних образів у спортивних блогах. Для цього вони проаналізували 10 найпопулярніших спортивних блогів, оцінивши 1166 представлених у них зображень. За результатами дослідження було виявлено, що 5% зображень на корпоративних спортивних блогах сприймалися як сексуально сугестивні, тоді як близько 11% зображень у незалежних спортивних блогах експлуатували сексуальні образи; загалом 60 зображень з усіх використаних у дослідженні були означені як сексуально сугестивні, причому 44 із них (73,3%) були жіночими. Що ж до загальної кількості за ознакою статі, то 43,1% зображень жіночих образів можна вважати сексуально сугестивними (порівняно з трохи менш як 1% зображень чоловічої статі) (Clavio, & Geurin, 2011). Отож можемо зробити висновок, що сексуальні зображення жінок частіше, ніж чоловічі, експлуатуються для просування спортивних товарів. Отримані дані відповідають результатам попередніх досліджень сексуально сугестивних зображень жінок у традиційних спортивних засобах масової інформації (Duncan, 1990; Hardin, Linn, & Walsdorf, 2005).

Щоправда, є автори, які стверджують, що роль зовнішньої привабливості не можна вважати однозначно провідною. Дослідження, проведене Джанг Еюн Лі і Бренді Уоткінс серед споживачів розкішних брендів у США, виявило дві важливі характеристики відеоблогерів для формування парасоціальної взаємодії, а саме: фізичну і соціальну привабливість. В їхній інтерпретації фізична привабливість – це виключно характеристика зовнішнього вигляду, а соціальна привабливість поєднувала в собі особистість блогера і те, наскільки він цікавий для аудиторії як партнер по спілкуванню. Ще одним важливим фактором, який виокремили Лі і Уоткінс, стали цінності та внутрішнє наповнення медіагероя – як необхідність того, що особа блогера має бути зрозумілою і близькою особистості глядача. Для дослідження цього критерію автори ставили респондентам питання щодо спільних уявлень та цінностей між ними і блогером (наприклад, блогер казав, що тестувати засоби для макіяжу на тваринах неправильно, відтак респондента запитували, чи вважає він так само). Як важливий фактор привабливості блогера дослідники назвали його мобільність (можливість подорожувати) і “крутість” (Lee, & Watkins, 2016). А дослідження Маналі Ханівале підтверджує, що у випадку, коли медіаспоживачі відчують себе близькими до агента впливу, їхня довіра до нього зростає, а це, зі свого боку, впливає на прийняття рішення щодо купівлі товару (Khaniwale, 2015). Останнім часом збільшується кількість досліджень, які ставлять внутрішній світ особистості на перше місце, а зовнішність – на друге. Оскільки особливостями блогів є те, що їх можуть дивитися люди з усього світу, характеристика

зовнішньої привабливості медіаперсони почала сприйматися як ненадійна, бо, як уже зазначалося вище, уявлення про ідеали краси в різних куточках світу неоднакові і їх неможливо адаптувати під усіх глядачів. (Хоча досить багато маркетологів для просування своїх брендів детально вивчають культурні аспекти та канони краси в різних країнах). Але інтернет-блогери зазвичай не мають схильності підлаштовуватися під аудиторії конкретної країни, оскільки ведуть трансляції “на весь світ”, і саме тому акцент почав зміщуватися на саму особистість блогера, риси його характеру, екстравертованість та відкритість до аудиторії, а не концентруватися виключно на зовнішності (Marshall, & Barbour, 2015).

Ще одним важливим фактором, який впливає на поведінку покупців та формування парасоціальної взаємодії, була достовірність наданої блогером інформації (Martawilaga, & Purwanegara, 2016; Ananda, & Wandebori, 2016). Сіюнг Чунг і Хічан Чо підтвердили важливість такого фактору, як довіра споживачів до наданої медіаперсоною інформації (Chung, & Cho, 2017). У відповідях учасників їхнього опитування чітко простежувалася впевненість, що продукт, який був схвалений знаменитістю, із якою медіаспоживачі сформували парасоціальні стосунки в соціальних мережах, обов’язково буде належної якості та виправдає їхні очікування. Учасники аргументували цю віру тим, що громадська репутація медіаперсони служить гарантією того, що рекламований продукт і справді матиме високу якість.

У 2017 р. Клавдія Тін Хев досліджувала вплив особистості б’юті-блогерів на купівельні наміри медіаспоживачів Нідерландів. Дизайн її дослідження ґрунтувався на моделі “Великої п’ятірки особистості”, яка охоплює п’ять параметрів: *екстравертованість* (захоплений, енергійний, активний і напористий), *доброзичливість* (добрий, симпатичний, вміє прощати), *сумлінність* (ефективний, організований, відповідальний та ретельний), *невротичність* (тривожний, напружений, зворушливий і нестійкий), *відкритість до нового досвіду* (зацікавлений, має образне мислення, оригінальний) (Becker, 1999; Bilsky, & Schwartz, 1994). Нідерландським споживачам пропонувалося переглянути два коротких ютуб-кліпи, а потім їм ставили питання щодо особливостей сприйняття ними двох б’юті-блогерів; про те, яка ймовірність купівлі ними товарів, що обговорювалися у відеороликах, і чи порекомендують вони ці товари друзям і знайомим. Результати дослідження показали, що соціальна привабливість, пов’язана з тим, наскільки *доброзичливим* сприймався відеоблогер, мала найбільший вплив на купівельні наміри споживачів. Такі риси характеру, як *екстраверсія* та *сумлінність*, носили друге місце. Цікавим, на нашу думку, є той факт, що дослідниця виявила зниження наміру купівлі у споживачів, якщо у відеоблогера була яскраво виражена така риса, як *сумлінність* (соціальна привабливість та екстраверсія

позитивно впливають на купівельні наміри). Тобто чим відповідальнішим сприймається б'юті-блогер, тим менше споживачів мають намір купувати товари, які представляються цією людиною. Пов'язано це із цікавістю подання інформації, часом, витраченим б'юті-блогером на "розмовування" та пояснення деталей, а також браком належної "легкості" у самої медіаперсони (Have, 2017).

На привабливість образу медіагероя впливають також його поведінкові патерни та особливості комунікації з медіаспоживачами. Так, Аліса Марвік і Дана Бойд описали маркетингову стратегію залучення знаменитостей до просування закладів харчування (Marwick, & Boyd, 2011). Вони стверджували, що у послідовників медіаперсони посилюються почуття близькості та інтимності щодо медіасимволу, коли знаменитість саморозкривається, демонструючи буденні в її житті речі. Вони наводили приклад такої демонстрації повсякденного життя, здійснюючи онлайн-трансляцію сніданку в ресторані або розмови з працівниками в магазині. Такі речі послідовникам здаються привабливими через особистий характер таких постів. Маркетологи використовують цю особливість парасоціальної взаємодії для популяризації ресторанів, оскільки коли підписники бачать, що медіаперсона нещодавно опублікувала якийсь пост з певного закладу харчування, це може вплинути на їхнє бажання відвідати це ж місце і зробити там селфі, таким чином ніби наближаючись до життя знаменитості. Важливим інструментом дослідники вважають також використання та створення певних хештегів, які сприяють просуванню товарів та послуг: знаменитості можуть коментувати як свої фотографії, так і фотографії підписників з ресторанів, створювати за допомогою хештегів цілі акції та певні умовні спільноти.

Чунг і Чо, досліджуючи поведінкові патерни послідовників медіаперсон у соціальних мережах, зробили основний акцент на формуванні почуття дружності (Chung, & Cho, 2017). Спираючись на результати інтерв'ю, можна стверджувати, що медіаспоживачі справді говорили про знаменитостей так, ніби вони їх особисто знали, як про своїх близьких друзів, переказуючи особисті історії знаменитостей, які вони бачили лише у своїх соціальних мережах. І основним критерієм побудови ілюзії близькості у споживачів було регулярне поповнення оновленнями та історіями з особистого життя знаменитостей їх сторінок у соціальних мережах. Як і у випадку Маналі Ханівале, дослідження Хрестини Ковальчик та Кетрін Паундерс підтвердило, що емоційна прихильність до медіаперсон впливає на медіаспоживачів та їхнє бажання придбати схвалений знаменитістю товар (Kowalczyk, & Pounders, 2016). Наприклад, Інеса Лотоніна описує кейси споживчої поведінки послідовників медіаперсон. Так, одна респондентка придбала органайзер лише через зображення знаменитості на його обкладинці; інший респондент

зазначив, що відвідує з друзями ресторан, який належить знаменитості, оскільки вони хотіли б підтримати особисту справу медіаперсони, що їм подобається. Учасники зізналися, що вони дуже уважно стежать за знаменитостями та їхніми щоденними справами, а особливо прийомами їжі (Lotonina, 2019).

Третій напрямок розкривався в аспектах *політичної психології*. Відразу слід зазначити, що логіка створення політичного іміджу спирається на три більш широкі риторичні основи: (1) *the ethos* (ідеал, характер), пов'язаний з образом політичного лідера; (2) *the pathos*, пов'язаний з мобілізацією афекту (емоційні реакції); та (3) *the logos*, пов'язані з логікою та когнітивними стратегіями (Drolet, Lalancette, & Caty, 2015; Flanagan, 2014). Вони органічно вбудовуються в політичний маркетинг, орієнтований на економіку держави, політичний імідж самого кандидата та бажання електорату. Особливо це помітно в нинішньому світовому політичному контексті, який можна розкрити через актуальну метафору “сучасна демократична політика – це битва конкуруючих образів” (Scammell, 2015, р. 9). Тому останні дослідження в цьому напрямку так чи інакше пов'язані із соціальними мережами та представленням образу політика в них, а також зосереджуються на комунікації між політичною медіаперсоною та її електоратом. Нагадаємо про те, що Хортон і Воль визначили односторонність парасоціальної взаємодії як основну її характеристику. Але з плином часу та розвитком інформаційних технологій цю характеристику, на нашу думку, можна назвати умовною. Більшість політичних діячів ведуть сторінки в соціальних мережах, де є можливість отримати зворотний зв'язок від свого електорату – у вигляді лайків, коментарів або навіть приватних повідомлень. Звісно, що не всі політичні діячі ведуть такі сторінки самостійно, у більшості випадків це роблять професіонали – контент- або PR-фахівці, а часом навіть програми зі штучним інтелектом. Деякі політики ведуть свої відеоблоги. Наприклад, Прем'єр-міністр України Олексій Гончарук у своєму блозі “Чашка з Прем'єром” розповідає людям про останні нововведення та зміни, що відбуваються в країні; або візьмімо відеоповідомлення Президента України Володимира Зеленського в Instagram, де він окреслює досягнення та плани на майбутнє щодо загальнодержавної політики, а також веде прямі трансляції із своїх спортивних тренувань у фітнес-клубах.

Свого часу Брюс Ньюмен говорив про створення та презентацію образу політика. За його словами, образ часто “створюється за допомогою візуальних вражень, які передаються фізичною присутністю кандидата, його появою в ЗМІ, досвідом і записом, оскільки ця інформація інтегрується у свідомість громадян” (Newman, 1999, р. 92). Актуальною світовою тенденцією є зміщення фокусу уваги медіаспоживачів з текстових повідомлень на зображення, інфографіку та відеоповідомлення; і в політичній

рекламі тенденція “від текстового до візуального” теж проявилася не менш яскраво (Marland, 2012; Lalancette, & Tourigny-Koné, 2017). Особливо у зв’язку з популяризацією соціальних медіа як інструментів формування іміджевих політичних повідомлень та медіаобразів. І, напевно, саме тому дослідження привабливості політичних медіаперсон у межах парасоціальної теорії зосереджуються навколо соціальних мереж.

Енні Геллвег 2011 р. досліджувала зміст соціальних сторінок відомих політиків, розглядаючи їх як певні тактичні інструменти виборчих кампаній. Результати контент-аналізу та опитувань показали, що виборці на сторінках кандидатів найбільше цінують інформацію особистого змісту, ніж надійні, елегантні та загальноінформаційні повідомлення. Дослідниця, аналізуючи повідомлення політиків у Twitter, зауважила, що виборці більш прихильно ставляться до політиків з персональним контентом, ніж до тих, хто висвітлює професійний контент (Hellweg, 2011). Варто зазначити, що результати цього дослідження логічно вписуються в канони парасоціальної теорії взаємодії медіаспоживачів і медіаперсон. Виявлена Геллвег закономірність нині є загальносвітовим брендом: електорат розглядає політичних діячів як людей, а вже потім як професійних політиків. Яскравим прикладом тут може бути Президент України Володимир Зеленський, який веде активне життя в соціальних мережах і постить досить багато особистої інформації, а не тільки те, що стосується його державної посади.

Карін Лібхарт і Петра Бернхардт провели дослідження стратегічного використання Instagram під час виборчої кампанії на посаду федерального президента Австрії у 2016 р. Дослідниць цікавило стратегічне використання платформи як агітаційного каналу кандидата в президенти Олександра Ван дер Беллена (Alexander Van der Bellen). Основною гіпотезою дослідження було припущення, що створення, добирання та поширення візуальних зображень може допомогти сформувати політичні образи та керувати ними. Візуальні зображення в Instagram були класифіковані дослідницями на основі аналізу типу зображення (Grittmann, & Ammann, 2009; 2011) з метою реконструкції основної процедури вибору та візуальних стратегій. Вони виокремили три основні стратегії: (1) біографія кандидата (біографічна стратегія), (2) представлення його передвиборчої команди (стратегія команди) та (3) представлення кандидата як посадової особи (чинна стратегія). Результати дослідження показали, що за допомогою зображення виборцям надається важлива інформація про релевантність кандидата та загальний опис його політичної кампанії, завдяки чому у людей формуються певний образ та очікування. Політики демонструють різні аспекти своєї особистості, їх відповідність кваліфікаційним вимогам щодо посади, яку вони хочуть зайняти, та розуміння ними політики. У цьому випадку

зазначені меседжі краще передають саме зображення, а не словесна чи текстова форма (Liebhart, & Bernhardt, 2017). Крім того, у цьому випадку можна говорити про створення образів як побудову й поширення певних наративів, також відомих як візуальна риторика, покликаних апелювати до «вузької» публіки, мобілізувати та переконувати її (так зване обрамлення повідомлень). Акцент на конкретних типах зображень не лише розкриває те, як кандидат хоче презентувати себе електорату, а й образ/бачення тієї політики, яку він планує пропагувати (Liebhart, & Bernhardt, 2017). Мішель Заппавінья пояснює психологічні особливості медіаспоживачів та прихильників саме Instagram “темпоральністю соціальної мережі, в якій зображення розміщуються як потік змісту, що хронологічно розгортається, а також привілейованість стилів фотографії”, які ніби говорять “Ти можеш бути тут зі мною”. Таким чином глядач може переглядати зображення в режимі реального часу – “як тільки це буде розміщено”, а також переглядати в будь-який зручний для нього час та актуалізувати відтак почуття та емоції, які були пов’язані з першим переглядом цього контенту (Zappavigna, 2016, p. 283).

Ланс Беннетт, досліджуючи політичний імідж та зображення політиків, виокремив основні характеристики, які мають бути властиві зображенням, аби вони дістали позитивний відгук у потенційного електорату: (1) простота (“image shaping”) політичних образів є інструментальною, оскільки робить їх більш емоційно та інтелектуально доступними для їхньої цільової аудиторії; (2) виразність візуальних повідомлень (“message salience”), тобто образи прямі, яскраві та наочні, матимуть більший та послідовніший вплив на аудиторію; (3) узгодженість образів на всіх платформах комунікацій, через які вони поширюються; (4) достовірність (“message credibility”) у політичних образах може допомогти встановити або посилити профіль події, причини чи політичного діяча серед цільової аудиторії (Bennett, 2016). Деякі із цих характеристик виразно перегукуються з результатами досліджень, які ми представляли в напрямку споживчої поведінки. А це може свідчити про те, що вимоги медіаспоживачів до медіаперсон будь-якої сфери – спортивної, розважальної, політичної – є спільними і загальними.

Продовжуючи тему візуального представлення політиків у соціальних мережах, Ахіллеас Карадімітріу та Анастасія Венеті 2016 р. звернули увагу на політичні селфі. Науковці стверджують, що політичні селфі переконфігурували і змінили традиційні способи політичної комунікації за допомогою чотирьох чітких і при цьому взаємопов’язаних напрямків використання: (1) самостійно створений матеріал, коли політик оминає традиційні засоби масової інформації; (2) почуття близькості та інтимності, яке формується у медіаспоживачів; (3) інструмент політичного брендингу та (4) схема привернення уваги ЗМІ.

Це дослідження зосереджується на представленні гучних подій у соціальних медіа; дослідники припускають, що політичні селфі можна розглядати як новий тип іміджевих інструментів, які кидають виклик застарілим уявленням про традиційну політичну постать і формують нові уявлення – з аурую близькості та інтимності. Спираючись на низку відомих і вражаючих політичних селфі, на теорію про медіаподії та парасоціальну теорію, учені довели, що, порівняно з минулим, цей новий тренд сприяє приверненню уваги електорату та формує оновлені особистісні бренди політичних діячів (Karadimitriou, & Veneti, 2016). Як відомо, перед тим як брати участь у голосуванні, виборці часто враховують особисті якості кандидатів: чесність, інтелігентність, дружелюбність, щирість, надійність та лідерство, які можна візуально передати різними способами (King, 2002; Lobinger & Brantner, 2015). Саме тому особливо важливими та цікавими, на нашу думку, є дослідження саме особистісних брендів політичних діячів.

Міррей Лалансетт і Вінсент Рейно досліджували динаміку управління іміджевими зображеннями та їхній вплив на лідерство в контексті постійної цифрової агітації та політики медіаперсон у Канаді. Це дослідження становило для нас особливий інтерес, оскільки зосереджувало свою увагу на офіційній сторінці Instagram Джастіна Трюдо протягом першого року після його обрання 19 жовтня 2015 р. Усі публікації, які з'явилися на особистому Instagram-каналі прем'єр-міністра Канади в період між 19 жовтня 2015 р. і 19 жовтня 2016 р. були заархівовані (загалом 145 унікальних публікацій). Далі зображення кодувалися за п'ятьма аспектами: (1) структура і композиція нерухомих фотографій в Instagram та рухомих зображень; (2) структура і зміст підписів в Instagram (наприклад, використання механізмів тегів [@], хештегів, емоджі); (3) політичні питання (наприклад, відносини з урядовими міністерствами та відомствами); (4) сценічні показники, зображені на основі типологій, розроблених Corner & Pels (2003) та Van Zoonen (2006), наприклад, ЗМІ та громадські, політичні, приватні; і (5) непомітні сцени Instagram та нерухомі зображення (наприклад, естетика, фізичне розташування, наявність символів). За результатами дослідження було встановлено, що візуальна риторика та звернення Трюдо базувалися на зображенні (*the ethos*) молодой, доглянутой та позитивної людини, що прислухається до будь-якої особистої чи громадської думки. Instagram Трюдо в Інтернеті використовується здебільшого для представлення його в основному як політичного об'єкта і значно меншою мірою – для відображення його приватного життя. Охопивши низку різноманітних подій від святкування Геллоуїна до маршового параду гей-гідності, зустрічей міжнародних громадських та політичних діячів, оголошення державних інвестицій або висловлення співчуття людям, що постраждали від терактів або стихійних лих, він передав своєму електорату оптимістичне повідомлення про Канаду та його способи управління.

Автори дослідження наголошували на тому, що образи часто вражають набагато більше, ніж слова або фотографії Трюдо (участь у параді гей-гідності або відвідування культурних чи релігійних урочистостей), справляють значно сильніший вплив на громадян, ніж більш традиційні текстові політичні повідомлення, та зміцнюють його імідж як політичного діяча. Але варто звернути увагу і на те, що особиста стрічка Трюдо в Instagram також була посилена представленням його особистого життя, через образи щасливого в подружньому житті чоловіка та люблячого батька. Це робилося за допомогою відеообразів із зображенням його родини, яка супроводжувала Трюдо під час різноманітних заходів як у Канаді, так і за кордоном. Такі повідомлення створювали враження його звичайності (схожості на всіх інших канадських чоловіків), оскільки його публічний образ відповідає канадській нормі гетеронормативного характеру. Завдяки наголошуванню цих аспектів підсилювався емоційний (*the pathos*) та інтелектуальний (*the logos*) зв'язок політика з громадянами Канади (Lalancette, & Tourigny-Koné, 2017). Більше того, наголос на позитивному політичному іміджі дав змогу Трюдо підкріпити свій авторитет і привабливість як політика, так і особистості. Завдяки поєднанню образів та підписів Трюдо продемонстрував риси, які можуть бути привабливими для широкої публіки: чесність, щирість, надійність, доброзичливість та лідерство (Lalancette & Raynault, 2017).

Особистий внесок автора. Як видно з результатів огляду вищезазначених джерел, багато елементів привабливості медіаперсони перегукуються один з одним, навіть попри різну спрямованість їх дослідження. З огляду на це і підсумовуючи всю представлену нами дослідницьку інформацію з різних куточків світу та за різні проміжки часу, ми сформували *універсальну теоретичну модель привабливості образу медіаперсони*. У моделі поєднано два основні параметри – суб'єктивний і парасоціальний. Суб'єктивні ознаки вказують на ті характеристики, які має демонструвати медіаперсона для того, щоб викликати зацікавленість та прихильність у медіаспоживачів; парасоціальні ознаки є предикторами того, що люди прагнуть перетворити парасоціальну інтеракцію в парасоціальні стосунки (пролонговану і більш глибоку емоційну взаємодію).

Розгляньмо детально складники цих ознак.

1. Суб'єктивні вимоги:

а) *внутрішні характеристики:* інтелект, гумор, доброзичливість, щирість та надійність, чесність, повага до інших, позитивність, екстравертованість та певною мірою агресивність (несамовитість);

б) *зовнішні характеристики:* демонстрація атрибутів успіху та багатства (наявність дорогих брендів та коштовних речей, розкішної нерухомості); регулярна зміна локацій та чек-інів; виражена сексуальність та зовнішня привабливість;

в) *поведінково-комунікативні характеристики*: обговорення “гос-трих” тем; розкриття широкому загальному інформації, що стосується особистого життя; регулярне поповнення та оновлення сторінок у соціальних мережах; яскравість, цікавість, новизна, достовірність, наочність та узгодженість наданої медіаспоживачам інформації; ініціювання різноманітних акцій у соціальних мережах, створення нових хештегів.

2. Парасоціальні вимоги:

а) формування почуття прихильності, дружності (коли медіаспоживачі сприймають медіаперсону як друга чи хорошого знайомого, тобто людину з плоті і крові, якій вони довіряють);

б) наявність почуття близькості та інтимності (коли користувачі відчують кожний сеанс взаємодії з медіаперсоною як соціальну зустріч (хоча вона такою не є), результатом якої є глибоке почуття взаємної обізнаності, конфіденційності, уваги та емоційного зв'язку);

в) відчуття належності (коли медіаспоживач прагне бути частиною великої референтної групи людей, таких самих як і він, що поділяють його симпатії щодо конкретної медіаперсони);

г) готовність до наслідування медіаперсони та ідентифікації з нею (коли людина хоче бути схожою на улюблену медіаперсону, копіюючи її на рівні зовнішності і поведінки);

д) поділяння цінностей із медіаперсоною (для формування глибоких почуттів до медіаперсони медіаспоживач має знайти певні точки дотику; відчувати, що медійний симулякр такий самий, як і він; сформувати ілюзію поділяння думок, почуттів та цінностей).

Саме виконання перелічених суб'єктивних і парасоціальних вимог спонукає медіаспоживача щоразу підтверджувати свою лояльність до медіаперсони на поведінковому рівні (наприклад, ходити на кожен фільм, де знімався улюблений актор; купляти товари із символікою улюбленого спортсмена або користуватися засобами, які рекламує блогер, послідовником якого є медіаспоживач).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проаналізувавши велику кількість наукових джерел під кутом зору парасоціальної теорії, ми означили три найбільші напрямки, у межах яких велися практичні дослідження привабливості образу медіаперсон для медіаспоживачів. Перший напрямок, який зосереджувався на дитячій психології, порушує питання бажаної ідентифікації дітей з медіаперсонами, особливостей їх наслідування та впливу медійних образів на розвиток і самосвідомість молодого покоління. Другий напрямок – психологія споживчої поведінки – здебільшого досліджує світові тренди з погляду формування образу, правильного для ефективних рекламних кампаній; у цьому напрямку велися найширші дослідження – від зовнішніх параметрів до з'ясування особливостей самої особистості медіаперсони.

Третій напрямок – у межах політичної психології – розкривається через політичні комунікації та різноманітні інформаційні повідомлення; це пов'язано зі стрімким розвитком інформаційних технологій та зміною іміджу політиків – із “божественних та недосяжних” на “звичайних, простих, із народу”.

На основі узагальнення та синтезу отриманої інформації створено авторську універсальну модель привабливості медіаперсони в межах парасоціальної теорії. Модель містить два компоненти, які доповнюють один одного, і їх наявність є предиктором формування у медіаспоживачів внутрішньої готовності до демонстрації своєї лояльності медіаперсоні на поведінковому рівні.

Подальші перспективи досліджень ми вбачаємо у сфері політичної психології, а саме у вивченні впливу парасоціальної взаємодії на електоральну поведінку.

References

Alperstein, N. M. (1991). Imaginary Social Relationships. with Celebrities Appearing in Television Commercials. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 35, 43–58. (in English)

Ananda, A. F., & Wandebori, H. (2016). The impact of drugstore makeup product reviews by beauty vloggers on youtube towards purchasing intention by undergraduate students in Indonesia. In *International Conference on Ethics of Business, Economics, and Social Science*, pp. 255–263. (in English)

Appiah, O. (2001). Black, White, Hispanic, and Asian American adolescents' responses to culturally embedded ads. *The Howard Journal of Communications*, 12, 29–48. (in English)

Baker, M. J., & Jr. Churchill, G. A. (1977). The impact of physically attractive models on advertising evaluations. *Journal of Marketing research*, 14(4), 538–555. (in English)

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall, P. 617. (in English)

Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. A. (1963). Vicarious reinforcement and imitative learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 601–607. (in English)

Basil, M. D. (1996). Identification as a mediator of celebrity effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40, 478–495. (in English)

Becker, P. (1999). Beyond the big five. *Personality and Individual Differences*, 26 (3), 511–530. (in English)

Bennett, W. L. (2016). *News: The Politics of Illusions (Tenth Edition)*. New York: Pearson, P. 304. (in English)

Bilsky, W., & Schwartz, S. H. (1994). Values and personality. *European Journal of Personality*, 8 (3), 163–181. (in English)

Bippus, A. M. (2000). Making sense of humor in young romantic relationships: Understanding partners' perceptions. *Humor: International Journal of Humor Research*, 13, 395–417. (in English)

Bissell, K., & Rask, A. (2010). Real Women on Real Beauty: Self discrepancy, internalisation of the thin ideal, and perceptions of attractiveness and thinness in Dove's campaign for Real Beauty. *International Journal of Advertising*, 29 (4), 643–668. (in English)

Brown, D. J. (2002). Mass Media Influences on Sexuality. *Journal of Sex Research*, 39 (1), 42–45. (in English)

Chung, S., & Cho, H. (2017). Fostering parasocial relationships with celebrities on social media: Implications for celebrity endorsement. *Psychology & Marketing*, 34 (4), 481–495. (in English)

Clavio, G., & Geurin, A. (2011). Gender and Sexually Suggestive Images in Sports Blogs. *Journal of Sport Management*, 25, 295–304. (in English)

Corner, J., & Pels, D. (2003). *Media and the restyling of politics. Consumerism, celebrity and cynicism*. London, England: Sage, P. 201. (in English)

Coursaris, C. K., & Van Osch, W. (2016). Beauty brands versus vloggers: Exploring the effects of source credibility on information adoption on youtube. *ECIS 2016 Proceedings* (pp. 1–9). Istanbul: AIS Electronic Library. Retrieved from http://aisel.aisnet.org/cgi/viewcontent.cgi?article=1031&context=ecis2016_rip [Accessed 20 Nov. 2019]. (in English)

D'Alessandro, S., & Chitty, B. (2011). Real or Relevant Beauty? Body Shape and Endorser Effects on Brand Attitude and Body Image. *Psychology & Marketing*, 28 (8), 843–878. (in English)

Drolet, M.-J., Lalancette, M., & Caty, M. E. (2015). *ABC de l'argumentation. Pour les professi-onnels de la santé et toute autre personne qui souhaite convaincre* [ABC of Argumentation for Health Professionnals or Everyone who Whises to Convince]. Québec, Canada: Presses de l'Université du Québec, P. 380. (in French)

Duncan, M. C. (1990). Sports photographs and sexual difference: Images of women and men in the 1984 and 1988 Olympic Games. *Sociology of Sport Journal*, 7, 22–43. (in English)

Fiorella, S., & Brown, D. (2013). Logic and reasoning (or how we learned to love influence marketing). In S. Fiorella, & D. Brown (Eds.), *Influence Marketing: How to Create, Manage, and Measure Brand* (pp. 1–2). Indianapolis: Que publishing. (in English)

Flanagan, T. (2014). *Winning power. Canadian campaigning in the 21st century*. Montreal, Quebec, Canada: McGill-Queen's University Press, P. 252. (in English)

Fouts, G., & Burggraf, K. (2000). Television situation comedies: Female weight, male negative comments, and audience reactions. *Sex Roles*, 42, 925–932. (in English)

Giles, D. C. (2002). Parasocial interaction: A review of the literature and a model for future research. *Media Psychology*, 4, 279–305. (in English)

Grabe, S., Ward L. M., & Shibley, J. (2008). The Role of the Media in Body Image Concerns Among Women: A Meta-Analysis of Experimental and Correlational Studies. *Psychological Bulletin*, 134 (3), 460–476. (in English)

Grittmann, E., & Ammann, I. (2009). Die Methode der Quantitativen Bildtypenanalyse. Zur Routinisierung der Bildberichterstattung am Beispiel von 9/11 in der Journalistischen Erinnerungskultur [The method of quantitative image type analysis. On routines in visual press coverage. The example of 9/11 in journalistic remembrance]. In T. Petersen & C. Schwender (Eds.), *Visuelle Stereotype* [Visual stereotypes], pp. 141–158. (in German)

Grittmann, E., & Ammann, I. (2011). Quantitative Bildtypenanalyse [Quantitative image type analysis]. In T. Petersen & C. Schwender (Eds.), *Die Entschlüsselung der Bilder* [Decoding of images] (pp. 163–178). (in German)

Hardin, M., Lynn, S., & Walsdorf, K. (2005). Challenge and conformity on “contested terrain”: Images of women in four women's sport/tness magazines. *Sex Roles*, 53 (1/2), 105–117. (in English)

Hartmann, T. & Goldhoorn, C. (2011). Horton and Wohl revisited: Exploring viewers' experience of parasocial interaction. *Journal of Communication*, 61(6), 1104–1121. (in English)

Harwood, J. (1999). Age identification, social identity gratifications, and television viewing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 43, 123–136. (in English)

Haveten, C. E. (2017). *Beauty vloggers and their influence on consumer-buying intentions (The case of the Netherlands)*. Erasmus University Rotterdam. Retrieved from <https://thesis.eur.nl/pub/39696/Have-Charlotten.pdf> [Accessed 20 Nov. 2019]. (in English)

Hellweg, A. (2011). Social Media Sites of Politicians Influence Their Perception by Constituents. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 2 (1), 22–36. (in English)

Herring, S. C., & Kapidzic S. (2015) Race, Gender, and Self-Presentation in teens profil photographs. *New Media & Society*, 17 (6), 958–976. (in English)

Hoffner, C. (1996). Children's wishful identification and parasocial interaction with favorite television characters. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40 (3), 389–402. (in English)

Hoffner, C. & Buchanan, M. (2005). Young Adults' Wishful Identification With Television Characters: The Role of Perceived Similarity and Character Attributes. *Media Psychology*, 7, 325–351. (in English)

Hoffner, C., & Cantor, J. (1991). Perceiving and responding to mass media characters. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Communication. Responding to the screen: Reception and reaction processes*, pp. 63–101. (in English)

Horton, D., & Wohl, R. (1956). Mass Communication and Para-Social Interaction. *Observation on Intimacy at a Distance, Psychiatry*, 19, 215–229. (in English)

Joseph, W. B. (1982). The credibility of physically attractive communicators: A review. *Journal of advertising*, 11 (3), 15–24. (in English)

Kahle, L.R., & Homer, P. M. (1985). Physical attractiveness of the celebrity endorser: A social adaptation perspective. *Journal of Consumer Research*, 11 (4), 954–961. (in English)

Karadimitriou, A., & Veneti, A. (2016). Political Selfies: Image Events in the New Media Field. In A. Karatzogianni, D. Nguyen, & A. Serra (Eds.), *The Digital Transformation of the Public Sphere: Conflict, Migration, Crisis, and Culture in Digital Networks*, London: Palgrave MacMillan. Retrieved from http://eprints.bournemouth.ac.uk/27466/1/Political_Selfies_Image_Events_in_the_Ne.pdf [Accessed 20 Nov. 2019]. (in English)

Khalid, R., & Yasmeen, T. (2019). Celebrity Physical Attractiveness Effect on Consumer Buying Behavior. *JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 16, 173–180. (in English)

Khaniwale, M. (2015). Consumer-buying behavior. *International Journal of Innovation and Scientific Research*, 14 (2), 278–286. (in English)

King, A. (2002). Do leaders' personalities really matter? In A. King (Ed.), *Leaders' personalities and the outcomes of democratic elections* (pp. 1–43). Oxford, England: Oxford University Press. (in English)

Koutsobinas, T. (2015). *The Political Economy of Status: Superstars, Markets and Culture Change*. UK and Northampton, MA, USA: Edward Elgar Publishing, P. 264. (in English)

Kowalczyk, C., & Pounders, K. (2016). Transforming celebrities through social media: the role of authenticity and emotional attachment. *Journal of Product & Brand Management*, 25(4), 345–356. (in English)

Lalancette, M. & Raynauld, V. (2017). The Power of Political Image: Justin Trudeau, Instagram, and Celebrity Politics. *American Behavioral Scientist*, 1–37. (in English)

Lalancette, M., & Tourigny-Koné, S. (2017). 24 Seven videostyle: Blurring the lines and building strong leadership. In A. Marland, T. Giasson, & A. Esselment (Eds.), *Permanent campaigning in Canada* (pp. 259–277). Vancouver, British Columbia, Canada: University of British Columbia Press. (in English)

Lee, J. E., & Watkins, B. (2016). Youtube vloggers' influence on consumer luxury brand perceptions and intentions. *Journal of Business Research*, 69, 5753–5760. (in English)

Lemish, D. (2007). *Children and Television: A Global Perspective*. Malden, MA: Blackwell Publishing, P. 257. (in English)

Li, H., Cui, J.-T., & Ma, J.-F. (2015). Social influence study in online networks: A three-level review. *Journal of Computer Science and Technology*, 30 (1), 184–199. (in English)

Liebhart, K., & Bernhardt, P. (2017). Political Storytelling on Instagram: Key Aspects of Alexander Van der Bellen's Successful 2016 Presidential Election Campaign. *Media and Communication*, 5, 15–25. (in English)

Livingstone, S. (1987). The implicit representation of characters in Dallas: A multidimensional scaling approach. *Human Communication Research*, 13, 399–420. (in English)

Lobinger, K., & Brantner, C. (2015). Likable, funny or ridiculous? A Q-sort study on audience perceptions of visual portrayals of politicians. *Visual Communication*, 14(1), 15–40. (in English)

Lonial, S. C., & van Auken, S. (1986). Wishful identification with fictional characters: An assessment of the implications of gender in message dissemination to children. *Journal of Advertising*, 15 (4), 4–11. (in English)

Lotonina, I. (2019). *Analyzing Parasocial Influence of Celebrity Endorsement on Russian Millennials*. Tampere University. Retrieved from <https://trepo.tuni.fi/handle/10024/105695> [Accessed 20 Nov. 2019]. (in English)

Madere, C. M. (2019). *How Celebrity Lives Affect Our Own: Understanding the Impact*. Lanham: Lexington Books, P. 202. (in English)

Marland, A. (2012). Political photography, journalism and framing in the digital age: The management of visual media by the prime minister of Canada. *International Journal of Press/Politics*, 17, 214–233. (in English)

Marshall, C. (2014). YouTube and the beauty industry: How brands are getting crushed [report]. From *Tubular Insights*. Retrieved from <http://tubularinsights.com/youtube-beauty-industry/> [Accessed 20 Nov. 2019]. (in English)

Marshall, P. D., & Barbour, K. (2015). Making intellectual room for persona studies: A new consciousness and a shifted perspective. *Persona Studies*, 1 (1), 1–12. (in English)

Martawilaga, A. I., & Purwanegara, M. S. (2016). Information acceptance of electronic words of mouth (ewom) and purchase intention through haul videos youtube. *Journal of Business and Management*, 5 (5), 651–660. (in English)

Marwick, A. & Boyd, D. (2011). To see and be seen: Celebrity practice on Twitter. Convergence: *The International Journal of Research into New Media Technologies*, 17 (2), 139–158. (in English)

McDonald, D. G., & Kim, H. (2001). When I die, I feel small: Electronic game characters and the social self. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45, 241–258. (in English)

Miller, M., & Reeves, B. (1976). Dramatic TV content and children's sex-role stereotypes. *Journal of Broadcasting*, 20, 35–50. (in English)

Molyneaux, H., O'Donnell, S., Gibson, K., & Singer, J. (2008). Exploring the gender divide on youtube: An analysis of the creation and reception of vlogs. *American Communication Journal*, 10 (2), 1–14. (in English)

Murray, S. (1999). Saving our so-called lives: Girls fandom, adolescent subjectivity and My so-called life. In M. Kinder (Ed.), *Kid's media culture*. Durham, NC: Duke University Press, 221–235. (in English)

Newman, B. (1999). *The mass marketing of politics*. Thousand Oaks, CA: Sage, P. 184. (in English)

Paulhus, D. L. (2000). Nominations of intelligent exemplars: Contributions of target achievement and prototype fit. *Social Cognition*, 18, 319–328. (in English)

Prianti, D. (2013). Indonesia female beauty concept: Does it take into account the traditional value? *Journal The Asian Conference on Media and Mass Communication*, 346–357. (in English)

Rademacher, K. H. (2007). *Media, Sex and Health: A Community Guide for Professionals and Parents*. The Women's Center. Retrieved from <https://compassctr.org/wp-content/uploads/2012/11/Mediamanual2007compressed.pdf> [Accessed 20 Nov. 2019]. (in English)

Ramsey, J. L., & Langlois, J. H. (2002). Effects of the "beauty is good" stereotype on children's information processing. *Journal of Experimental Child Psychology*, 81 (3), 320–40. (in English)

Raven, B. H. (2008). The bases of power and the power/interaction model of interpersonal influence. *Analyses of Social Issues and Public Policy*, 8 (1), 1–22. (in English)

Reeves, B., & Greenberg, B. S. (1977). Children's perceptions of television characters. *Human Communication Research*, 3, 113–127. (in English)

Reeves, B., & Lometti, G. (1979). The dimensional structure of children's perceptions of television characters: A replication. *Human Communication Research*, 5, 247–256. (in English)

Reeves, B., & Nass, C. (1996). *The media equation: How people treat computers, television, and new media like real people and places*. New York: Cambridge University Press, P. 317. (in English)

Reingen, P. H., & Kernan, J. B. (1993). Social perception and interpersonal influence: Some consequences of the physical attractiveness stereotype in a personal selling setting. *Journal of Consumer Psychology*, 2 (1), 25–38. (in English)

Scammell, M. (2015). Politics and image: The conceptual value of branding. *Journal of Political Marketing*, 14 (1-2), 7–18. (in English)

Signorielli, N. (1993). Television, the portrayal of women, and children's attitudes. In G. L. Berry, & J. K. Asamen (Eds.), *children and television: Images in a changing sociocultural world* (pp. 229–242). Newbury Park, CA: Sage. (in English)

Signorielli, N. (2001). Television's gender role images and contribution to stereotyping. In D. G. Singer & J. L. Singer (Eds.), *Handbook of children and the media* (pp. 341–358). Thousand Oaks, CA: Sage. (in English)

Signorielli, N., & Bacue, A. (1999). Recognition and respect: A content analysis of prime-time television characters across three decades. *Sex Roles*, 40, 527–544. (in English)

Smith, S. L., Nathanson, A. I., & Wilson, B. J. (2002). Prime time television: Assessing violence during the most popular viewing hours. *Journal of Communication*, 52, 84–111. (in English)

Sternberg, R. J. (2000). The concept of intelligence. In R. J. Sternberg (Ed.), *Handbook of intelligence* (pp. 3–15). New York: Cambridge University Press. (in English)

Van Zoonen, L. (2006). The personal, the political and the popular. A women's guide to celebrity politics. *European Journal of Cultural Studies*, 9(3), 287–301. (in English)

Winham, D. & Hampl, J. (2008). Adolescents report television characters do not influence their self-perceptions of body image, weight, clothing choices or food habits. *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers*, 9, 121–130. (in English)

Zappavigna, M. (2016). Social media photography: Construing subjectivity in Instagram images. *Visual Communication*, 15(3), 271–292. (in English)

Zillmann, D. (2000). Humor and comedy. In D. Zillmann, & P. Vorderer (Eds.), *Media entertainment* (pp. 37–57). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. (in English)

УДК 316.613

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-28>

Valeria O. Lazarenko

aspirant laboratory of Mass and Community Psychology,
Institute for Social and Political Psychology at National Academy
of Educational Sciences of Ukraine,

Kyiv, Ukraine

ORCID ID 0000-0001-9795-8458

valerie.lazarenko@gmail.com

MAPPING DISPLACEMENT: THE POTENTIAL OF USING PSYCHOGEOGRAPHICAL METHODS TO EXPLORE THE SOCIO-PSYCHOLOGICAL MEANING OF DISPLACEMENT

The international armed conflict in Ukraine, which has been going on for already more than five years, has caused significant changes in Ukrainian society. More than 1.7 million people have been forced to leave their homes and become internally displaced. In such conditions, the question of identities becomes one of the most important for the affected people. The overall social situation of displacement has contributed to the individual and community self-perception of displaced people, and the creation of the 'resettlement identity' among them. Such specific social identity became the main subject of the author's research and will be discussed in the current paper. This article presents the first results of the ongoing research into social identities of displaced people in Ukraine. The research was conducted through a combination of narrative interviews and mental sketch mapping of the respondents' home cities in Donbas and their current places of residence. The research data was analysed from the perspectives of social psychology as well as of human geography, and the results show how the emotion-laden phenomenological experience contributes to spatial perception of the city and to turning space into place. The mapping and narrativization processes make it possible to distinguish the crucial elements of the complex identity of the displaced people: the Donbas identity, the Ukrainian identity, and a specific resettlement identity that simplifies the identification with a huge group of people sharing similar experiences. Our research shows that mental sketch mapping as a method helps to elicit the complexity of identities among the displaced people. Moreover, mapping exercise, combined with a narrative interview, also had a therapeutic effect upon the respondents as the research subjects experienced change during the interview. The complex usage of a position of existential outsidership (Relp 1980) revealed in the research, may be the symptom of a personal crisis. Thus the reflexive work on the maps may be a tool for displaced people to rethink and transform their spatial-temporal coordinates and their identities.

Keywords: Psychogeography; Donbas; Mental Mapping; Displacement; Identity.

УДК 316.613

Лазаренко Валерія Олексіївна

аспірантка Лабораторії психології мас і спільнот,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України
м. Київ, Україна
ORCID ID 0000-0001-9795-8458
valerie.lazarenko@gmail.com

КАРТОГРАФУЮЧИ ПЕРЕСЕЛЕННЯ: ПОТЕНЦІАЛ ВИКОРИСТАННЯ ПСИХОГЕОГРАФІЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ЗМІСТУ ВИМУШЕНОГО ПЕРЕСЕЛЕННЯ

Міжнародний збройний конфлікт, що триває в Україні вже понад п'ять років, призвів до суттєвих змін в українському суспільстві. Майже 1.7 мільйонів людей були вимушені покинути свої домівки і стали внутрішньо переміщеними особами. У таких умовах питання ідентичності стає одним із найбільш важливих для вивчення соціальними психологами. Соціальна ситуація переселення суттєво вплинула на індивідуальне та групове самосприйняття переміщених осіб, і зрештою призвела до появи у них так званої «переселенської ідентичності». Така специфічна соціальна ідентичність і стала основним предметом цього дослідження. У цій статті представлені результати проведеного нами дослідження просторових ідентичностей внутрішньо переміщених осіб в Україні, отримані завдяки поєднанню методів наративного інтерв'ю та ментального картографування. Створені учасниками дослідження ментальні карти рідних міст Донбасу, а також Києва, були проаналізовані з перспективи соціальної психології та гуманітарної географії. Результати дослідження показали, що емоційно забарвлений феноменологічний досвід є визначальним для сприймання образу міста, перетворення простору на місце та творення просторових ідентичностей. Процеси картографування й наративізації дозволили виділити значущі компоненти комплексної просторової ідентичності переміщених осіб: донбаську ідентичність, українську ідентичність та специфічну «переселенську» ідентичність, що полегшує ідентифікацію із ширшою спільнотою, об'єднаною спільним досвідом вимушеного переселення. Дослідження також показало, що ментальне картографування як метод дозволяє виявити багатоманіття ідентичностей серед переміщених осіб. Більше того, таке картографування у поєднанні з наративним інтерв'ю також може мати терапевтичний вплив на респондентів. Окрім того, було виявлено характерне для переселенців відчуття «екзистенційної відчуженості», що

є симптомом особистісної кризи (Relph, 1980). Разом із тим дослідження показало, що рефлексивна робота над створеними ментальними картами допомагає переселенцям переконструювати власні просторово-часові координати та ідентичності.

Ключові слова: психогеографія; Донбас; ментальне картографування; переселення; ідентичність.

Introduction and Research Problem. During the current conflict in Ukraine, at least 1.7 million people from the Donbas region have been forced to leave their homes in the affected areas and become internally displaced. The displaced people form their personal stories of war and peace in order to deal with their psychological trauma, and these stories are formed within the contradictory fields of multiple discourses and interpretations of the conflict. They face difficulties in adaptation to the new living conditions because of social and economic problems, and also cannot easily accept the changed reality (Васютинський, 2016; Блинова, 2017; Коробка, 2017; Lazarenko, 2018). At the same time, the displaced people coming from Donbas bear a specific regional identity that reflects the complicated history of the region and appeals to values of freedom and self-determination (Gentile, 2015), and desire to preserve or strengthen civic identities in a polarizing society (Sasse and Lackner, 2018; Васютинський, 2017; Горностай, 2012). These aspects make studying the identities of the displaced people even more tangled, as an identity crisis may be one of the symptoms of the relocation trauma.

The term ‘internally displaced person’ itself, as well as the word ‘displacement’, reveal one more linguistic implication: the morphological word root ‘**place**’. Thus, the linguistic structure of the term supposes the core role of spatial relations and attitudes and requires a special investigation of the meanings of space and place for the displaced people. That is why the research on implicit senses of resettlement and displacement requires insights from both social psychology and also human geography, as the discipline dealing with personal-spatial relations.

Recent research shows that the notions of home and relation to home might be essential in forming ‘**migrant identities**’ (Brooks and Simpson, 2013). The senses of belonging have been widely explored regarding transnational migrants, however, in the case of Ukrainian IDPs, the emotional dislocation with geographical distance is also crucial for understanding the emotional substance of the experience of resettlement. That is why a home may be considered as a combination of the material environment and a set of meaningful relationships, both produced and internalized by the resettlers (Boccagni and Baldassar, 2015; Ewing, 2005).

The social situation of displacement has contributed to the individual and community self-perception of displaced people, and the creation of the

‘**resettlement identity**’ among them. As Boccagni and Baldasar (2015) point out, ‘since the migration process involves moving from one place to (at least) an-other, it also entails change and transformation and the consequent (re)negotiation of self and others in both these places’ (Boccagni and Baldassar, 2015). That is why the above-mentioned ‘resettlement identity’ became **the main subject** of the author's research and will be discussed in the current paper.

As discussed before, the category of place has a crucial role in understanding displacement, as the word root ‘**place**’ lies beneath this word. That is why the research design assumes the usage of human-geographical methods that have already proven to be effective in studying the human-space relationship, and of these methods, mental mapping is the prevailing one.

Mental mapping as a way to study human-space relations goes back to the Situationist International and Guy Debord's Naked City, a collage where the meaning lies in the arrows designating the intensity of spatial relation (Debord 1997). Kevin Lynch elaborated mapping as a research method, introduced the procedure and presented the first tools to analyse the maps, while Milgram and Jodelet were the first to explain the value of such a type of geographical knowledge for dealing with psychological reality (Milgram et al., 1976). Over recent decades the method has been used to gather knowledge about the dynamics of human-environment relations ranging from the daily-life practices to feminist geographies and experiences of oppressions (Downs and Stea, 1977; Gould and White, 2012; Kitchin and Dodge, 2007; Powell, 2010). Giesekeing identifies the mental sketch mapping (MSM) version of the method as the most prevalent form, in which participants draft visual maps derived from their cognitive maps of space and the information, emotions, and ideas they hold, whether real and/or imagined (Giesekeing, 2013).

One of the most important principles of mental mapping in the context of displacement studies is that ‘it allows the subject to maintain the ownership of her/his story; thus, the elements and scenarios depicted are just the ones that she/he wanted to share. Therefore, it retrieves the intrinsic link between agency and storytelling’ (Campos-Delgado, 2018). As agency and subjectivity mean so much for the resettlers, such a type of research method helps to reveal the stories about the war and resettlement, as well as about the transformation of space perception after moving to a new place of living. Creation of the mental map is predominantly a starting point for the remembering and transforming of the traumatic memories of displacement.

Therefore, in the current research, the narrative part will consider work on the trauma as a whole, while the mapping part will work both with the spatial expression of the trauma and the social production of space deriving from it. Mapping itself appropriates the place (Bruchansky, 2010) while reflecting the common practices of everyday life (Certeau, 2008). Thus the

phenomenological experience of daily life is the main contributor to turning space into place. Since the research aims to explore the identities that are built on experience, it is important to understand what kind of experience turns space into a place, and how the experience of perception of the hometown and the new city differs for the internally displaced persons.

The current research is part of a doctoral dissertation **aiming** to study the implicit senses of displacement, as well as the formation of a specific place-based identity shared among the IDPs in Ukraine. The research was designed with a mixed methods approach, to combine the psychological and spatial perspectives.

In the research case, the narrative impulse was the proposal to map the hometown and tell a story about the place. The suggestion to map the new city of residence (Kyiv in this case) was then made upon the completion of the mapping exercise on the home city. The research design implied that this is the point for the creation of an integral life story, where the narrativization process and the fusion of the stories of the past and the present should appear as clearly as possible.

The overall research sampling included 24 people aged 24 to 51, who moved from Donbas to Kyiv either in summer 2014 with the first migration wave (21 people) or in summer 2015. However, only 14 respondents completed the full research procedure and ended up with the two completed mental maps and a full narrative interview. The 28 maps, to be discussed in detail in the next part of the article, were created by respondents aged from 21 to 36 during personal interviews from September 2018 to November 2019. The empirical data was encoded and abstracted to ensure confidentiality, so the participants' names and their personal details were altered.

Gieseking distinguished 57 different categories of mental sketch map analysis; however, the current research will only consider those with the most significant differences, the ones reflecting the traumatic experience, and the categories indicated by the respondents during the interviews.

The analysis of the available maps shows that the respondents demonstrate two main approaches to the city mapping: a rational **sequential** approach, and a **spatial** one (Pocock, 1976). Thus, within the sequential approach, the respondent first created a certain structure of the city - the 'urban tissue', meaning the street grid, the subway map or the location of the river (as in Kyiv, where the Dnieper river is the backbone element of the urban structure and perception of the city). After that, meaningful objects or locations were superimposed onto the urban tissue: home, public spaces, places of memory, significant objects like a bus station or the airport. The respondents with the spatial approach started their mapping with meaningful objects and built up a kind of narrative about the places, ranging from the most significant (like

home, hospital, meaningful public spaces) to common elements of the urban landscape such as dominant high-rise buildings, railway stations and stadia.

However, there is a notable tendency among the respondents to change the mapping type with the second task. Thus, the participants with a spatial map of their home town create a sequential map of Kyiv and vice versa. For instance, Tamara created her Donetsk with a well-rationalized structure and started the mapping with the street grid. She also started creating a mental image of Kyiv with a rational element - a river that divides the city and mapped the two circles denoting the left and the right bank. Those circles were then randomly filled with some meaningful elements. At the same time, Tamara herself noted that the contrast between a well-structured hometown and chaotic Kyiv is decisive for her in the understanding of these two cities. There are also two opposite cases: while the participants made the emotional spatial maps of Lugansk with only significant places indicated, their mapping of Kyiv started with the subway scheme, and the meaningful objects were placed around the stations.

Another important affective MSM component is the 'good figure' principle, borrowed from Gestalt theory. 'Good figure' means that element of the map which is a symbolic centre and attracts the main attention of the viewers (Pocock, 1976; Kitchin and Dodge, 2007). Such an element might be the object exactly in the middle of the map, the brightest or biggest item drawn, or the compositional centre of the map. Remarkably, half of participants mapped the monuments in public spaces as the 'good figures' – such as **Lenin monuments** in Donetsk and Ivanivka and **'The Worker with a Torch'** in Luhansk, alongside the Independence and Motherland monuments in Kyiv. On one of the Donetsk maps, Lenin Square itself became the central element, while the monument was marked only as a small pictogram. Two other maps featured the author's home at the symbolic centre, and one participant pictured herself in the centre of the map. Also, there are two Kyiv maps with transport infrastructure items as 'good figures': one with a subway station, another with the central bus terminal – the place of contact with the respondent's hometown. It turns out that the socialist meanings (the public space monuments) are still the semantic centre of the cities of Donbas, while in Kyiv the central objects may bear either Soviet meanings (for example, the Motherland monument), or the senses of modern Ukraine. The latter can be attributed to the images of Maidan; this place carries a lot of meanings regarding modern Ukraine and in particular the values associated with the resettlement. Perhaps that is why the Maidan is depicted on each of the maps of Kyiv.

With regards to the category of the first-drawn element, the respondents showed two different approaches to drawing the image on a sheet of paper. Even those who chose the sequential structure, as described above, and began with a reflection of the urban tissue, started the focused item-drawing from the

picturing of their home. Generally, the home became the first significant element drawn on 16 of the 28 maps. However, one respondent made home the last-drawn element on both MSMs, as if she was summing up the whole mapping process. On the other hand, in some of the cases the participants did not depict their homes at all: for example, Karina and Tamara started mapping their native cities with their homes, but did not depict the places where they live in Kyiv, explaining this by the fact that they have changed apartments several times and did not have a 'sense of home' anywhere in the city. At the same time, Taras, who drew the most detailed home-city map, with 115 elements, did not depict his house - because he wanted to stick to the chosen scale and there was simply not enough space on the sheet. In contrast, he began his mapping of Kyiv with an image of his new home, and after that added the area where he wanted to settle in the future.

Another noteworthy aspect is that some participants singled out or highlighted the objects associated with the most powerful emotions. So, for example, Zoya highlights the Donbas Arena stadium with colour and shading, as for her this item is a symbol of the once thriving, and now partially destroyed native city of Donetsk. Dana pictures her home in Donetsk in a separate area - and in the same way highlights Maidan in Kyiv, the place where the revolutionary events that changed her whole life happened. Taras singles out Rusanivka neighbourhood on the on the otherwise featureless left bank left bank of Dnieper, as for him it is a place where he sees himself in the future. Meanwhile, Polina distinguishes two objects that are the focus of her traumatic experience: an aeroplane ('Kyiv is always about aeroplanes. There are no aircrafts at home, only military aviation. I'm afraid my mom will feel sick of these aeroplanes when she comes here... It's so scary for someone who has seen the war') and a zoomorphic pictogram symbolizing the Kyiv club Coyote Ugly ('that is a strange club. The bouncer told us ugly things after seeing our birth-places in the passports, like, do not pretend to make separatism here. Maybe he was crazy, but it was so frustrating! We just moved, and everyone demonstrated the othering...'). Thus, the maps reflect the respondents' traumatic experience of relocation, and the traumascapes may take various forms - either be focused on the places where traumatic events occurred directly, or manifest as a regret about the destroyed city.

The juxtaposition of the maps makes it possible to compare the saturation of the maps, the change of the drawing style and patterns, as well as to find contrasting points in the perception of cities. Reflection on the maps results in reflection on the identities. Thus, Karina says: 'I don't affiliate myself to Luhansk, so if someone asks me, I tell that I'm from Donbas', while Polina mentions: 'I'm proud that I'm from Ivanivka, a unique place, unlike the other. But I see my home town only in terms of the past'.

At the same time, the process of mapping itself reflects the meaning of a **‘resettlement identity’**. Some of the participants constantly used the past tense regarding their hometowns, but mentioned the changes that occurred, the places that were destroyed, and described how the streets became empty. Accordingly, their narratives turned out to be not just the stories about the past, but in fact became their personal stories of war and displacement. Nevertheless, a certain distance to the city from the past was traced: thus, Polina said **‘the city is mute. It is not my city anymore’**.

The request to draw the second map reveals the resettlement narrative even more strongly. On the level of spoken narrative, the transition to the second map is to turn to the story about the displacement itself, the first impressions of Kyiv as a new place to live – not as a place from a school trip – and the difficulties upon arrival. The participants mentioned that none of them intended to live in Kyiv for a long time. They were going to fend for themselves at the relatives’ places and come back as soon as the situation calmed down, but they eventually settled down in Kyiv for almost five years. Eventually, the daily practices and experiences the respondents had in Kyiv contributed to their perception of the new city of residence and a new place-based identity.

In this regard, Kyiv appears as an **‘unfriendly’**, **‘unfamiliar’** and **‘incomprehensible’** place, that is reflected in the large number of empty spaces on the maps or the marks of the **‘non-places.’** So Kyiv is, to some extent, perceived as an **‘inauthentic’** placeless place due to a lack of significance and experience of some of its components (Relph, 1980). The further development of the narrative follows the principle of constructing day-to-day practices in order to get familiar with the city. For instance, Polina mentioned how she was constantly using the map navigator, Maryna remembered getting lost in the subway and Karina told the story of how she was riding the public transport to explore places in the city. In de Certeaus’ terms, this is a manifestation of making sense of space through practices, and repeating the practices in order to overcome alienation. Hence, movement and turning spatiality into narratives is a way to transform **‘foreignness’** to **‘familiarity’**, and is a step towards forming a particular spatial identity (Certeau, 2008).

At the same time, the participants still perceive themselves as displaced people. Hence, Zoya expressed her regret about renting the apartment: **‘in these five years we are renting, we could have purchased our own apartment. It turns even sadder when I remember our flat in Donetsk, we just paid it out and the war started’**. Tamara goes further and explains her resettler identity like this: **‘the first apartment I rent was just terrible ... with lots of cockroaches! We could do nothing to them... I was shocked: there were no cockroaches at home! But in Kyiv, they were everywhere, in all the apartments I rent, like they were migrating with me. As so, they are the resettlers, just as we are. And for me,**

they are a symbol of Kyiv. Here no one waits for you when you come, except the cockroaches.'

At the same time, the respondents share a common identity of **'the Ukrainians'**: they still label the cities in Ukrainian despite using the Russian language during the interviews; they depict the Ukrainian flags both in their hometowns and in Kyiv, and place specific emphasis on the fact of a Ukrainian presence in the occupied territories. Thus, Karina explains with emotion that the Ukrainian theatre in Luhansk still works and gives performances in Ukrainian; the same fact was also mentioned by Taras. Polina is also happy that her school still gives Ukrainian language classes. Larysa and Zoya depict Ukrainian flags on their hometown maps.

The mapping and narrativization processes make it possible to distinguish the crucial elements of the complex identity of the displaced people: the Donbas identity, the Ukrainian identity, and a specific resettlement identity that simplifies the identification with a huge group of people sharing similar experiences. Such identities might be manifested in the sites of memory, which hold communal identities together or divide them, while the spatiality of memory links the social and the personal (Halbwachs and Coser, 2008). Thus mapping the home cities and a new city of residence implies not the juxtaposition of the identities inside one mapped space, but the juxtaposition of the past and the present. However, in forming the sites of contest or dialogue, maps sustain a social memory that articulates civic and personal identities.

According to Leach's concept of belonging, the identification process is always specular and is always a question of recognising the self in the other. Thus, identification with place is a result of the process of 'mirroring' and 'introjection' of the external world into the self, and the projection of the self to the external world (Leach, 2002). Thus, the mental sketch maps of the participant reflect their interiorized images of the places that might no longer exist – in case of conflict-affected hometowns. So the spatial identification with such non-existent and imaginary places might lead to the participants' **'existential outsideness'** towards hometowns, and, at the same time, difficulties and even refusal to create new spatial practices in Kyiv, that might facilitate the formation of a new identity. But still, the identity is a performative discourse, so the articulation of the problem, and creating a narration about life events, helps to draw the connection between the past self and the present self (Титаренко, 2017). So the process of narrativization, followed by the reflexive work, can be a tool for the displaced people to re-think their spatial identities.

The personal stories of the research participants reveal that mental mapping gives insights into the study of human–space relations, as MSM evokes 'the lived experience of social, cultural, and political issues related to place' (Powell, 2010, p. 539) as well as giving insights into the way places live within and produce people, societies, cultures, and politics. Hence, mental mapping

enables the researchers to literally see and hear participants' experiences that may go unrecorded if the studies of space and place rely solely on verbal interchange. Also, mental sketch mapping as a method helps to elicit the complexity of identities among the displaced people. The mapping exercise, combined with a narrative interview, also had a therapeutic effect upon the respondents as the research subjects experienced change during the interview'. Thus, the respondents had a tool to partially transform their identities during the reflexive interviewing process through rethinking their attitudes to the represented spaces.

In any event, the displacement discussed in this paper has been a spatial trauma for everyone who experienced it, and the mental mapping, combined with the narrative interview, has revealed the fluid spaces of displacement. As traumatic pasts map themselves onto the wounds of other times and spaces, trauma's ability to affect daily life within and beyond the confines of the research field is realized. The structured and linear world of the resettlers' previous life was destroyed with the armed conflict, and current spatialised times emphasise the incoherence or disorder of time made possible through disjunctive spaces. Thus the loss of spatial and temporal intervals moves the memory theatre from ordering to disordering the world. Therefore, mapping, along with narrative interviews, can push respondents to think about the spatial coordinates of their lives and transform their identities.

Publication bibliography

Блинова, О. Є. (2017). Соціально-психологічні чинники подолання кризи ідентичності вимушених мігрантів. В С. Д. Максименко, С. Б. Кузікова, В. Л. Зливков (Ред.), *Особистість як суб'єкт подолання кризових ситуацій : психологічна теорія і практика* (с. 162-179). Суми : Вид-во СумДПУ імені А. С. Макаренка.

Васютинський, В. О. (2017). Індивідуальні і колективні стратегії адаптації мешканців міських громад до життя в період воєнного конфлікту. *Проблеми політичної психології*, 5 (19), 43-53.

Васютинський, В. О. (2016). Перспективи ціннісного порозуміння українців Сходу і Заходу в оцінках подій на Донбасі. *Український психологічний журнал*, 2, 7-18.

Горностай, П. П. (2012). Колективна травма і групова ідентичність. *Психологічні перспективи. Спеціальний випуск : Актуальні проблеми психології малих, середніх та великих груп*, 2, 89-95.

Коробка, Л. М. (2017). Спільнота в умовах воєнного конфлікту: теоретичні засади дослідження психологічних стратегій адаптації. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 39 (42), 104-114.

Титаренко, Т. М. (2017). Особистість перед викликами війни: психологічні наслідки травматизації. *Проблеми політичної психології*, 5 (19), 3-10.

Boccagni, P., Baldassar, L. (2015). Emotions on the move: Mapping the emergent field of emotion and migration. *Emotion, Space and Society*, 16, 73–80. doi: 10.1016/j.emospa.2015.06.009.

Brooks, A., Simpson, R. (2013). *Emotions in Transmigration: Transformation, movement and identity*. Palgrave Macmillan.

Bruchansky, Christophe (2010). *The Appropriation of Space*. Взято з https://www.researchgate.net/publication/315704030_The_Appropriation_of_Space

Campos-Delgado, A. (2018). Counter-mapping migration: irregular migrants' stories through cognitive mapping. *Mobilities*, 13 (4), 488–504. doi: 10.1080/17450101.2017.1421022.

Certeau, M. de (2008). *The practice of everyday life*. (Nachdr.). Berkeley, Calif.: Univ. of California Press.

Debord, G. (1997). One More Try If You Want to Be Situationists (The S. I. in and against Decomposition). *October*, 79, 85–89. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/778841>.

Downs, R. M., Stea, D. (1977). *Maps in minds: Reflections on cognitive mapping*. HarperCollins Publishers.

Ewing, K. P. (2005). Immigrant identities and emotion. In *A companion to psychological anthropology. Modernity and psychocultural change*, pp. 225–240.

Gentile, M. (2015). West oriented in the East-oriented Donbas: a political stratigraphy of geopolitical identity in Luhansk, Ukraine. *Post-Soviet Affairs*, 31 (3), 201–223. doi: 10.1080/1060586X.2014.995410.

Gieseeking, J. J. (2013). Where We Go From Here. *Qualitative Inquiry*, 19 (9), 712–724. doi: 10.1177/1077800413500926.

Gould, P., White, R. (2012). *Mental maps*. London: Routledge.

Halbwachs, M., Coser, L. A. (2008). *On collective memory*. (Nachdr.). Chicago: University of Chicago Press (The Heritage of sociology).

Kitchin, R., Dodge, M. (2007). Rethinking maps. *Progress in Human Geography*, 31 (3), 331–344. doi: 10.1177/0309132507077082.

Lazarenko, V. (2018). Conflict in Ukraine: multiplicity of narratives about the war and displacement. *European Politics and Society*, 5 (1), 1–17. doi: 10.1080/23745118.2018.1552108.

Leach, N. (2002). Belonging: Towards a Theory of Identification with Place. *Perspecta*, 33, 126. doi: 10.2307/1567305.

Milgram, S., Jodelet, D., Proshansky, H., Ittelson, W., & Rivlin, L. (1976). Environmental psychology: people and their physical settings. *Environmental psychology: people and their physical settings*.

Pocock, D. C. D. (1976). Some Characteristics of Mental Maps: An Empirical Study. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 1 (4), 493. doi: 10.2307/621905.

Powell, K. (2010). Making Sense of Place: Mapping as a Multisensory Research Method. *Qualitative Inquiry*, 16 (7), 539–555. doi: 10.1177/1077800410372600.

Relph, E. (1980). *Place and placelessness*. Repr. London: Pion (Research in planning and design, 1).

Sasse, G., Lackner, A. (2018). War and identity: the case of the Donbas in Ukraine. *Post-Soviet Affairs*, 34 (2-3), 139–157. doi: 10.1080/1060586X.2018.1452209.

References

Blynova, O. Ye., (2017). Sotsialno-psykholohichni chynnyky podolannia kryzy identychnosti vymushenykh mihrantiv [Socio-Psychological Factors of Overcoming the Identity Crisis of Forced Migrants]. In Maksymenko, S. D., Kuzikova, S. B., & Zlyvko, V. L. (Eds.) *Osobystist' yak sub'yekt podolannya kryzovykh sytuatsiy : psykholohichna teoriya i praktyka* [Personality as a subject for crisis management: psychological theory and practice], Sumy, Vyd-vo SumDPU imeni A. S. Makarenka, (pp. 162-179) (in Ukrainian)

Boccagni, P., Baldassar, L. (2015). Emotions on the move: Mapping the emergent field of emotion and migration. *Emotion, Space and Society*, 16, 73–80. doi: 10.1016/j.emospa.2015.06.009. (in English)

Brooks, A., Simpson, R. (2013). *Emotions in Transmigration: Transformation, movement and identity*. Palgrave Macmillan. (in English)

Bruchansky, Christophe (2010). *The Appropriation of Space*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/315704030_The_Appropriation_of_Space (in English)

Campos-Delgado, A. (2018). Counter-mapping migration: irregular migrants' stories through cognitive mapping. *Mobilities*, 13 (4), 488–504. doi: 10.1080/17450101.2017.1421022. (in English)

Certeau, M. de (2008). *The practice of everyday life*. (Nachdr.). Berkeley, Calif.: Univ. of California Press. (in English)

Debord, G. (1997). One More Try If You Want to Be Situationists (The S. I. in and against Decomposition). *October*, 79, 85–89. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/778841>. (in English)

Downs, R. M., Stea, D. (1977). *Maps in minds: Reflections on cognitive mapping*. HarperCollins Publishers. (in English)

Ewing, K. P. (2005). Immigrant identities and emotion. In *A companion to psychological anthropology. Modernity and psychocultural change*, pp. 225–240. (in English)

Gentile, M. (2015). West oriented in the East-oriented Donbas: a political stratigraphy of geopolitical identity in Luhansk, Ukraine. *Post-Soviet Affairs*, 31 (3), 201–223. doi: 10.1080/1060586X.2014.995410. (in English)

Gieseeking, J. J. (2013). Where We Go From Here. *Qualitative Inquiry*, 19 (9), 712–724. doi: 10.1177/1077800413500926. (in English)

Gould, P., White, R. (2012). *Mental maps*. London, Routledge. (in English)

Halbwachs, M., Coser, L. A. (2008). *On collective memory*. (Nachdr). Chicago: University of Chicago Press (The Heritage of sociology). (in English)

Hornostay, P. P. (2012). Kolektyvna travma i hrupova identychnist [Collective Trauma and Group Identity]. *Psychological Perspectives Special issue: Actual Problems of Psychology of Small, Medium and Big Groups*, 2, 89–95. (in Ukrainian)

Kitchin, R., Dodge, M. (2007). Rethinking maps. *Progress in Human Geography*, 31 (3), 331–344. doi: 10.1177/0309132507077082. (in English)

Korobka, L. M. (2017). Spilnota v umovakh voiennoho konfliktu: teoretychni zadachy doslidzhennia psykholohichnykh stratehii adaptatsii [Community in an Armed Conflict: Theoretical Foundations for the Research of Psychological Adaptation Strategies]. *Scientific Studies in Social and Political Psychology*, 39 (42), 104–114. (in Ukrainian)

Lazarenko, V. (2018). Conflict in Ukraine: multiplicity of narratives about the war and displacement. *European Politics and Society*, 5 (1), 1–17. doi: 10.1080/23745118.2018.1552108. (in English)

Leach, N. (2002). Belonging: Towards a Theory of Identification with Place. *Perspecta*, 33, 126. doi: 10.2307/1567305. (in English)

Milgram, S., Jodelet, D., Proshansky, H., Ittelson, W., & Rivlin, L. (1976). Environmental psychology: people and their physical settings. *Environmental psychology: people and their physical settings*. (in English)

Pocock, D. C. D. (1976). Some Characteristics of Mental Maps: An Empirical Study. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 1 (4), 493. doi: 10.2307/621905. (in English)

Powell, K. (2010). Making Sense of Place: Mapping as a Multisensory Research Method. *Qualitative Inquiry*, 16 (7), 539–555. doi: 10.1177/1077800410372600. (in English)

Relf, E. (1980). *Place and placelessness. Repr.* London: Pion (Research in planning and design, 1). (in English)

Sasse, G., Lackner, A. (2018). War and identity: the case of the Donbas in Ukraine. *Post-Soviet Affairs*, 34 (2-3), 139–157. doi: 10.1080/1060586X.2018.1452209. (in English)

Tytarenko, T. M. (2017). Osobystist pered vyklykamy viiny: psykholohichni naslidky travmatyzatsii [Personality beyond the challenges of war: the psychological consequences of traumatization]. *Problems of Political Psychology*, 5 (19), 17–24. (in Ukrainian)

Vasiutynskyi, V. O. (2017). Indyvidualni i kolektyvni stratehii adaptatsii miskyh hromad do zhyttia v period voiennoho konfliktu [Individual and collective strategies for adaptation of urban communities dwellers to life in times of an armed conflict]. *Problems of Political Psychology*, 5 (19), 43–53. (in Ukrainian)

Vasiutynskyi, V. O. (2016). Perspektyvy tsinnisnoho porozuminnia ukrayintsiv Skhodu i Zakhodu v otsinkah podiy na Donbasi [Prospects of values understanding of East and West Ukrainians in evaluations of events in Donbass]. *Ukrainian Psychological Journal*, (2), 7–18. (in Ukrainian)

УДК 316.65.

Кухарук Ольга Юрївна

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-34>

науковий співробітник,

лабораторія методології психосоціальних

і політико-психологічних досліджень,

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,

м. Київ, Україна

ORCID ID 0000-0003-1193-0249

kuharuk.o@gmail.com

СУСПІЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ УКРАЇНЦІВ У КОНТЕКСТІ ТЕОРІЇ СОЦІАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Розглядається самокатегоризація як основа формування соціальної ідентичності. Звертається увага на те, що в умовах соціальних потрясінь відбувається «швидка категоризація» як позбавлений тривалих рефлексій, емоційно забарвлений процес співвіднесення себе з групою, що зазнає змін. Представлено теоретичні підходи, які мають значний пояснювальний потенціал щодо змін в українському суспільстві, зокрема спричинених гібридною війною. Аналізується твердження R. de la Sablonnière, згідно з яким соціальні зміни можна розглядати як рушійну силу зміни соціальної ідентичності. Соціальні зміни охарактеризовано з погляду впливу на зміну ідентичності (ситуація стабільності, ситуація інерції, інкрементальні соціальні зміни, драматичні соціальні зміни). Зауважено, що зміна соціальної ідентичності, яку спричиняє та чи інша подія, визначається реакцією групи на неї; при цьому можлива різна реакція представників різних груп на одну і ту ж подію. З огляду на теорію процесуальної соціальної ідентичності, яка апелює до ціннісних аспектів соціальної ідентичності, реакцію групи на подію пов'язано з її цінностями, що постійно змінюються. З'ясовано, що ціннісні аспекти можуть стосуватися як підтримки соціальної стабільності, так і готовності втілювати зміни. Суперечність «стабільність-зміни» витлумачено в концепції мобілізації соціальної ідентичності. Зроблено припущення, що особа через самокатегоризацію відносить себе до певної соціальної групи, формує свої цінності і настановлення відповідно до значущого членства і готова діяти, аби реалізувати свою ідентичність. Запропоновано розглядати ідентичність не лише як набір фіксованих когнітивних та емоційних настановлень, а і як основу формування образу майбутнього, що спонукає до конкретних дій щодо його реалізації. Обстоюється думка, що соціальна ідентичність є головним рушієм соціальних змін, а групові ідентичності, що призводять до соціальних змін, можуть виникати як спонтанно, так і сконструюватися зацікавленими сторонами.

Ключові слова: теорія соціальної ідентичності; трансформація соціальної ідентичності; соціальна зміна; соціальна ідентичність

Olha Yu. Kukharuk

Researcher,

Institute for Social and Political Psychology at National Academy of Educational Sciences of Ukraine,

Kyiv, Ukraine

ORCID ID 0000-0003-1193-0249

kuharuk.o@gmail.com

PUBLIC TRANSFORMATIONS AND UKRAINIANS' IDENTITY THROUGH SOCIAL IDENTIFICATION THEORY

The self-categorization phenomenon is considered as foundation for social identity formation. When surviving in social shocks, there happens a 'rapid categorization' which is actually a process of correlating oneself with the group that undergoes changes. This process has no long reflexions but it is emotionally coloured. The article presents theoretical approaches having significant explanatory potential for changes in Ukrainian society, particularly those caused by the hybrid war. The statement of *de la Sablonnière S.* has been analysed in this study. Given this statement, social change can serve as a driving force for social identity change. Social change is characterized through the impact on identity change (stability situation, inertia situation, incremental social change, and dramatic social change). It should be noted that change in social identity caused by a certain event is determined by how the group shows its reaction to it. At the same time, various groups' representatives may show different reactions towards one and the same event. The reaction of a group to any event is linked to its values and is constantly changing. This is actually the idea of the procedural social identity theory, which appeals to value aspects of social identity. Value aspects may concern both the support to social stability and the willingness to implement changes. The contradiction between 'stability and change' has been interpreted within the concept of social identity mobilization. The article offers an assumption that through self-categorization a person refers itself to a certain social group, shapes his or her values and attitude in accordance with a meaningful membership and is ready to act with a target to realize his or her identity. It has been suggested considering identity not as a set of fixed cognitive and emotional attitudes only, but also as a basis to form up the image of the future that in due course, spurs to specific actions to get it realized. Social identity is the main driver to push changes in society, the group identities that lead to social change may arise both spontaneously and deliberately constructed by the stakeholders. This idea has been justified in the article.

Keywords: social identity theory; social identity transformation; social change; social identity.

Постановка проблеми. Соціальна ідентичність – одна із ключових соціально-психологічних характеристик особистості. Вивчення соціальної ідентичності, її характеристик, закономірностей її зміни дає змогу пояснити велику кількість соціальних та особистісних процесів, водночас потребує ґрунтовної теоретичної основи. Чинників, які впливають на зміну соціальної ідентичності, відомо наразі багато, й описано їх досить повно. Значно складніше прогнозувати зміни в структурі ідентичності, до яких може призвести дія цих чинників. Без усякого сумніву, гібридна війна в Україні є значним чинником зміни і трансформації соціальної ідентичності. Зміни, які відбуваються, на перший погляд очевидні, але їхні механізми, динаміка і закономірності потребують додаткового аналізу. Теоретичною основою для такого аналізу можуть стати ідеї, концепції і підходи, висунуті в межах однієї із ключових соціально-психологічних теорій – теорії соціальної ідентичності та самокатегоризації Г. Теджфела і Дж. Тернера.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У теорії соціальної ідентичності наразі означився зсув від опису когнітивних та емоційних елементів структури до вивчення і тлумачення особливостей поведінки й соціальної активності, яка виникає через ті чи ті характеристики ідентичності. Дослідники впевнені, що ідентичність – це не просто вірування та емоційна оцінка, це – бачення того, як має бути організований світ. Ідентичність, яку не можна реалізувати, не має сенсу. З огляду на це і розгортається сьогодні більшість досліджень. Серед них, наприклад, вивчення соціальної справедливості і толерантності (Adams, & Bell, 1997), особливостей соціальних репрезентацій у конструюванні ідентичності (Breakwell, 2010), спільної дії, яка спричиняє соціальні зміни (Drury, & Reicher, 2000), міжгрупових процесів у малих групах (Hogg, & Abrams, Otten, & Hinkle, 2004), поведінки в натовпі та колективних акцій (Soysal, 2000; Neville, & Reicher, 2018), типології соціальних змін за силою їхнього впливу на зміну ідентичності (de la Sablonnière, 2017) та ін.

Мета статті – визначити підходи, ідеї, напрями в теорії соціальної ідентичності, які можуть бути використані для аналізу та інтерпретації процесів трансформації соціальної ідентичності в Україні.

Виділення невирішених частин загальної проблеми. Є чимало різних підходів до визначення і пояснення соціальних змін, тлумачення їхніх механізмів. Так само є значна кількість підходів до вивчення і тлумачення соціальної ідентичності, особливостей її змін і значення для перебігу суспільних процесів. Постає необхідність визначити ті

теоретичні підходи, які розкривають взаємозв'язки між суспільними трансформаціями і змінами соціальної ідентичності.

Виклад основного матеріалу дослідження. На теорії соціальної ідентичності та соціальної категоризації базуються численні соціально-психологічні дослідження, що охоплюють широку сферу соціальних відносин – від економіки і маркетингу до глобальних суспільних зрушень. Одним із таких напрямів є вивчення соціальних змін і трансформацій. Співатор теорії соціальної ідентичності Г. Теджфел вважає головною проблемою соціальної психології проблему соціальних змін, точніше – взаємозв'язків між людиною і соціальною зміною: «змінюючи себе, індивід змінює соціальне середовище, а змінюючи його, змінюється сам» (Tajfel, & Israel, 1972, p. 243).

Завданням соціальної психології є вивчення особливостей соціальної ідентичності в контексті того, як особа сприймає те, що відбувається в суспільстві, і яким чином конструює свої стратегії поведінки відповідно до свого сприйняття. Особливо тоді, коли зміни відбуваються надзвичайно швидко і бракує часу для тривалих рефлексій. У таких випадках ідеться про «швидку категоризацію», до якої вдається особистість, аби швидше встановити свою соціальну ідентичність та визначити її ознаки – когнітивні, емоційні, ціннісні, поведінкові. У разі застосування цієї стратегії пізнавальні процеси здебільшого емоційно забарвлені, а об'єкт категоризації (соціальна група, яка зазнає змін) – розмитий і важко доступний. Швидка соціальна категоризація ускладнюється не лише через складність і недоступність об'єкта, а й через його мінливість. Зміни іноді відбуваються швидше, ніж спрацьовують людські механізми адаптації і категоризації (Tajfel, & Fraser, 1978). Можемо припустити, що протягом останніх шести років потреба в стратегії «швидкої категоризації» виникала досить часто у значної кількості громадян України. Подіями, які спричинилися до змін соціальної структури і визначальних характеристик груп, стали, наприклад, і Революція Гідності, і активний період спротиву російській агресії на сході України та пов'язані із цим інші соціальні процеси, і тривала гібридна фаза війни, і зміна владної верхівки.

Звичайно, не всі зміни є настільки швидкими і такими, що перевищують адаптаційні можливості особи чи групи, у т.ч. щодо конструювання соціальної ідентичності. Про «швидку категоризацію» ми говоримо в контексті тих змін, які в типології, запропонованій Roxane de la Sablonnière (2017), класифікуються як «драматичні соціальні зміни».

Розгляньмо більш детально цю типологію, що описує зв'язок між змінами в суспільстві і змінами в ідентичності. Її було розроблено на основі метааналізу психологічних і соціологічних текстів. Для побудови типології використано такі критерії:

1) темп або швидкість соціальних змін;

2) розрив у соціальній структурі спільноти чи групи (під соціальною структурою тут слід розуміти систему соціально-економічної стратифікації, соціальні інститути, організації, національну політику, закони, які допомагають структурувати норми, ролі, поведінку та цінності членів спільноти);

3) розрив чи руйнування нормативної структури суспільства – мікропроцесів, пов'язаних із звичками, поведінковими практиками та повсякденними нормами членів спільнот і груп;

4) загрози культурній ідентичності (у цьому контексті поняття культурної ідентичності належить розуміти максимально широко, у наближенні до поняття соціальної ідентичності).

За означеними вище критеріями дослідники виокремлюють чотири соціальні контексти, в яких відбуваються зміни соціальної ідентичності: стабільність, інерція, інкрементальність (поступові, рівномірні, наростаючі зміни) та драматичні соціальні зміни. Основний фокус аналізу в цьому підході вони зосереджують на драматичних соціальних змінах. Однак, як вони стверджують, неможливо охарактеризувати поняття драматичної соціальної зміни безвідносно до інших станів, у яких може перебувати суспільство. У стані стабільності не проявляється жодна з чотирьох характеристик соціальних змін. Інерція, на противагу стабільності, – це контекст, який передбачає ситуацію, що впливає на значну частину суспільства або, можливо, і на все суспільство. У ситуації інерції, якщо й відбувається подія, що потенційно може призвести до позитивних змін, не вистачає соціальної активності для їх утілення. Автори наводять як приклад інерційну ситуацію в Білорусі після падіння СРСР. Інерція – це відсутність відповідної соціальної діяльності, неспроможність сприйняти сигнали, що можуть розпочати зміни. Інкрементальні зміни – це ситуації поступального розвитку, коли повільна подія приводить до поступової, але глибокої суспільної трансформації. Ця подія повільно змінює соціальну та/або нормативну структуру, загрожує культурній ідентичності членів групи. Драматична соціальна зміна є ключовою одиницею аналізу і має кілька характеристик. У ситуації драматичної соціальної зміни події розгортаються дуже швидко і стисло в часі. Відбувається розрив у соціальній структурі та розрив зв'язків із минулим. Вплив цих подій може бути настільки сильний, що навіть основні аспекти суспільного життя, ключові соціальні інститути піддаються впливу і змінам. Часто в результаті таких змін суспільство переживає повну трансформацію. Способи, стратегії поведінки, стилі взаємодії повинні зазнати значних змін, для того щоб могла здійснюватися колективна діяльність і відбувалося досягнення колективних

цілей. Ще однією ознакою драматичної соціальної зміни є загроза культурній та соціальній ідентичності. Вона проявляється як серйозна загроза ідентичності та ясності спільних переконань, цінностей, поглядів та поведінкових сценаріїв, пов'язаних з групою.

Загалом, драматичну соціальну зміну було визначено як глибокі суспільні перетворення, які повністю руйнують рівновагу соціальної структури, причому вплив цих змін перевищує адаптаційні можливості суспільства. Як і у випадку поступових змін, драматична соціальна зміна викликає фундаментальні зміни і трансформації в суспільстві. Однак зсув відбувається набагато швидше, провокуючи розрив з минулим. Розпад соціальної структури спричиняє потребу в реконструкції основних суспільних елементів. Дослідники визначають драматичну соціальну зміну як найбільш руйнівний тип зміни не тільки для соціальної структури, а й для більшості членів суспільства. Вплив на якість змін у суспільстві визначає не так сама подія, як реакція на неї суспільства.

Можемо припустити, що різні групи населення переживають одні і ті ж соціальні зміни, а тому подальшого аналізу потребують причини та особливості різного переживання соціальних змін в Україні. Маємо наразі розділення суспільства на осіб, що переживають трансформацію ідентичності внаслідок реального залучення до драматичних соціальних змін, і на тих, хто переживає трансформацію ідентичності через залучення до інерційних соціальних змін (Циганенко, & Кухарук, 2016; Васютинський, 2017). Щоб пояснити таку розділеність суспільства, спробуймо звернутися до низки інших соціально-психологічних досліджень.

У концепції Г. Брейкуелл під назвою «процесуальна теорія ідентичності», де дістали подальший розвиток ідеї Дж. Марсія про мінливість ідентичності, увага акцентується на зв'язку когнітивних процесів з емоційною і ціннісною сферами особистості (Breakwell, 2010). Ідентичність залежить не тільки від уявлень про свою групу, а й від результатів постійної переоцінки і зміни переживань щодо цих уявлень. Г. Брейкуелл зазначає, що цінність кожного елемента когнітивної системи уявлень про свою групу постійно змінюється, оскільки триває осмислення тих змін, які відбуваються в соціальній системі, і місця особистості в ній. Ідентичність згідно з цією концепцією, змінюється таким чином, щоб особистість дістала відчуття власної неперервності, самобутності, самоефективності і самоповаги (Breakwell, 2010; Vignoles, Manzi, Regalia, Jemmolo, & Scabini, 2008). Саме ці цінності є рамковими і такими, що спричиняють постійні зміни точок відліку для конструювання ідентичності з метою досягнення позитивних переживань щодо власної неповторності, суб'єктності і позитивності. Трагічні події, зумовлені війною в країні, актуалізують різні стратегії переживання цих потрясінь. І якщо для частини суспільства важливо бути залученими до процесу цих змін, то є значна група людей, у

ціннісному полі яких ключовим буде дистанціювання і збереження особистої стабільності (Васютинський, 2017).

Відповідь на питання, чому можливі такі різні підходи і таке різне переживання соціальних потрясінь та змін, спробуємо знайти в ідеях, що виникли завдяки аналізу напрацювань у сфері психології соціальної зміни (Subašić, Reynolds, Reicher, & Klandermans, 2012). На відміну від згаданої вище типології, де соціальна зміна розглядається як чинник зміни ідентичності, дослідники говорять про зміну ідентичності як чинник соціальних змін. Вони хочуть зрозуміти, як і чому ми, змінюючи ідентичність, приходимо до зміни соціальної структури суспільства і соціальних цінностей. На основі огляду значної кількості досліджень їм вдалося дійти висновку, що процеси зміни соціальної ідентичності займають центральне місце в соціальних змінах. Зміни соціальної ідентичності провокують колективну мобілізацію і колективні дії, що приводять до соціальних змін. А отже, процес соціальних змін – це той процес, у якому взаємодія між індивідом і суспільством є найбільш повною і щільною.

Дослідники пропонують відходити від ідеї, що соціальні зміни і соціальна стабільність – закономірні еволюційні процеси. Вони пропонують розглядати їх як процеси, що мають свої механізми, у т. ч. соціально-психологічні, і не виникають спонтанно, а можуть бути сконструйовані і керовані. За такого соціально-психологічного підходу соціальна зміна постає як результат мобілізаційного процесу і спільної дії, спричиненої зміною соціальної ідентичності у великих групах. Стабільність також тлумачиться як продукт діяльності домінантної групи, яка має на меті утримувати й розвивати свої цінності і переконання. «Прагнення до стабільності», «необхідність стабільності» визначається не стільки як задана риса особистості чи групи, скільки як одне з настановлень домінантної групи, яке допомагає цю стабільність підтримувати. Такий підхід, на думку дослідників, дає змогу бачити закономірності змін й аналізувати їх на рівні механізмів.

У зазначеному контексті механізм взаємозв'язку соціальної ідентичності і соціальних змін виглядає так. Першим етапом є самокатегоризація, визнання своєї належності до певної соціальної категорії (жінка, ліберал, фанат футболу). Наступний етап – світогляд особистості, знання, оцінки та дії формуються відповідно до умов груп, до яких вона себе відносить. Це дає змогу в момент мобілізації діяти колективно, в одному напрямі, спільно з іншими членами групи. І якщо стратегія збереження стабільності – це стратегія домінантної групи задля підтримання своєї ідентичності, то соціальна зміна – це спроба групи меншості впровадити свої цінності і змінити домінантну групу. Спільна дія

(реальна чи уявна) дає нам змогу діяти разом і нав'язувати (поширювати, пропагувати) свої погляди, навіть якщо інші чинять спротив.

Отже, соціальна зміна є зміною соціальної ідентичності в кількох напрямках. У першу чергу це зміщення акцентів – від індивідуального самоусвідомлення до актуалізації групової належності, до дії і поведінки як члена певної соціальної групи. Але разом із груповим самоусвідомленням необхідною є також зміна уявлень про місце і роль групи свого членства в системі соціальних відносин. І, відповідно, потрібні дії щодо зміни такого статусу в реальності. Саме тоді, коли актуальна позиція групи в соціальній структурі стає для її членів неприйнятною, а краща позиція видається досяжною (завдяки оцінці й наявності альтернатив і вірі в те, що зміни можливі), змінюється реальність суспільних відносин.

Є ще один аспект, на якому наголошують дослідники: у процесах міжгрупової дискримінації значення має не лише те, як ми бачимо і сприймаємо теперішнє, не лише хто такі «вони», але і ким «ми» хочемо бути. Соціальна ідентичність – це не тільки і не стільки пізнання сьогодення. На основі того, як члени груп усвідомлюють свою групову належність, як оцінюють членство в групі чи групах, вони формують образ майбутнього та визначають дії, щоб цей образ міг бути зреалізованим. Отже, парадигма пояснення соціальних змін у зв'язку з особливостями реалізації соціальної ідентичності є парадигмою мобілізації і спільної дії, а не парадигмою сприйняття.

Закономірно постає питання, а хто ж формує значущу соціальну ідентичність, яка спричиняє соціальні зміни. На думку основоположників мобілізаційного підходу, найважливіше в ньому – наголос на тому, що трансформації, які є настільки важливими для процесу соціальних змін, залежать від вибору людьми з-поміж альтернатив, які часто визначаються різними джерелами впливу. Під джерелами впливу належить розуміти політиків, представників влади, громадських активістів та інших агентів впливу, які найбільше зацікавлені в реалізації своїх цінностей і які намагаються запропонувати більшості свої варіанти ідентичності й цінностей у такому вигляді, у якому більшість їх прийме і буде зацікавлена в їх утіленні. Отже, соціальні зміни залежать від соціальної ідентичності, яка, зі свого боку, залежить від того, кого ми слухаємо і вважаємо нашими лідерами. Звідси випливає, що процес поєднує заперечення цінностей тих, хто прагне зберегти статус-кво, і «пропозицію» нової, більш цікавої ідентичності, яка має бути втілена шляхом суспільної мобілізації. Остання ж не просто ґрунтується на сприйнятті теперішнього, а й на конструюванні майбутнього.

Дослідники звертають увагу на те, що політики і влада активно використовують ці парадигми, конструюючи і пропонуючи нові ідентичності, пропагуючи свої цінності і намагаючись зробити

запропонований образ майбутнього значущим і важливим. Вони аналізують ефективність влади не як систему реальних заохочень і санкцій, а як систему, яка пропонує або не пропонує значущу, бажану форму групової ідентичності з ціннісним компонентом та компонентом майбутнього.

Висновки. Розглянуті нами концепції мають значний пояснювальний потенціал щодо подій і змін, які відбуваються сьогодні в Україні. Типологія соціальних змін дає змогу класифікувати соціальні процеси і співвіднести особливості їхнього перебігу із змінами в соціальній ідентичності представників різних соціальних груп. Теорія процесуальної соціальної ідентичності може бути застосована для пояснення відмінностей у стратегіях адаптації до впливів війни та інших потрясінь; відповідно, концепція мобілізації соціальної ідентичності – для визначення актуальних соціальних ідентичностей і прогнозування можливих соціальних змін, які вони можуть спричинити.

Список використаних джерел

Васютинський, В. (2017). Індивідуальні і колективні стратегії адаптації мешканців міських громад до життя в період воєнного конфлікту. *Проблеми політичної психології*, 5 (19), 43–52.

Циганенко, Г., & Кухарук, О. (2016). Соціально-психологічне осмислення конфліктів між цивільними і військовими в ході групової взаємодії. *Проблеми політичної психології*, 4, 24–39.

Adams, M., & Bell, L. A. (1997). *Teaching for diversity and social justice: a sourcebook*. New York, NY : Routledge

Breakwell, G. M. (2010). Resisting representations and identity processes. *Papers on Social Representations*, 19, 6.1–6.11.

De la Sablonnière, R. (2017). Toward a Psychology of Social Change: A Typology of Social Change. *Frontiers in psychology*, 8, 397. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00397>

Drury, J., & Reicher, S. (2000). Collective action and psychological change: The emergence of new social identities. *British Journal of Social Psychology*, 39(4), 579–604.

Hogg, M. A., Abrams, D., Otten, S., & Hinkle, S. (2004). The social identity perspective: Intergroup relations, self-conception, and small groups. *Small group research*, Vol. 35, № 3, 246–276.

Neville, F. G., & Reicher, S. D. (2018). Crowds, Social Identities, and the Shaping of Everyday Social Relations. *Political Psychology*, 2, 231–252.

Soysal, Y. N. (2000). Citizenship and identity: living in diasporas in post-war Europe? *Ethnic and Racial Studies*, 23(1), 1–15.

Subašić, E., Reynolds, K. J., Reicher, S. D. & Klandermans, B. (2012). Where To From Here for the Psychology of Social Change? Future Directions for Theory and Practice. *Political Psychology*, Vol. 33, No. 1, 68–74.

Tajfel, H., & Israel, J. (Eds.) (1972). *The Context of Social Psychology. A critical assessment*. New York; London, Academic Press.

Tajfel, H., & Fraser, C. (Eds.) (1978). *Introducing social psychology: An analysis of individual reaction and response*. Harmondsworth: Penguin.

Vignoles, V. L., Manzi, C., Regalia, C., Jemmolo, S., & Scabini, E. (2008). Identity motives underlying desired and feared possible future selves. *Journal of Personality*, 76(5), 1165–1200.

References

Adams, M., & Bell, L. A. (1997). *Teaching for diversity and social justice: a sourcebook*. New York, NY : Routledge. (in English)

Breakwell, G. M. (2010). Resisting representations and identity processes. *Papers on Social Representations*, 19, 6.1–6.11. (in English)

De la Sablonnière, R. (2017). Toward a Psychology of Social Change: A Typology of Social Change. *Frontiers in psychology*, 8, 397. Retrieved from <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00397> (in English)

Drury, J., & Reicher, S. (2000). Collective action and psychological change: The emergence of new social identities. *British Journal of Social Psychology*, 39(4), 579–604. (in English)

Hogg, M. A., Abrams, D., Otten, S., & Hincle, S. (2004). The social identity perspective: Intergroup relations, self-conception, and small groups. *Small group research*, Vol. 35, № 3, 246–276. (in English)

Neville, F. G., & Reicher, S. D. (2018). Crowds, Social Identities, and the Shaping of Everyday Social Relations. *Political Psychology*, vol. 2, 231–252. (in English)

Soysal, Y. N. (2000). Citizenship and identity: living in diasporas in post-war Europe? *Ethnic and Racial Studies*, 23(1), 1–15. (in English)

Subašić, E., Reynolds, K. J., Reicher, S. D., & Klandermans, B. (2012). Where To From Here for the Psychology of Social Change? Future Directions for Theory and Practice. *Political Psychology*, Vol. 33, No. 1, 68–74. (in English)

Tajfel, H., & Israel, J. (Eds.) (1972). *The Context of Social Psychology. A critical assessment*. New York; London, Academic Press. (in English)

Tajfel, H., & Fraser, C. (Eds.) (1978). *Introducing social psychology: An analysis of individual reaction and response*. Harmondsworth: Penguin. (in English)

Tsyhanenko, H., & Kukharuk, O. (2016). Sotsialno-psykholohichne osmyslennia konfliktiv mizh tsyvilnymi i viiskovymi v khodi hrupovoi vzaiemodii. *Problemy politychnoi psykholohii*, 4, 24–39. (in Ukrainian)

Vasiutynskyi, V. (2017). Indyvidualni i kolektyvni stratehii adaptatsii meshkantsiv miskykh hromad do zhyttia v period voiennoho konfliktu. *Problemy politychnoi psykholohii*, 5 (19), 43–52. (in Ukrainian)

Vignoles, V. L., Manzi, C., Regalia, C., Jemmolo, S., & Scabini, E. (2008). Identity motives underlying desired and feared possible future selves. *Journal of Personality*, 76(5), 1165–1200. (in English)

УДК 316.472.3

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-35>

Скнар Оксана Миколаївна

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник,
лабораторія психології політичної поведінки молоді,
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,
м. Київ, Україна
ORCID ID 0000-0001-7883-680X
sknar_o@ukr.net

ВЗАЄМОДІЯ В СІМ'Ї ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ГРОМАДЯНСЬКОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ МОЛОДІ: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

На основі теоретичного аналізу наукових джерел визначено основні поняття дослідження взаємодії в сім'ї як чинника розвитку громадянської компетентності сучасної української молоді. До таких понять віднесено компетенції, громадянську компетентність, взаємодію, сім'ю як систему, середовище сімейної взаємодії, батьківсько-дитячу взаємодію, умови середовища. З'ясовано, що громадянська компетентність виконує синтезувальну функцію, оскільки базується на опануванні ключових життєвих компетенцій. При цьому зауважено, що завдання створення умов для її становлення не вирішується засобами лише громадянської освіти – значну роль у цьому процесі відіграє сім'я, де середовище сімейної взаємодії є майданчиком для засвоєння настановлень, правил і норм, опанування навичок взаємодії, що може сприяти/перешкоджати розвитку громадянської компетентності, та являє собою «навчальний простір» для набуття, опанування різноманітних компетенцій соціальної взаємодії. Розширено уявлення про сім'ю як соціальну систему стійких взаємодій її членів, функціонування якої здатне сприяти розвитку громадянської компетентності дитини. Обґрунтовано припущення про зумовленість розвитку громадянської компетентності дитини особливостями сімейної взаємодії. Наголошено, що сімейне середовище є водночас умовою і джерелом розвитку соціально-психологічних компетенцій дитини: розвивальне сімейне середовище об'єднує умови, якість, тип взаємодії між членами родини, що закладають основу для саморозвитку, набуття та нарощування соціально-психологічних компетенцій, опанування яких сприяє зростанню громадянської компетентності. Проаналізовано батьківсько-дитячу підсистему взаємодії, визначено умови розвитку громадянської компетентності в сімейній взаємодії, до яких віднесено прийняття, довіру, любов, безпеку, здоровий контроль.

Ключові слова: компетенції; громадянська компетентність; взаємодія в сім'ї; середовище сімейної взаємодії; умови взаємодії.

Oksana Sknar,

PhD in Psychology, Senior Research,
the Laboratory for Youth Political Behavior Psychology,
Institute for Social and Political Psychology
at National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0001-7883-680X
sknar_o@ukr.net

FAMILY INTERRELATIONS AS THE DRIVER TO FOSTER YOUTH CIVIL COMPETENCE: BASIC RESEARCH CONCEPTS

Having analysed the reference material, some basic research concepts for family interactions were identified and considered as the civil competence development factors among young Ukrainians. The concept uncovers such definitions as the competence, civil interaction competence, family as a system, family climate, parent-and-child interaction, and social environment. The study reveals that civil competence does a synthesizing function, since it is based on mastering key life competencies. However, it is noted that its formation climate is not solely derived from civic education as the family plays the most significant role in this process. The family itself and interrelations between its members are actually the platform to master various attitudes, interaction skills, rules and behavioural norms. All these can either facilitate or hinder the development of civil competence, as the family represents a so-called 'educational space' to acquire and master various social interaction competencies. The article provides a wider concept of a family, it suggests any family is being a social system for sustainable interaction among its members whose functioning can contribute to the development of a child's civil competence. The study in the article also justifies an assumption that family interaction features directly predetermine a child's civil competence. The article makes an emphasis on a family climate by considering it as both the conditions and the source to develop social and psychological competencies of any child. The evolving family environment brings together conditions, quality and type of family interaction, thus builds up the solid foundation for self-development, social and psychological competencies acquisition and development. Mastering the above fosters civil competence enhance. An interaction subsystem between parents and children has been analysed, conditions to civil competence development within the family members' interaction have been identified. These conditions are represented by acceptance, trust, love, safety, and reasonable control.

Keywords: competence; civil competence; family interaction; family interaction environment/climate; conditions.

Постановка проблеми. Стабільність і стійкість демократичних суспільств значною мірою пов'язані з громадянською компетентністю населення країни. Здатність громадян брати свідому участь в обговоренні суспільних проблем і конструктивно взаємодіяти з іншими, щоб планувати шляхи вирішення поставлених завдань та досягнення загального блага, є важливою для процвітання демократії будь-якої сучасної країни (Le Compte, Blevins, & Riggers-Piehl, 2019; Levine, & Kawashima-Ginsberg, 2015; Metzger et al., 2018). Актуальність дослідження особливостей впливу сімейної взаємодії на розвиток громадянської компетентності молоді зумовлюється усвідомленням ролі сім'ї, яка визначає не тільки розвиток дитини, а й, зрештою, усього суспільства. Взаємодія дитини з батьками є першим досвідом взаємодії з навколишнім світом, що надалі визначає особливості поведінки з іншими людьми в громаді, суспільстві, державі. Діти виростають і, живучи за інерцією, керуються відтак засвоєними в дитинстві правилами, настановленнями, моделями поведінки та сформованими в процесі взаємодії уявленнями і переконаннями.

Суспільство загалом складається із сімей, у яких зростають громадяни. Ці громадяни із часом голосуватимуть за владу – таку владу, яка «за образом і подобою» буде схожою до тієї, що культивувалася в їхньому сімейному середовищі. Логічно припустити, що якщо дитина отримує досвід взаємодії, за якої батьківська влада сприймалася як справедлива і тверда, то й у дорослому житті вона прагнутиме відтворити в суспільстві, державі саме таку владу. І навпаки, протилежний досвід призводить до того, що, вже подорослішавши, люди так і живуть, не покладаючись ні на владу, ні на закон, не осмисливши права на їх дотримання і безумовне виконання, готові погодитися з тим, що їхні права будь-якої миті можуть бути порушені, знехтувані, проігноровані тощо. Тому визначення умов і характеристик (особливостей, специфіки) середовища сімейної взаємодії, що зумовлюють розвиток дитини загалом та її громадянської компетентності зокрема, є важливим і нагальним завданням сучасної соціально-психологічної науки, а актуальність такого дослідження не викликає сумнівів.

Мета статті – визначити основні поняття дослідження взаємодії в сім'ї як чинника розвитку громадянської компетентності молоді.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Огляд сучасних наукових джерел з дослідження різних аспектів взаємодії в сім'ї засвідчує, що значну частину наукових робіт, у яких сім'я розглядається як мала соціальна група, присвячено вивченню її функцій (А. Антонов, М. Мацковський, В. Медков, А. Харчев, Г. Навайтис), структури (Ю. Альошина, Л. Гозман), стадій життя (Ю. Альошина, Е. Васильєва, Р. Саєр), типів розподілу сімейних ролей (І. Гребенников), параметрів

сімейної системи тощо. Наукові дослідження компетенцій і компетентностей (І. Єрмаков, І. Зимня, Ф. Одіже, Л. Сохань, Р. Фельдхаус, Т. Шепелева та ін.) зосереджені навколо визначення й операціоналізації цих понять, створення їх класифікацій.

Рефлексивне поле вивчення компетентності особистості розвивається завдяки міждисциплінарним дослідженням її видів: *соціальної* (Г. Білицька, А. Брушлинський, Н. Казаринова, С. Краснокутська, Ф. Одіже, Дж. Равен, Є. Руденський, Р. Ульріх), *комунікативної* (Ю. Габермас, Ю. Жуков, Л. Петровська, А. Сікурел) *інформаційної* (В. Акуленко, М. Дзугоева, О. Зайцева, Н. Насирова, Е. Рудницький, О. Семенов, О. Толстих), *професійної* (А. Маркова), *життєвої* (Т. Титаренко, І. Єрмаков, О. Деркач, М. Степаненко та ін.) тощо (Степаненко, 2006). *Громадянську* компетентність як окремий вид виділяють найчастіше західні фахівці.

Ми дійшли висновку, що компетентність визначається сформованістю системи компетенцій (компетентностей) особистості. Відповідно, громадянська компетентна поведінка розкривається через систему дієвих компетенцій громадянина. Успішно втілені в діяльності компетенції визначають компетентність особистості в тій чи іншій сфері.

Спільною ознакою всіх компетенцій є те, що вони дають особистості змогу ефективно діяти в певній сфері або виконувати відповідні ролі і функції. Так, компетентність у сфері громадсько-суспільної діяльності передбачає виконання ролей громадянина, виборця, споживача тощо (Зимня, 2004). Тож набуття належних громадянських компетенцій дасть змогу об'єктові продуктивно діяти в суспільно-політичному просторі, виконувати роль громадянина.

Взаємодію в сімейному середовищі між батьками і дитиною досліджували А. Адлер, Г. Бевз, Дж. Боулбі, А. Варга, В. Васютинський, О. Вознесенська, Р. Дрейкус, Е. Ейдемільер, Е. Еріксон, О. Келепко, К. Роджерс, М. Сидоркіна, В. Столін та ін. *Водночас широке коло питань щодо компетенцій і компетентності особистості вивчали* І. Єрмаков, І. Зимня, Ф. Одіже, Л. Сохань, Р. Фельдхаус, Т. Шепелева, щодо *громадянської компетентності* – Р. Даль, І. Жадан, С. Кисельов, С. Позняк, Дж. Равен, С. Рябов, Р. Чулкова та ін. Як бачимо, дослідження проводилися вченими різних напрямів, які зазвичай не перетиналися. Тож розробок, які б були присвячені аналізу соціально-психологічних ресурсів середовища сімейної взаємодії як сприятливого для розвитку громадянської компетентності особистості простору, на сьогодні в Україні бракує.

Виклад основного матеріалу дослідження. Ми спиралися на продуктивну з погляду завдань нашого дослідження класифікацію ключових компетенцій, яку запропонувала І. Зимня. Класифікація ґрунтується на положенні В. Мясіщева про те, що людина виявляє себе в системі

ставлень до суспільства, інших людей, до самої себе, до праці. Відповідно, дослідниця виділила три основні групи компетенцій:

1) компетенції, які стосуються людини як особистості, суб'єкта діяльності й спілкування: компетенції ціннісно-сислової орієнтації у світі; компетенції інтеграції, компетенції здоров'язбереження, компетенції самовдосконалення й саморозвитку; *компетенції громадянськості* (знання й дотримання прав та обов'язків громадянина; свобода і відповідальність; упевненість у собі; власна гідність; громадянський обов'язок; гордість за символи держави);

2) компетенції, що стосуються *соціальної взаємодії людини і соціальної сфери*: компетенції соціальної взаємодії (із суспільством, спільнотою, колективом, партнерами, сім'єю тощо); компетенції розв'язання конфліктів (готовність до співробітництва, настановлення на толерантність у взаємодії, повагу до Іншого, соціальну мобільність); компетенції спілкування;

3) компетенції, що стосуються *діяльності людини*: компетенції пізнавальної діяльності; компетенції діяльності, які охоплюють засоби й способи діяльності (планування, проєктування, моделювання, прогнозування тощо та орієнтацію щодо різних видів діяльності); компетенції інформаційних технологій (Зимня, 2006).

Схожа щодо підходів і змісту й класифікація громадянських компетенцій Р. Чулкової. Дослідниця спробувала окреслити громадянську компетентність як сукупність ключових компетенцій особистості, що реалізуються як здатність людини. Серед них: 1) дослідницькі компетенції (здатність до аналізу й оцінки соціальної ситуації); 2) компетенції соціального вибору (уміння робити вибір і приймати рішення в тій чи іншій соціальній ситуації, під час розв'язання соціальних проблем); 3) компетенції соціальної дії (втілення прийнятого рішення, реалізація свого вибору); 4) комунікативні компетенції (здатність до толерантної взаємодії з іншими в ході розв'язання соціальних проблем); 5) освітні компетенції (здатність до подальшої самоосвіти і розвитку в постійно змінюваних соціальних умовах) (Чулкова, 2014).

Р. Фельдхаус розглядає компетентності як комплекс знань, настановлень і цінностей, інтелектуальних умінь та вмінь участі й класифікує їх відповідно до чотирьох вимірів громадянства: політико-правового, соціального, культурного та економічного. Так, дослідник вважає, що *політична і правова* компетентність передбачає: 1) знання політичних систем і процесів, прав та обов'язків, 2) усвідомлення того, як приймаються рішення і відбуваються зміни в демократичному суспільстві, 3) демократичне ставлення, 4) уміння та навички участі, тоді як *соціальна* компетентність – це 1) знання про місце особи в суспільстві та фактори, що його визначають, 2) певне співвідношення часток особистого та

суспільного життя, 3) толерантне і поважне ставлення та 4) уміння і навички спілкування та розв'язання конфліктів (Позняк, 2013).

За Дж. Равеном, вирішальними для реалізації саме компетентної поведінки є схильність до аналізу таких понять, як відповідальність, участь, демократія, делегування повноважень тощо, до рефлексії природи суспільства, закономірностей його «організації» (когнітивний аспект), а також прагнення втілювати результати такого аналізу в різних формах поведінки громадянина (поведінковий аспект) (Равен, 2002, с. 22).

Громадянську компетентність як окремий вид виокремлюють передусім західні фахівці. Наголошуючи на тому, що вона об'єднує компетенції, пов'язані з виконанням ролі громадянина, вони часто визначають її як *соціальну співучасть* (Феномен компетентності..., 2005, с. 178).

Соціальні компетенції, або здатність до дії, згідно з теорією Ф. Одіже, належить розуміти як здатність жити й співпрацювати з іншими; здатність розв'язувати конфлікти за принципами демократичного права і брати участь у публічних дебатах (Позняк, 2013). Ф. Одіже, визначаючи зміст поняття *компетентного громадянина*, зосереджує увагу на складниках, що забезпечують громадянську компетентність: «Компетентний громадянин є вільною та автономною особистістю, яка знає свої права та обов'язки в суспільстві, здатна сформувати владу, що встановлює правила життя в громаді (закон), і здійснювати контроль над нею» (Позняк, 2019, с. 24).

Отже, під *громадянськими компетентностями* належить розуміти комплекс умінь, знань, настановлень і мотивів, що сприяють розвитку здатності особистості ефективно діяти й реалізовуватися в ролі громадянина. Ми з'ясували, що в єдності трьох компонентів (когнітивного, мотиваційно-ціннісного і поведінкового) вони є підґрунтям, передумовою для розвитку компетентної поведінки громадянина.

До цього додамо, що оскільки громадянська компетентність, по суті, є *інтегративною*, такою, що базується на опануванні ключових, життєвих компетенцій, то завдання створення умов для її становлення не вирішується засобами лише громадянської освіти. Значну роль у цьому процесі відіграють інші інститути соціалізації, і зокрема *сім'я*, адже сімейне середовище є «навчальним простором» для набуття, опанування різноманітних компетенцій соціальної взаємодії.

Сім'я, виконуючи низку соціально-психологічних функцій, є невід'ємним компонентом соціальної структури суспільства, інститутом соціалізації, формою соціальної спільності, в основі формування і розвитку якої лежить взаємодія. Це мала група, мінімодель суспільства, що має свій устрій, ієрархію, межі, власні правила і норми, цінності, традиції, практики взаємодії, розподіл ролей та обов'язків. Дитина в процесі розвитку опановує нормативні форми поведінки у взаємодії з дорослими.

Проте навіть подорослішавши, вона дотримується відомих і засвоєних норм, правил, стереотипів поведінки, які були сформовані в процесі сімейної взаємодії.

Зауважимо, що поняття «взаємодія» в наукових дослідженнях використовують як у широкому, так і вузькому значенні. Якщо в прикладних дослідженнях взаємодію частіше розглядають як інтерактивний бік спілкування (вузьке значення), то в теоретичних розвідках – як базове поняття, що співвідноситься з поняттям «стосунки», «взаємини». Соціально-психологічні стосунки завжди виявляються у взаємодії, комунікації. Їхня сутність у тому, що вони мають характер «взаємності». Відмітною характеристикою соціально-психологічних відносин і стосунків є те, що вони – результат взаємодії, взаємовпливу, взаєморозуміння, взаємопізнання, взаємоспрямованості тощо (Марковская, 2007; Куницына, & Панферов, 1992). До цього додамо, що формою вияву стосунків є оцінка. На думку В. Мясіщева, в оцінках себе та інших людей виявляються передусім стосунки самоповаги і поваги інших, які трансформуються у взаємини авторитетності або ж авторитарності, домінування або підпорядкування, чуйності або неувagi, співпереживання або байдужості тощо. На підтвердження цього висловлюються В. Куницына і В. Панфьоров (1992), наголошуючи, що оцінні ставлення в цьому процесі виконують функцію перетворення психологічних стосунків у соціально-психологічні.

Усвідомлюючи, що взаємодія не тотожна стосункам, зауважимо, що їх аналіз (як емпіричний, так і теоретичний) можна здійснювати лише в їхній нерозривній єдності, з урахуванням взаємного впливу. Стосунки можуть бути як «джерелом» взаємодії, так і її результатом. Стосунки виявляються у спільній життєдіяльності людей та беруть участь у процесах взаємодії і як умови, і як результат. На переконання І. Марковської (2007), емпіричний аналіз суспільних стосунків має базуватися на вивченні передусім соціально-психологічних форм взаємодії людей. Таке розуміння відповідає принципам системного підходу.

Сімейне середовище із самого дитинства стає майданчиком для засвоєння особистістю настановлень та правил і норм, опанування навичок взаємодії тощо, що може сприяти/перешкоджати розвитку компетентної поведінки особистості загалом і компетентної поведінки громадянина в суспільстві зокрема. Особистість, що зростає, з дитинства занурена в соціальний світ сім'ї, де зміст і процеси її розвитку залежать від особливостей взаємодії з іншими членами родини і зокрема з батьками. У середовищі сім'ї повсякчас вибудовується взаємодія між членами родини, що прямо, опосередковано чи неявно впливає на розвиток компетентності особистості, що зростає, у т. ч. і її громадянської компетентності. Такий вплив може сприяти розвитку або, навпаки, його утруднювати.

Розглядаючи сімейне середовище як соціальну систему взаємодій та зважаючи на специфіку цих взаємодій між членами родини, можна, на нашу думку, охарактеризувати його як 1) сприятливе/перешкоджальне для розвитку громадянської компетентності; 2) таке, що має свої особливі ресурси впливу на особистість громадянина, що зростає.

Зупинімося відтак на розгляді умов середовища сімейної взаємодії, що є сприятливими для розвитку громадянської компетентності особистості.

Культура громадянськості, як відомо, є культурою спільного існування, здійснення спільних справ на засадах справедливості, суспільного блага, стабільності, цілісності соціальної системи. Сюди ж можна віднести і прагнення оптимально облаштовувати спільне життя, ефективно розв'язувати проблеми громади, брати участь у реалізації спільних справ, упорядкуванні життя громади, готовність співпрацювати з іншими заради спільної мети (Жадан, Кисельов, Кисельова, & Рябов, 2004). Громадянськість обумовлюється державною самоідентифікацією, усвідомленням своєї належності до конкретної країни. Це показник ставлення людей до чинного порядку, настанов влади, вираження міри їхньої законслухняності та критичності, відчуття власної гідності у відносинах з владою, знання й поважне ставлення до прав людини, готовність та вміння домагатися їх дотримання, вимагати від держави виконання її функцій, відповідальне ставлення до власних обов'язків перед громадою.

Досліджуючи громадянську компетентність, доцільно згадати про громадянські чесноти. Так, Р. Даль запевняє, що важливою громадянською чеснотою є «справедливість» щодо інших людей. Вона може бути розвинута завдяки дотриманню встановлених правил і соціальних норм взаємодії, що передбачають співпричетність і розуміння яких також можна досягти через любов, дружбу, здорову прихильність, добросусідство тощо. Останні є важливими умовами для розвитку громадянської компетентності, що найбільшою мірою виявляються, переживаються (або ні) у сімейній взаємодії.

Підкреслимо, що соціально-психологічні особливості взаємодії в сімейному середовищі визначаються досвідом переживання дитиною прийняття і любові, довіри, безпеки, котрі, як зазначалося вище, сприяють розвитку соціального інтересу, відкритості і довіри до інших тощо.

Любов і прийняття – важливі параметри батьківсько-дитячих стосунків. Е. Фромм (1990) вважав, що материнська любов за суттю є безумовною, батьківську ж любов він розглядав як обумовлену (що відповідає розумінню функцій сім'ї, де мати – «природа», а батько – «державка») (с. 58). Дослідник розумів любов як настановлення, що задає ставлення людини до світу загалом, а не тільки до одного «об'єкта» любові. На важливості любові і визнання дитини як унікальної особистості

наголошував А. Адлер, а прийняття як базове ставлення до особистості Іншого є базовим поняттям у К. Роджерса.

Дослідження взаємодії батьків і дітей, що були проведені ще далекого 1945 р., показали, що найбільше сприяють розвитку дитини ставлення за зразком «прийняття – демократичність» (Роджерс, 1994, с. 83). Прийняття, за К. Роджерсом, – це «тепла прихильність, ставлення як до людини, яка має безумовну цінність, незалежно від її стану, поведінки або почуттів...» (там само, с. 76). Дослідник включав у прийняття повагу і симпатію.

Зазначимо, що питання про співвідношення понять любові і прийняття вирішується у психологічній науці неоднозначно. Зокрема, на думку В. Століна (1982), любов як ставлення поєднує в собі симпатію, близькість, повагу і таким чином ніби включає в себе прийняття в розумінні К. Роджерса. Проте навіть на рівні здорового глузду зрозуміло, що далеко не кожна любов означає прийняття іншого, так само як прийняття не обов'язково тотожне любові.

Г. Хоментаускас (1989) підкреслював, що батьківська любов – це двостороннє ставлення, що передбачає двох учасників (батька і дитину), яких пов'язують взаєморозуміння, взаємоповага і взаємна симпатія: «батьківська любов як почуття не повинна бути самоціллю, самоцінністю. Вона має мало сенсу, якщо не сприймається дітьми» (с. 123). Дитина відчуває любов батьків, а батьки сприймають себе люблячими в тому випадку, якщо: 1) батьки вміють доступно висловлювати свої почуття дитині; 2) дитина належним чином розуміє своїх батьків; 3) батьки усвідомлюють внутрішній стан дитини і здатні сприйняти висловлені дитиною почуття любові і прихильності.

Г. Хоментаускас (1989) виділяє також чотири узагальнені, сформовані на основі життєвого досвіду дитини її настановлення щодо батьків і щодо себе:

«Я потрібна і відчуваю любов, і я люблю вас теж». У цьому випадку для батьківських стосунків з дитиною характерні такі три особливості: а) загальне позитивне емоційне тло взаємодії; б) визнання автономності, своєрідності особистості дитини, її права на вибір (психологічні межі); в) визнаючи права дитини, батьки водночас не забувають про свої бажання і прагнення, намагаються реалізувати власні життєві плани (тобто мають чіткі і зрозумілі особистісні межі).

На наше переконання, такий тип взаємодії між батьками і дитиною в сім'ї є найпродуктивнішим і має розвивальний потенціал для дитини.

«Я потрібна і відчуваю любов, а ви існуєте заради мене». Така позиція найчастіше виникає в сім'ях, де панує культ дитини і в яких усі справи й турботи зосереджені навколо маленького ідола (перевернута ієрархія).

«Мене не люблять, але я усім серцем бажаю наблизитися до вас». Сім'ї, в яких дитина відчуває, що її недостатньо люблять, зовні дуже різні. В одних дітям приділяється багато уваги, а в інших, навпаки, занадто мало. Самопочуття дитини зумовлюється не зовнішніми обставинами життя сім'ї, а глибшими, психологічними особливостями, наприклад, такими як невдоволення дитиною (такою, яка вона є), надмірна вимогливість, авторитарність батьків, відторгнення дитини тощо.

«Я не потрібна і не відчуваю, що мене люблять». Позиція – залиште мене в спокої. Дитина може демонструвати свою недалекість, погані звички, незграбність – усе заради того, щоб «відлякати» від себе дорослого.

Протилежним полюсом поняття «прийняття» є поняття «відторгнення». Відторгнення розглядають як порушення батьківсько-дитячих стосунків, несприятливу умову для розвитку дитини (Марковская, 2007). Вважається, що прийняття, так само як і неприйняття, відіграє важливу роль у процесі взаємодії з дитиною. Батьки не можуть і не повинні приймати та схвалювати, підтримувати будь-які вияви дитини (наприклад, її неприйнятні дії). Водночас важливою є форма вираження свого неприйняття, тож можна говорити про «мову» прийняття-неприйняття як дві чи не найважливіші форми взаємодії батьків і дітей. Часто батьки розуміють прийняття як безумовну згоду й готовність іти на будь-які поступки заради дитини. Проте це хибне уявлення, яке перешкоджає формуванню здорових психологічних меж, призводить до порушення ієрархії в сімейній взаємодії, що є несприятливою умовою для розвитку дитини загалом та її громадянської компетентності зокрема. Прийняття дитини як особистості означає повагу до її прав, прагнення розуміти і визнавати її почуття та переживання, враховувати її стани, вибудовувати довірливі стосунки, намагатися знаходити можливість домовлятися і йти на взаємні компроміси, не застосовувати насилля, маніпуляції тощо. Дитина повинна відчувати, що її розуміють, їй співчують і співпереживають, навіть коли не згодні з її поведінкою, – це і є прийняття. Така позиція батьків дає змогу вибудовувати ефективну взаємодію з дитиною в сім'ї, а пізніше, у дорослому житті, взаємодію громадянина з іншими.

Не менш важливий параметр – **безпека**. Проблематику безпечності соціальних середовищ у науковому психологічному знанні досліджували І. Баєва, Г. Ковальов, О. Кононко, С. Нартова-Бочавер, М. Осоріна та ін. Аналіз наукових джерел дає змогу наблизитися до розуміння *психологічно безпечного середовища* як середовища, вільного від проявів психологічного насильства у взаємодії, такого, що сприяє довірливому спілкуванню, створює референтну значущість середовища та забезпечує психічне здоров'я його учасників (Вовчик-Блакитна, 2012). Психологічно безпечні середовища базуються на діалогічних засадах,

співробітництві, відмові від психологічного насильства у взаємодії, а результатом зростання в ньому є психологічно здорова особистість, здатна до конструктивної взаємодії з іншими, що важливо для розвитку громадянської компетентності.

Цікаву структурну модель психологічної безпечності освітнього середовища (яку можна використати як базу для розроблення технологій психологічного супроводу сім'ї з метою створення психологічної безпеки в сімейному середовищі) запропонувала І. Баєва (2002). Дослідниця виокремлює чотири види середовищ, ґрунтуючись на двох основних критеріях: рівень соціально-психологічної вмілості (невмілості) дитини та особистісно-емоційна захищеність (незахищеність) дитини. Зазначимо, що саме їх насичення психологічними ресурсами й дає змогу, на думку І. Баєвої, створити психологічну безпеку того чи іншого середовища. Такими видами середовищ виявилися такі:

- 1) партнерсько-діалогічне (психологічно безпечне);
- 2) ліберальне;
- 3) маніпулятивно-авторитарне;
- 4) потуральне.

Нагадаємо також, що безпечним середовище сімейної взаємодії стає за умови зрозумілих і чітких психологічних меж (зовнішніх і внутрішніх), встановлених у взаємодії, а також послідовної поведінки батьків щодо дитини (чіткість і сталість пропонованих вимог та методів дисциплінарного впливу). Так, Д. Віннікот наголошував на важливості для батьків бути послідовними, а отже, передбачуваними. *Послідовність забезпечує дитині надійність і безпеку в навколишньому світі.*

Отже, соціально-психологічний контекст, у якому зростає дитина, є важливим для розвитку її громадянської компетентності. Адже в сім'ї (як у малій групі, соціальній системі, локальному середовищі) вибудовуються спосіб життя та засади взаємодії між членами родини, що згодом поширюються й на інші соціальні середовища, спільноти, громади тощо.

Висновки. Сім'ю розглянуто як соціальну систему взаємодій і ставлень її членів, функціонування якої зумовлює розвиток громадянської компетентності дитини. З'ясовано, що саме особливості взаємовідносин у батьківсько-дитячій підсистемі визначають вибудовування системи життєвих цінностей особистості, її громадянських чеснот, виконання нею зобов'язань та норм, набуття досвіду дотримання правил і законів, підпорядкування й автономності, відповідальності і свободи тощо. Визначено умови розвитку громадянської компетентності в сімейній взаємодії: прийняття, любов, довіра, безпека.

Список використаних джерел

Баева, И. А. (2002). *Психологическая безопасность в образовании*. Санкт-Петербург: Союз.

Вовчик-Блаkitна, О. О. (2012). Особливості сімейного середовища як простір його варіативного розвитку. *Актуальні проблеми психології*, Т. 7, 37, 23–31.

Даль, Р. *Проблемы гражданской компетентности*. Взято из http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/dal/pr_gra.php

Жадан, І., Кисельов, С., Кисельова, О., & Рябов, С. (2004). *Політична культура та проблеми громадянської освіти в Україні*. Київ: Тандем.

Зимняя, И. А. (2006). *Ключевые компетенции – новая парадигма результата современного образования*. Взято из <http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm>.

Куницына, В. Н., & Панферов, В. Н. (1992). Проблема отношений личности в трудах В. Н. Мясищева. *Психологический журнал*, 13 (30), 140–147.

Марковская, И. М. (2007). *Психология детско-родительских отношений*. Челябинск: Изд-во ЮУрГУ.

Позняк, С. І. (2013). *Ресурси громадянськості: соціально-психологічна складова*. Кіровоград: Імекс-ЛТД.

Равен, Дж. (2002). *Компетентность в современном обществе: выявление, развитие и реализация*. Москва: Когито-Центр.

Роджерс, К. (1994). *Взгляд на психотерапию. Становление человека*. Москва: Прогресс.

Степаненко, М. Д. (2006). *Життєва компетентність особистості: концептуальні засади та соціальні виміри*. (Дис. канд. філос. наук). Харківський національний педагогічний ун-т ім. Г. С. Сковороди, Харків.

Феномен компетентності у просторі наукового знання (2005). В Єрмаков, І. Г. (Ред.), *Життєва компетентність особистості: від теорії до практики* (с. 130–185). Запоріжжя: Центріон.

Фромм, Э. (1990). *Искусство любить. Исследование природы любви*. Москва: Педагогика.

Хоментаускас, Г. Т. (1989). *Семья глазами ребенка*. Москва: Педагогика.

Чулкова, Р. Г. (2014). Формирование гражданской компетентности учащегося как актуальная задача современной школы. *Современные проблемы науки и образования*, 2. Взято из <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12381>.

Le Compte, K., Blevins, B., & Riggers-Piehl, T. (2020). Developing civic competence through action civics: A longitudinal look at the data. *The Journal of Social Studies Research*. Vol. 44, 1, 127–137. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0885985X18302559#!>

Levine, P., & Kawashima-Ginsberg, K. (2015). Civic education and deeper learning. Students at the Center: Deeper Learning Research Series. *Jobs for the Future*, Boston, MA.

Metzger, A., Alvis, L. M., Oosterhoff, B., Babskie, E., Syvertsen, A., & Wray-Lake, L. (2018). The intersection of emotional and sociocognitive competencies with civic engagement in middle childhood and adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 47 (8), 1663–1683. doi:10.1007/s10964-018-0842-5.

References

Bayeva, Y. A. (2002). *Psikhologicheskaya bezopasnost v obrazovanii* [Psychological safety in education]. St. Petersburg: Soiuz. (in Russian)

Chulkova, R. G. (2014). Formirovaniye grazhdanskoy kompetentnosti uchashchegosya kak aktualnaya zadacha sovremennoy shkoly [Formation of civic competence of a student as an urgent task of a modern school]. *Modern problems of science and education*, 2. Retrieved from <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=12381>. (in Russian)

Dal, R. *Problemy grazhdanskoy kompetentnosti* [Civil Competency Issues]. Retrieved from http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/dal/pr_gra.php. (in Russian)

Fenomen kompetentnosti u prostori naukovooho znannia [The phenomenon of competence in the space of scientific knowledge]. (2005). In Yermakov, I. H. (Red.), *The vital competence of the individual: from theory to practice* (p. 130–185). Zaporizhzhia: Tsentrion. (in Ukrainian)

Fromm, E. (1990). *Iskusstvo lyubit. Issledovaniye prirody lyubvi* [The art of loving. A study of the nature of love]. Moscow: Pedagogika. (in Russian)

Khomentauskas, G. T. (1989). *Semya glazami rebenka* [Family through the eyes of a child]. Moscow: Pedagogika. (in Russian)

Kunitsyna, V. N., & Panferov, V. N. (1992). *Problema otnosheniy lichnosti v trudakh V. N. Myasishcheva* [The problem of personality relations in the works of V.N. Myasishchev]. *Psychological Journal*, 13 (30), 140–147. (in Russian)

Le Compte, K., Blevins, B., & Riggers-Piehl, T. (2020). Developing civic competence through action civics: A longitudinal look at the data. *The Journal of Social Studies Research*. Vol. 44, 1, 127–137. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0885985X18302559#!> (in English)

Levine, P., & Kawashima-Ginsberg, K. (2015). Civic education and deeper learning. Students at the Center: Deeper Learning Research Series. *Jobs for the Future*, Boston, MA. (in English)

Markovskaya, I. M. (2007). *Psikhologiya detsko-roditselskikh otnosheniy* [Psychology of parent-child relationships]. Chelyabinsk: Publishing house of YUUrGU. (in Russian)

Metzger, A., Alvis, L. M., Oosterhoff, B., Babskie, E., Syvertsen, A., & Wray-Lake, L. (2018). The intersection of emotional and sociocognitive competencies with civic engagement in middle childhood and adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 47 (8), 1663–1683. doi:10.1007/s10964-018-0842-5. (in English)

Pozniak, S. I. (2013). *Resursy hromadianskosti: sotsialno-psykholohichna skladova* [Resources of citizenship: a social and psychological component]. Kirovohrad: Imeks-LTD. (in Ukrainian)

Raven, J. (2002). *Kompetentnost v sovremennom obshchestve: vyyavleniye, razvitiye i realizatsiya* [Competence in modern society: identification, development and implementation]. Moscow: Kogito-Tsenter. (in Russian)

Rogers, K. (1994). *Vzglyad na psikhoterapiyu. Stanovleniye cheloveka* [A look at psychotherapy. The formation of man]. Moscow: Progress. (in Russian)

Stepanenko, M. D. (2006). *Zhyttieva kompetentnist osobystosti: kontseptualni zasady ta sotsialni vymiry* [The vital competence of the individual: conceptual foundations and social dimensions]. Candidate's thesis. Kharkiv National Pedagogical University named G. S. Skovoroda, Kharkiv. (in Ukrainian)

Vovchyk-Blakytina, O. O. (2012). Osoblyvosti simeinoho seredovyshcha yak prostir yoho variativnoho rozvytku [Peculiarities of the family environment as a simple variative development]. *Actual problems of psychology*, vol. 7, 37, 23–31. (in Ukrainian)

Zhadan, I., Kyselov, S., Kyselova, O., & Riabov, S. (2004). *Politychna kultura ta problemy hromadianskoi osvity v Ukraini* [Culture and Problems of Civic Education in Ukraine]. Kyiv: Tandem. (in Ukrainian)

Zimnyaya, I. A. (2006). *Klyuchevyye kompetentsii – novaya paradigma rezultata sovremennogo obrazovaniya* [Key competencies – a new paradigm of the result of modern education]. Retrieved from <http://www.eidos.ru/journal/2006/0505.htm>. (in Russian)

КОЛЕКТИВНІ ТРАВМИ: ДОСВІД УСВІДОМЛЕННЯ І СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ ДОЛАННЯ

AWARENESS EXPERIENCE, SOCIAL AND PSYCHOLOGICAL TOOLS TO OVERCOME COLLECTIVE TRAUMAS

УДК 316.45:316.48

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-27>

Горностай Павло Петрович

доктор психологічних наук, професор,

головний науковий співробітник,

лабораторія психології малих груп та міжгрупових відносин,

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України

м. Київ, Україна

ORCID ID 0000-0003-2327-6213

pavelgorn13@gmail.com

ГРУПОВІ ЗАХИСНІ МЕХАНІЗМИ ЯК ФОРМА РЕАГУВАННЯ НА КОЛЕКТИВНІ ТРАВМИ

Робиться спроба дослідити групу як цілісний суб'єкт і виявити характеристики її захисної поведінки у випадку колективної травми. Авторська концепція підтверджується висновками інших теорій, зокрема теорії самоорганізованої критичності, про неминучість великих міжгрупових конфліктів. Наголошується, що кожна група незалежно від її чисельності прагне захищати від руйнування систему своїх групових цінностей і свою картину світу. Зрозуміло, що колективна травма створює загрозу цінностям групи, адже вони можуть бути зруйновані. Зазначається, що для зменшення травматичної дії група використовує низку захисних механізмів, проте більшість із них не сприяє зціленню від травми, а лише консервує проблему і стає причиною відновлення травми в наступних поколіннях. Цим пояснюється феномен міжпоколінної передачі травматичного досвіду. Розглядаються головні закономірності перебігу колективної травматизації, реагування на колективну травму та опрацювання її наслідків. Обстоюється думка про взаємодію колективних травм між групами різної величини: травма більшої групи стає травмою для менших груп, що входять до її складу, хоча це не завжди усвідомлюється. Зауважено, що досить часто це відбувається у формі паралельних процесів. Звертається увага на те, що травми меншої групи не

завжди передаються більший – на заваді їх поширенню стають захисні механізми. Робиться висновок, що в міжгрупових конфліктах травми отримують обидві сторони – і жертва, і агресор, тож продуктивне розв'язання цих проблем можливе лише за умови подолання наслідків травматизації з обох боків. Наводяться приклади ефективних соціально-психологічних засобів для опрацювання наслідків колективних травм. Зокрема, серед захисних механізмів, які використовує група в умовах колективної травми, механізм сублімації є найбільш продуктивним засобом групового зцілення. Інші захисні механізми дають змогу зменшити силу травматичних переживань, але в майбутньому можуть бути джерелом нових конфліктів і пов'язаних із ними колективних травм.

Ключові слова: колективна травма; груповий захисний механізм; групові цінності; самоорганізована критичність; соціодрама.

Pavlo P. Gornostai

Psychology Doctor, Professor,
Institute of Social and Political Psychology
of National Academy of Educational Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0003-2327-6213
pavelgorn13@gmail.com

**GROUP DEFENCE MECHANISMS AS A RESPONSE FORM
TO COLLECTIVE TRAUMA**

The article attempts to investigate the group as a holistic actor and identify defence behaviour properties in case of a collective trauma. The assumptions derived from other theories justify the author's concept, and the theory of self-organized criticality in particular, when it comes to great intergroup conflicts inevitability. The emphases is made on the fact that each group, regardless of total members it consists of, seeks to protect and keep away from destruction the system of its own inner values and picture of the world. It is obvious the collective trauma jeopardizes the group values that can be destroyed. The study emphasises that any group implements a set of protective mechanisms to mitigate the trauma impact, however only a few can heal the trauma, while the majority only preserve a problem and can trigger them in subsequent generations. This gives proofs to transferring traumatic experiences between generations. The basic patterns of collective traumatization, reaction to a collective trauma and processing its consequences have been considered in this study. The study also stands up for the idea of collective traumas interaction between groups of different sizes: the trauma of

a bigger group becomes the trauma for smaller subgroups, which actually make up the bigger group, though these groups are not always aware of this fact.

The article marks such phenomenon happens quite often in the form of parallel processes. However, the smaller groups' traumas do not always transfer over a larger group due to some protective and preventing mechanisms. This makes the ground to conclude that both parties receive traumas in intergroup conflicts, and these are both the victim and the aggressor. That is why only when both parties overcome the traumatization consequences, the positive managing these problems may come. The study offers examples of efficient social and psychological tools to process consequences of collective traumas. Among protective mechanisms used within collective trauma case, the sublimation tool becomes the most productive means to heal the whole group. Other protective mechanisms allow reducing the trauma experience intensity, though in the future they may become the source to trigger new conflicts and the collective traumas related to them.

Keywords: collective trauma; group defence mechanism; group values; self-organized criticality; sociodrama.

Постановка проблеми. Проблема захисної поведінки давно привертала увагу дослідників, які вивчали особливості міжособової, внутрішньогрупової та міжгрупової взаємодії. Першим це поняття в контексті індивідуальної психіки і поведінки використав З. Фройд ще в кінці XIX ст. Досить ґрунтовний аналіз системи психологічних захисних механізмів здійснила А. Фройд (1993). За більше ніж століття на цю тему написано велику кількість статей і монографій, у т. ч. й останнім часом (Долгова, & Кондратьєва, 2014; Котенева, 2013; Субботина, 2006). Для нас особливий інтерес становить захисна поведінка в групових процесах, зокрема використання психологічних захистів у складних соціальних ситуаціях, яскравим прикладом яких є колективні травми. На нашу думку, колективні захисні механізми (як і індивідуальні) мають подвійну дію: вони знижують рівень негативних переживань у групі (що, зрештою, запобігає психологічному руйнуванню групи) і водночас можуть перешкоджати ефективному опрацюванню травматичного досвіду та пов'язаних із ним наслідків.

Останнім часом набувають популярності теорії, що базуються на математичному моделюванні соціальних процесів. Серед них досить відомою є *теорія самоорганізованої критичності*, розроблена П. Баком 1988 р. (Бак, 2013). Теорія, зокрема, розглядає можливості повної зміни моделі поведінки системи у випадку проходження точки біфуркації. Закономірностям поведінки складних систем присвячені і більш пізні дослідження в рамках *теорії нелінійної динаміки* (Brock, 2001), *концепції*

суб'єктивної ентропії (Касьянов, & Гончаренко, 2015) та ін. Усі ці теорії та концепції можна розглядати як логічний розвиток таких відомих теорій, як *теорія синергетики* (Хакен, 1980), *теорія хаосу* (Kiel, & Elliott, 1997), *теорія фракталів* (Мандельброт, 2009).

Хоч розробниками цих наукових конструктів були представники точних наук (фізики і математики), їх можна з досить високим рівнем апроксимації поширити на соціальні системи та процеси. Висновки, які випливають із цих теорій та концепцій, не завжди оптимістичні, а часом навіть тривожні. Вони не лише підтверджують факт живучості колективних травм і травматичної міжгрупової взаємодії, що ми спостерігаємо протягом усієї історії цивілізації, а й прогнозують неминучість глобальних конфліктів, якими є великі війни. Один з висновків полягає в неможливості виділити чинники, здатні провокувати великі глобальні конфлікти, а отже, у важкості передбачення таких конфліктів та запобігання їм. Такими чинниками можуть бути незначущі, на перший погляд, події, але з великими наслідками (одне з положень *теорії «чорного лебедя»*). Ця ідея перегукується з концепцією *«ефекту метелика»*, що є складником теорії хаосу.

Ще 20 років тому на основі математичного моделювання вчені з Австралії, Росії та США, незалежно одне від одного, дійшли висновку, згідно з яким приблизно в середині ХХІ ст. розвиток людської цивілізації досягне *точки сингулярності*, що означатиме якийсь глобальний фазовий перехід еволюції. Це може призвести або до «кінця історії людства» (один з імовірних сценаріїв – загибель унаслідок термоядерної війни чи глобальної екологічної катастрофи), або до початку абсолютно нового етапу розвитку, якісно іншого рівня еволюції – наприклад, на основі синтезу природного та штучного інтелекту, або до панування штучного розуму, здатного до самоорганізації та самостійної еволюції. Наразі це лише припущення, які виглядають безглуздими, вартими лише науково-фантастичних сюжетів (яскравий приклад – фільм-трилогія «Матриця»), але до них усе частіше звертаються поважні теоретики в солідних наукових публікаціях.

Ці висновки підтверджуються і завдяки більш пізнім дослідженням. Не так давно, 2016 р., у Нью-Йорку відбувся черговий Нобелівський симпозіум, на якому Нассім Талеб, автор теорії «чорного лебедя» (Талеб, 2017), спростував теорію Стівена Пінкера про епоху «тривалого миру», що нібито вже розпочалася, з неухильним падінням рівня насильства, зменшенням числа жертв у війнах, математично обґрунтувавши протилежний висновок про неминучість великої війни з десятками (а може, і сотнями) мільйонів жертв. На подібні висновки натрапляємо і в роботі, присвяченій аналізу світових конфліктів за останні 600 років

(Martelloni, Patti, & Bardi, 2018). Один з висновків, зроблений дослідниками, полягає в тому, що суспільство, як і будь-яка інша складна система, живе «на кромці хаосу» в стані самоорганізованої критичності, а війни є природним і найбільш ефективним механізмом зменшення ентропії системи з максимальною швидкістю.

Ці досить песимістичні висновки мають, на жаль, численні історичні підтвердження. Хоча, можливо, суспільством керують набагато складніші закономірності, що виводять за рамки зазначених моделей. Так, альтернативним прикладом самоорганізації в критичній ситуації можуть бути, на нашу думку, події весни 2014 р. в Україні, коли в критичний момент (падіння старої влади і фактичне беззладдя, анексія території і початок воєнної агресії проти України) абсолютно спонтанно відбулася самоорганізація людей, що виявилось в розгортанні добровольчого та волонтерського рухів, які не були санкціоновані жодними організованими структурами (ні державними, ні політичними, ні суспільними). Тут самоорганізація сприяла зупиненню великого кровопролиття, а не навпаки. Так чи інакше, постає проблема, пов'язана із живучістю колективних травм і тієї роллю, яку відіграє при цьому захисна поведінка групи. Щоб перевірити ці положення і підтвердити вірогідність таких висновків, було здійснено дослідження, що базувалося на використанні теоретичного аналізу та вивченні практичного досвіду.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Переважна більшість досліджень, що вивчають групову захисну поведінку, стосується малих груп. Проте деякі закономірності можуть бути поширені на групи будь-якої величини, що є проявом фрактального ефекту.

Одними з перших питаннями групових психологічних захистів зацікавилися представники *групового психоаналізу*. Так, Вільфред Біон розглядав гармонійні і патологізовані процеси в групі, яка може функціонувати у двох формах: як робоча група (work group) і як група базових передумов (basic assumption group). Зокрема, дослідник дійшов висновку, що *група базових передумов* замість того, щоб бути в контакт з реальністю (як робоча група), використовує цілу низку захистів від примітивних емоційних переживань і відтак може існувати в трьох основних формах: як «група залежності», як «група боротьба-втеча» або як «група утворення пар» (Bion, 1961).

Ці висновки перегукуються з результатами досліджень Дж. Гібба, який вивчав рівень захисту в малих групах. Він вважав, що докорінного покращення спілкування можна досягти завдяки зміні міжособових стосунків, а одним з можливих шляхів до цього вбачав у зниженні рівня прояву захисної поведінки. На думку дослідника, підвищена *дефензивність* (схильність до захисних форм поведінки) перешкоджає

спілкуванню і тим самим утруднює, а іноді й унеможлиблює комунікацію та розв'язання багатьох терапевтичних, освітніх чи управлінських проблем (Gibb, 1961).

Російська дослідниця Ю. Захарова розглядає функціонування психологічного захисту на внутрішньоособистісному, міжособистісному і міжгруповому рівнях. Останній спрямований на збереження *Ми-образу*, тобто Я-образу суб'єкта як члена певної соціальної групи. Актуалізація захисних механізмів відбувається в разі виникнення загрози для соціальної ідентичності індивіда в його взаємодії як члена певної соціальної групи з членами інших груп (Захарова, 1991).

У груповій психотерапії вивченню захистів присвячено дослідження Дж. С. Рутана і його колег, які вважають, що важливо концептуалізувати механізми захисту як розв'язання конкретних внутрішніх чи міжособистісних конфліктів. На їхнє переконання, захисна поведінка в терапевтичній групі виникає внаслідок актуалізації трансферних проблем пацієнта або групи, а також через власний контрперенос терапевта (Rutan, Alonso, & Groves, 1988). Аналогічно, захисні механізми в груповому консультуванні вивчав А. Кларк, який представив стратегії концептуалізації, розпізнавання та зміни механізмів захисту (у т. ч. і деадаптивних) засобами групового консультування (Clark, 1992). Тема психологічного групового лікування висвітлюється в роботах Д. Автономова. Дослідника цікавила динаміка групових захисних механізмів, що виникають у процесі лікування адиктивних пацієнтів за методом В. Біона в реабілітаційному центрі (Автономов, 2015).

Значний внесок у розроблення концепцій психологічного захисту, коли його суб'єктом стає група, зробив російський дослідник В. Штроо. Він увів в ужиток поняття *захисних механізмів групової динаміки*. Дослідник розглядає захисний механізм як спосіб відновлення стабілізації в групі у ситуації виявлення загрози (зовнішньої чи внутрішньої) для цілісності групи, що є несумісним з позитивним станом групової реальності. Стабілізація цілісності групи, яку він розглядає в топологічному, структурному та динамічному аспектах, досягається, на його думку, шляхом афективно-когнітивного переструктурування загрозової ситуації (Штроо, 1998; 2001).

Українська дослідниця К. Мальцева вивчала *інтрагрупові захисні механізми* в контексті групової, зокрема етнічної, ідентичності. У фокусі її уваги – базальна потреба індивіда в позитивній груповій ідентичності та співвіднесенні себе з групою, яку вона високо оцінює. Ця потреба реалізується завдяки ідентифікації з великою групою, основна функція якої – підтримання сталого уявлення про групу в усіх її членів і збереження її позитивної оцінки (Мальцева, 2000). Вітчизняні

дослідники розглядають наразі конкретні аспекти функціонування механізмів психологічного захисту в груповій взаємодії, зокрема у рятувальників у ситуаціях реальної екзистенційної загрози (Олійников, Оніщенко, Тимченко, Титаренко, & Христинко, 2011), у працівників правоохоронних органів у процесі професіоналізації та набуття професійної ідентичності (Андрушко, 2016).

Польська дослідниця М. Калиновська досліджує *захисні механізми колективної психіки* під кутом зору спільних практик пам'яті, що реалізуються в проміжному просторі між психічним і соціальним життям. Процес *меморалізації* вивчається на прикладі такої польської колективної травми, як Смоленська катастрофа 2010 р. Вона розглядається в контексті юнгіанської концепції колективної психіки та психоаналітичного розуміння захисних групових механізмів проти травм, особливо тих, що стосуються втрат та оплакування (Kalinowska, 2012).

Ізраїльський учений Т. Ейн-Дор пропонує *теорію соціального захисту*, яка ґрунтується на припущенні, що люди реагуватимуть на загрозу, яка частково базується на диспозиційних змінних. Дослідник вважає, що психологічні реакції на загрози невіддільні від соціального контексту, зокрема стану груп, до яких належать люди. Згідно з цією теорією, групи, до складу яких входять люди, що представляють усі три види реагування на загрозу (занадто пильні, упевнені у своїх силах, потенційні лідери), будуть ефективнішими в боротьбі із загрозами та небезпеками, ніж менш гетерогенні групи (Ein-Dor, 2014).

Німецький дослідник Роберт Бьом з колегами доводить, що усунення аутгрупової загрози істотно послаблює міжгрупову агресію і веде до повного спокою. Автори описують лабораторний експеримент, який демонструє, що сила «аутгрупової ненависті» залежить від сприймання власної групи як наступальної чи захисної сторони конфлікту, тобто намір захистити групу є не лише вирішальним мотиватором «аутгрупової ненависті», а й сприяє превентивним наступальним діям проти аутгрупової загрози (Böhm, Rüscher, & Güler, 2015). З висновками цього дослідження перегукуються результати експерименту, описані нідерландським ученим К. Де-Дреу, згідно з якими інгруповий захист є сильнішим і краще скоординованим, ніж аутгруповою агресією (у 70% випадків). З отриманих результатів випливає, що еволюційний і культурний тиск може сприяти співпраці та координації, коли метою групи є захист, а не розширення, домінування та експлуатація (De Dreu et al., 2016).

Ще один нідерландський дослідник, С. Ейдін, пропонує *мнемотехнологію «активного забування»*, що сприяє подоланню руйнівного впливу колективної травми на культурну ідентичність. Ідеться про те, як знівелювати вплив травми такою мірою, аби вона перестала паралізувати

травмовану групу. Технологічні навички, що вивільняють негативні емоції та ідеї, породжені травмою, з колективної пам'яті, – мнемотехнології, необхідні для відновлення здатності забувати (Aydin, 2017).

Дослідження В. Старченко (2017) присвячені актуальній для російського суспільства темі міжетнічних проблем, а саме осетино-інгуському конфлікту. Зокрема, вивчалися типи психологічних захистів представників різних етнічних груп в умовах постконфліктної взаємодії, форми прояву психологічних захистів представників етнічної групи (типи етнічної ідентичності; високий рівень агресивності; взаємні негативні етнічні уявлення етнічних груп, що взаємодіють, відображені в авто- і гетеростереотипах; високий рівень етноцентризму; велика соціальна дистанція з етноконтактними групами).

Не вирішені раніше частини загальної проблеми. Хоч проблема колективних захисних механізмів у психологічній літературі належить до певною мірою опрацьованих, у переважній більшості публікацій розглядається індивідуальна захисна поведінка людини (чи певної групи людей) у контексті групової взаємодії. Значно менше досліджень присвячено проблемі захисної поведінки в умовах колективної травми. Ще менше робіт ставлять за мету дослідити поведінку *групи як цілісного суб'єкта* групової взаємодії і виявити характеристики травмованої групи. Отже, у цій царині досліджень є багато неопрацьованих питань, деякі з яких висвітлюються в нашій статті.

Мета статті – обґрунтувати основні положення концепції захисної поведінки групи як соціального суб'єкта в умовах колективної травми.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналітичне опрацювання викладеної в попередньому огляді проблематики та власний досвід автора в роботі з малими групами, що переживали різноманітні перипетії групової взаємодії (у т. ч. і різні форми колективної травматизації), дав змогу виокремити цілу низку закономірностей, які можна об'єднати в цілісну концепцію. Практичний досвід охоплює групову роботу протягом 2004–2019 років у 16-ти навчально-терапевтичних групах підготовки практичних психологів. У цих групах періодично виникали ситуації, пов'язані з проблематикою колективних травм, які відтак доводилося розв'язувати. Крім того, у цей же період було проведено низку короткотривалих психологічних семінарів та майстер-класів, присвячених проблематиці колективних травм, з використанням методів дії, у т. ч. – *соціодрами* (окремим її жанром була *історична соціодрама*). Під час їх проведення було апробовано спосіб долання наслідків колективних травм та інших проблемних ситуацій шляхом рольового переживання історичних подій.

Як ключову категорію та основний предмет дослідження ми розглядаємо *колективні захисні механізми*, які покликані захищати групу від руйнування у випадку постання перед нею непомірно складних завдань, нездоланих зовнішніх впливів, надмірної агресії (зовнішньої або внутрішньої), несподіваної смерті тощо. Ми припустили, що ці механізми, дія яких посилюється в складних соціальних ситуаціях (а особливо в умовах колективних травм), хоч і зменшують травматичний вплив, однак водночас заважають розв'язанню проблем, подоланню конфліктів у взаємодії, тобто зумовлюють консервацію чинників, що спричинили травмування. Це робить травму довготривалою, а тому вона періодично може актуалізовуватися в нових історичних умовах або ставати джерелом нових травм.

Автентичність групи і її захист. Кожна група незалежно від її чисельності має систему *групових цінностей* (духовних і матеріальних), які є змістом її життя та діяльності і які вона, як і кожний соціальний суб'єкт, прагне захищати від руйнування. Такий захист дає групі змогу зберігати свою *автентичність*, свій статус-кво, тобто залишатися саме такою групою, відмінною від безлічі інших. Однією з таких цінностей є *групова ідентичність*, без якої не може існувати жодна спільнота і яка є умовою входження в групу її членів. Окремою категорією слід вважати *ідентичність групи* як соціального суб'єкта. Її значущість проявляється в міжгруповій взаємодії, вона фактично є умовою самовизначення групи. Це поняття синонімічно близьке до поняття автентичності.

До групових цінностей належать можливості та засоби ефективної комунікації в групі, одним з найважливіших серед яких є *мова*. Завдяки їй одна група відрізняється від інших, особливо це стосується великих і глобальних груп. Мова є суттєвим чинником групової ідентичності. Ідеться не лише про національні, етнічні мови, регіональні діалекти, а й про різноманітні соціолекти (соціальні діалекти, або мови певних соціальних груп), наприклад сленг (молодіжний, кримінальний), жаргон (у т. ч. професійний) та інші специфічні «мови».

Носіями самотутності групи є такі цінності, як *групові атрибути*: прапор, герб, емблема, бренд, форма одягу, групові символи, традиційні кольори, орнаменти тощо. Кожна група має свою *історію*, без якої неможливе її самоусвідомлення. Вона складається з численних історій про групу та її членів, що має дуже широку палітру зразків – від героїчного епосу до анекдотів. *Групова міфологія* є частиною цих історій і водночас спотвореним відображенням дійсності, яке дає групі змогу оминати те, що видається їй несумісним із життям і безпекою групи, навіть якщо такий образ є хибним. Близькими до міфології є *групові вірування*, а також забобони, упередження та інші стереотипи. Сюди ж слід віднести і віросповідання, у т. ч. офіційну релігію.

Умовою життя кожної групи є *групова автономія* – відносна незалежність від інших груп та зовнішнього соціального середовища, можливість зберігати свою самобутність під тиском інших групових суб'єктів. Групова автономія тісно пов'язана з *груповою суб'єктністю* – здатністю групи ставити і вирішувати групові завдання з огляду на інтереси і цілі цієї групи. Важливим складником існування групи є її *емоційне життя*, а саме соціально-психологічний клімат у групах, суспільні настрої, емоційна взаємодія між груповими суб'єктами, переживання почуття справедливості (для великих груп – історичної справедливості), а також пов'язаних з цим групової провини, образи та сорому.

Кожна група захищає свої *групові межі*, які є для неї безперечною цінністю. Ідеться насамперед про зовнішні межі групи, оберігання яких запобігає «захопленню» її іншою групою, злиттю, асиміляції. Для таких груп, як нація, країна, територіальна спільнота, поняття «межа», «кордон» мають пряме (територіальне) значення, проте групові межі існують у кожній групі – без них неможливе їхнє існування. Так, вони завжди є умовою диференціації так званих інгруп від аутгруп. Група має і *внутрішні межі*, що визначають групову структуру, яку група також схильна захищати від різноманітних змін, навіть якщо вони є конструктивними.

Система цих групових феноменів формує *групову картину світу*, яка містить у собі й *образ групи* (групове імаго). У частині групових цінностей уже потенційно закладені захисні стратегії поведінки (наприклад, в ідентичності, міфології, віросповіданні). Картина світу може бути цілком реалістичною, а може, навпаки, бути міфологічною. Міфологічна картина світу часто базується на ідеї нарцисичної величч, за якою може приховуватися *груповий комплекс меншовартості* (тут пряма аналогія між колективною та індивідуальною психологією). На рівні глобальних груп можна навести як приклад Росію, котра створює міфи історії, яку виводить з часів Київської Русі, і Німеччину початку 1930-х років, після травми поразки в Першій світовій війні, що зумовила формування міфу про Великий Рейх.

Можна навести й інші історичні приклади. Приміром, коли людей змушували прийняти чужу релігію (іслам) і вони часто обирали смерть, але не погоджувалися відмовитися від своєї ідентичності, яка ґрунтувалась на релігійних переконаннях. Яскравим прикладом такої поведінки можуть бути сафардські євреї, яким у кінці XV ст. довелося залишити Іспанію і Португалію та стати вигнанцями, і православні українські козаки, які потрапляли в турецький полон. Важливість групових атрибутів наочно проявляється, наприклад, у ставленні до такого важливого символу, як військовий прапор, і його захисту. Так, втрата прапора прирівнюється

до злочину і може тягти за собою розформування військового підрозділу (тобто ліквідацію групи, яка не вберегла свою святиню).

Чинники групової травматизації. Група постійно перебуває в умовах безперервних змін, спричинених новими завданнями, які постають перед нею, і дією інших чинників (як зовнішніх, так і внутрішніх), що впливають на динамічну рівновагу. У більшості випадків це не призводить до виходу за межі нормального функціонування, навіть якщо група змушена витратити зайві ресурси для розв'язання цих проблем (як психологічні, так і матеріальні). Про *групову (або колективну) травму* ми говоримо тоді, коли нормальне життя групи стає неможливим. Це буває, коли вона стикається із ситуацією, несумісною з її цілями, що руйнує звичну групову взаємодію. Нові завдання, які має вирішувати група, виявляються непомірно складними, унаслідок чого важливі цілі групи стають недосяжними. Дія чинників впливу на групу виходить за межі звичних рівнів настільки, що це деформує або навіть руйнує систему групових цінностей. Типовою причиною колективної травми є несподівана агресія з боку іншої групи (або частини своєї групи) – як пряма, так і прихована, як фізична, так і психологічна (інформаційна, ідеологічна). Найбільшу травматичну силу має смерть людей, особливо масова, за трагічних обставин.

Ми виокремлюємо такі чинники тяжкості колективної травми та її наслідків: 1) пряма сила травматизації, масштаб події, величина трагедії, втрати; 2) психологічні умови перебігу травматичної події, руйнування звичної картини світу, рівень переживання несправедливості (або порушеної справедливості); 3) неможливість (або нездатність) протистояти травматичній силі або суб'єкту; ідеться про пасивність жертви, часто вимушену: чим менша здатність чинити опір, тим сильніша травма від дій агресора; 4) неможливість (або нездатність) емоційного відреагування постраждалими, що залишилися в живих, та їхніми нащадками (якщо вони не можуть відкрито виражати почуття з приводу трагічних подій, оплакувати загиблих, сумувати, позбавлені – через заборону або замовчування – можливості опосередкованого зізнання).

У результаті колективної травми групові цінності зазнають деструктивних змін, деформації, аж до повного руйнування. Група прагне їх захистити, щоб зберегтися як соціальний суб'єкт. Для цього деякі цінності доводиться трансформувати, поновлювати, удосконалювати, замінювати іншими. Якщо це вдається, група успішно переживає колективну травму і переходить на новий щабель свого розвитку (можна порівняти з продуктивним подоланням кризи). Якщо ж таке опрацювання пов'язане із значними труднощами або наявних засобів явно недостатньо через брак ресурсів, вихід зі складної ситуації стає неможливим або

дається занадто дорогою ціною. Порушується баланс між витратами на самозбереження групи і можливими позитивними змінами. Група зазнає при цьому неминучих, непоправних втрат, які дуже важко або й взагалі неможливо компенсувати. Травмована група відчуває потребу у відновленні втрачених ресурсів, без чого їй важко захищати групові цінності, і намагається відшукати для цього ефективні засоби.

У разі неможливості реального відновлення група змушена використовувати *захисні механізми*, щоб послабити переживання травми й убезпечитися таким чином від руйнування своїх цінностей і втрати групової суб'єктності та групової автономії, фактично – від загибелі групи. Частина захистів справді сприяє зціленню від колективної травми, проте інші лише послаблюють негативні переживання і фактично консервують трагічний злам. Унаслідок цього проблема переходить з гострого у хронічний стан, інформація, пов'язана з травмою, переміщується з групової свідомості у групове несвідоме. Таке реагування здатне істотно подовжити час «життя» травми, який інколи виходить за межі часу існування цієї групи.

Класифікація колективних захисних механізмів. У соціальній психології є різні класифікації групової захисної активності. Найчастіше виокремлюють такі її форми: групове табу (на певні теми внутрішньогрупового життя); групове мислення (групові рішення приймаються на користь одностайності, згоди); груповий ритуал (наділення символічним змістом якоїсь обов'язкової процедури); інгруповий фаворитизм (визнання переваг своєї групи порівняно з іншими); самоізоляція групи; груповий міф; соціальний стереотип аутгрупи («чужа» група різко відрізняється від «своєї»); фіксація статусної ієрархії в групі; формалізація комунікації в групі; екстернальна атрибуція неуспіху групової діяльності (пояснення неуспіху зовнішніми чинниками); соціальні лінощі (зменшення продуктивності діяльності в групі); мобінг (цькування групою одного з її членів).

Перелічені захисні форми поведінки та реагування група використовує в багатьох складних ситуаціях, щоб зменшити таким чином негативні переживання (це функція всіх захисних механізмів). Проте далеко не всі вони належною мірою відображають специфіку колективних травм. Аналізуючи цю проблематику, доцільно, на нашу думку, використовувати концепцію класичних захисних механізмів, екстрапольовану на поведінку групи як соціального суб'єкта.

Ефективною моделлю для опису реагування групи на травматичні події є діаграма, що будується на двох дихотомічних параметрах: «активність–пасивність» і «миролюбність–агресивність» (рис. 1). Вибір цих

параметрів зумовлений тим, що вони є важливими характеристиками групової взаємодії (насамперед конфліктної).



Рис. 1. Типи реагування групи на колективну травму

Розгляньмо відтак групові захисні механізми, за допомогою яких група захищається від руйнівної дії колективних травм:

- *сублімація* – творче опрацювання травми, колективне переживання травматичних подій, перетворення травми на історію, міф, витвір мистецтва (яскравий приклад – героїчний епос, який є невід’ємною частиною історії більшості народів і цивілізацій);
- *раціоналізація* – раціональне «виправдовування» травми, пояснення її істотними реальними чи надуманими причинами (наприклад, «це Бог покарав нас за наші гріхи»);
- *витіснення* – переміщення травматичної інформації, яку неможливо прийняти, з колективної свідомості у групове несвідоме, що характерне для травми жертви;
- *регресія* – повернення до ранніх історичних форм розвитку групи, примітивізація картини світу, використання інфантильних способів групової поведінки (яскравий приклад – вибори 2019 р. в Україні, вибір «нових облич» як «дитячий» протест проти патерналізму старих політиків);
- *заперечення* – категорична відмова приймати деякі неприємні факти, які, проте, можуть частково усвідомлюватися (характерне для травми агресора);

- *проекція* – зняття напруженості в групі шляхом спрямування негативної емоційної енергії на інших соціальних суб'єктів (наприклад, пошук ворогів народу, спалювання відьом тощо);
- *проективна ідентифікація* – приписування іншим власних негативних рис (приклад – звинувачення російською пропагандою у фашизмі всіх, хто протидіє російському шовінізму);
- *приєднання до агресора* – співчутливе ставлення до агресора, спроба співпрацювати з ним, завдяки чому група та/або її учасники (частина групи) переходять з категорії «жертви» в категорію «агресора», що є для них менш травматичним.

Як уже зазначалося, спільним результатом дії більшості групових захисних механізмів є переведення травматичного досвіду у сферу групового несвідомого. Відтак ми зробили спробу класифікувати зазначені захисні механізми залежно від типу реагування на травму (рис. 2).



Рис. 2. Класифікація захисних механізмів групи залежно від типів реагування на травму

З-поміж перелічених захисних механізмів лише сублимація є продуктивним засобом розв'язання проблем, пов'язаних з колективною травмою, оскільки пасивні та агресивні стратегії поведінки у випадку травмування нездатні усунути джерело травматизації. Вони так чи інакше лише зменшують силу травматичної дії на соціально-психологічному рівні (полегшують її емоційне переживання), але не сприяють реальній трансформації травми у прийнятний історичний досвід. Мало того, агресивні форми реагування стають джерелом майбутніх

міжгрупових конфліктів і нових колективних травм. У цьому, власне, причина живучості таких проблем, адже їхні прояви набувають зрештою циклічного характеру, актуалізуючись в інших реаліях, на нових історичних етапах. «Пасивно-миролюбна» позиція також не сприяє зціленню, а лише «заморожує» травму на тривалий час, після чого група або перебуває в стані соціальної депресії (приклад – більшість африканських країн), або «розморозує» її, переводячи в агресивну фазу. Саме дією механізму витіснення можна пояснити те, що африканські країни не визнали український Голодомор геноцидом, попри те що вони самі пережили рабство, депортацію, геноцид і добре знають, що таке голод. Неподолана травма не дає їм змоги навіть торкнутися цієї болючої теми.

Один з невістихисних висновків полягає в тому, що *агресія* є однією з універсальних форм захисної поведінки групи і спрямована на збереження міфологічно спотвореної групової картини світу. Групова сублімація (прикладом якої є героїчний епос) має чіткий історичний (ретроспективний) вектор. Вона перетворює травматичну подію на історію, яку вже можна не лише прийняти, а й навіть пишатися нею, що вже не потребує агресії. Таким чином, відбувається трансформація картини світу, у якій травма набуває нової якості, стаючи джерелом розвитку. При цьому можлива часткова міфологізація травматичної історії, але без зміни історичного вектора. Міфологічна ж картина світу існує в теперішньому і спрямована у майбутнє (має перспективний вектор). Вона вимагає підтвердження величі групи та її історії замість подолання групового нарцисизму та комплексу меншовартості. Група прагне не зміни картини світу, а підтвердження її хибних підстав. Для цього вона вдається до використання агресивних механізмів, що стає джерелом нових конфліктів і травм. Групі дуже важко розлучатися зі своїми ілюзіями, стереотипами, упередженнями, навіть якщо вони суперечать логіці та здоровому глузду. Цим можна пояснити різноманітні факти, які описують *концепція постправди*. Агресією неможливо вилікувати травму, а можна лише пережити ілюзію зцілення, послабивши таким чином симптоми психології жертви.

Перебіг колективної травматизації та її циклічність. Теоретичний аналіз соціально-психологічних концепцій колективних травм і групової захисної поведінки та вивчення історичного матеріалу щодо колективних травм у групах різної величини та спрямованості дають змогу зробити певні узагальнення. З огляду на власний досвід автора, здобутий під час роботи з малими групами, що переживали як локальну (на рівні цієї групи), так і зовнішню (що стосується великої групи) травматизацію, можна виокремити й охарактеризувати такі закономірності перебігу

колективної травматизації, реагування групи на колективну травму та переживання її наслідків.

Колективні травми можуть переживатися різними за величиною групами. Колективна травматизація поширюється на всі підгрупи травмованої групи. Менша група перебуває в полі дії колективної травми більшої групи і може переживати цю травму як свою. Проте в різних підгрупах може бути неоднаковий ступінь усвідомлення травматичних подій, аж до повного їх витіснення або заперечення, що зумовлено дією захисних механізмів.

Дія колективної травми більшої групи може не відчуватися, особливо якщо йдеться про травми минулого (історичні травми). Але якщо в групі виникає новий конфлікт або травма, їхній перебіг може ускладнюватися без усвідомлення зв'язку з історичною травмою. Часто цей вплив відбувається у формі *паралельних процесів*, тобто актуальний конфлікт базується не лише на тих чинниках, які виникли в нинішній ситуації, а й на «зовнішніх», які стосуються інших соціальних суб'єктів (наприклад, більшої групи або соціальної системи, аж до глобальних соціальних конфліктів) або минулих подій. Захисні механізми, які обов'язково використовуються в таких ситуаціях, блокують усвідомлення цих зв'язків і роблять повне розв'язання конфлікту майже неможливим. Учасники конфліктної взаємодії можуть навіть не знати про існування цієї «зовнішньої» травми і про те, що вони самі (чи їхні предки) до неї причетні. Розв'язати таку проблему можна, лише опрацювавши всі історичні травми, що передували цьому.

Більшою групою травма меншої групи, що входить до її складу, не завжди переживається як травма. Така ж ситуація спостерігається і щодо інших зовнішніх груп, які можуть не визнавати травму іншої групи – аж до повного її заперечення. Визнання травми зовнішніми груповими суб'єктами означає її поширення, розширення зони її дії, охоплення травматичною дією інших груп (підгруп), які також стають суб'єктами переживання травми (співпереживання). Але таке визнання зовнішніми структурами послаблює дію травми для тієї групи, що перебувала в епіцентрі травматичної події (травматична енергія ніби розподіляється на більшу кількість суб'єктів). Це може стати зрештою початком зцілення. Прикладом є травма Голокосту, яка тривалий час була локальною травмою єврейського етносу, але після Другої світової війни суб'єктом переживання (співпереживання) цієї травми стало фактично все прогресивне людство.

Отже, травма може розширювати межі своєї дії, збільшуючи свою «територію». Реальне зменшення «території» травми можливе лише за умови достатнього опрацювання травми тими спільнотами, що є

частиною великої травмованої групи, але на практиці так буває не завжди. Найчастіше відбувається переведення досвіду травми у групове несвідоме за допомогою захисних механізмів, що робить цю групу (частину групи) нечутливою (або менш чутливою) до травми, проте не зцілює її повністю. Цим пояснюється дія механізму *міжпоколінної передачі травми*, який може бути обґрунтований у межах системного підходу (Шутценбергер, 2010; Kellermann, 2013; Volkan, 1997).

Під час будь-яких міжгрупових конфліктів травм зазнають обидві сторони, навіть якщо одна з них – явний агресор. Ефективне розв’язання міжгрупових конфліктів (а це причина більшості колективних травм) неможливе, якщо це бажання лише однієї із сторін конфлікту і не докладається належних зусиль для подолання всіх наслідків колективних (історичних) травм з обох боків. Це дуже складне, а часом невирішуване завдання (особливо коли йдеться про травми агресора, їх усвідомлення та продуктивне опрацювання). Так, зцілення від травми, спричиненої геноцидом вірмен у 1915 р., та усунення джерел конфлікту неможливі без відповідного опрацювання травми турецькою стороною як винуватцем цієї трагедії; проте сучасна турецька влада активно протидіє визнанню геноциду вірмен (механізм заперечення). Прикладом відносно успішного опрацювання стало зцілення від травми Голокосту, невід’ємним складником якого був процес денацифікації Німеччини.

Можна навести безліч історичних фактів, що підтверджують висловлені міркування, але зупинімося тут лише на окремих із них. Так, один з наймасштабніших сучасних глобальних конфліктів, історія якого налічує майже тринадцять століть, точиться між умовно християнською і мусульманською цивілізаціями. Його перебіг – це почергова зміна позицій «агресора» і «жертви» між його сторонами. Конфлікт періодично загострювався протягом усього часу його тривання, отож має наразі всі ознаки циклічності. Його початок пов’язаний з арабською колонізацією Південної Європи на початку VIII ст. Потім були хрестові походи проти мусульман (XI–XV століття), завдяки яким арабів було фактично витіснено з Європи. Проте Європа ще довго відчувала загрозу з боку Османської імперії, яка в XV–XIX століттях панувала на Балканах і фактично знищила Візантію – колыску східного християнства. Водночас європейські країни до середини XX ст. проводили жорстоку колоніальну політику в Північній Африці і на Близькому Сході. Сьогодні цей конфлікт є причиною міжнародного тероризму (базованого на ісламізмі), декількох локальних війн (Афганістан, Ірак, Сирія), проблем біженців, з якими не може впоратися Європа, що може стати причиною нового глобального конфлікту.

Ще один приклад – ціла низка колективних травм, спричинених ідеологією більшовизму, які не були оцінені та засуджені по справедливості від самого початку, ще в 1920–1930-ті роки («червоний терор», голодомори, репресії, відповідальність за розв’язування Другої світової війни). Зрештою, це стало причиною маоїзму в Китаї з десятками мільйонів жертв, геноциду «червоних кхмерів» у Камбоджі та інших злочинів комунізму проти людства. Сьогодні це є однією з причин такого явища, як путінізм, з усіма загрозами для людства та наслідками, що з цього випливають.

Багато прикладів є і в нашій вітчизняній історії. Можна висунути гіпотезу щодо сьогодишньої суспільної стагнації після піднесення періоду Майдану 2013–2014 років. Тоді в Україні була можливість стати на зовсім інший шлях суспільного розвитку, але пройшло кілька років, і ми знову опинилися в потенційній «ямі», з якої поки що не можемо вибратися. Нові колективні травми (анексія Криму, війна з Росією) повернули нас до тих історичних травм, наслідки яких не були подолані, насамперед до травми Голодомору і пов’язаного з ним геноциду, яка жодним чином не була опрацьована.

Для порівняння, про травму Голокосту говорив увесь цивілізований світ, щодо неї було реалізовано безліч програм, зокрема терапевтичних, спрямованих на лікування наслідків травми у жертв, що вижили, та їхніх нащадків. На жаль, ставлення до травми українського Голодомору було прямо протилежним. Протягом щонайменше півстоліття (особливо перші 20 років, до смерті Сталіна) ця тема була заборонена, не дозволялося навіть припускати, що таке могло бути. Після фізичного геноциду декілька десятиліть тривав *психологічний геноцид* з метою витравлення цієї події з історичної пам’яті українців. Суспільний стан був настільки катастрофічним, що навряд чи можна говорити про подолання наслідків травми навіть через 85 років. Можливо, і сьогодні ми не можемо вирватися із цупких обіймів минулого через те, що нас тримає цей біль, і ми нічого не можемо з цим вдіяти.

Підсумовуючи, можна припустити, що колективні травми є одним з істотних чинників, що впливають на суспільну ситуацію та ймовірність соціальних конфліктів, зокрема великих воєн. Залежно від співвідношення конструктивних і деструктивних засобів реагування на колективні травми у великих просторових і часових масштабах проявлятиметься або тенденція в бік поступового зниження деструктивного потенціалу травматичного досвіду людства, перетворення його на прийнятний історичний матеріал (позитивний баланс), або тенденція в бік поступового його накопичення (негативний баланс). На жаль, і висновки на основі математичного моделювання, і виявлені нами закономірності перебігу колективної травматизації (лише один конструктивний захисний

механізм проти чотирьох пасивних і трьох активно-агресивних) свідчать на користь негативного балансу, що, власне, і пояснює циклічність конфліктів і колективних травм.

Чому ж людство досі не загинуло внаслідок неухильного накопичення травматичного досвіду та зростання конфліктності? Які запобіжники спрацьовують у надкритичні періоди історії? Відповідь дає теорія самоорганізованої критичності. Війна, як би це не здавалося парадоксальним, є тим «клапаном», який знімає напруженість і знижує ймовірність конфлікту на найближчу перспективу. Унаслідок великих конфліктів та інших подій, що спричиняли колективні травми, загинуло багато людей. Цілі великі групи, які були носіями колективних травм, зникли з лиця землі, забравши із собою в небуття свій травматичний досвід. Останній фактично вилучався із загальнолюдської групової свідомості та групового несвідомого. Це «вирівнювало» баланс принаймні до нульового рівня. Але водночас засівалися «зерна» майбутніх конфліктів у вигляді «незавершених» наслідків колективних травм у тих, хто вижив.

Постає важливе питання: а чи можна вважати війни єдиним «засобом» самоорганізації критичності, здатним зменшувати ентропію соціальних систем? Чи здатне людство на сучасному етапі свого розвитку запропонувати соціально-психологічні технології зцілення від наслідків колективних травм, а отже, зменшити ймовірність міжгрупових конфліктів з тяжкими наслідками? Ситуацію все ж не хотілося б вважати фатальною. Колективні травми та їхні наслідками можна ефективно долати, про що свідчить досвід опрацювання травм Другої світової війни та Голокосту. Можна навіть припустити, що таке опрацювання стало однією з причин відносно тривалого періоду без глобальних конфліктів у післявоєнному світі.

Отже, варто поширювати набутий досвід, використовувати спеціально розроблені для цього методи, наприклад *соціодраму* (Kellermann, 2007). Застосування в широких масштабах таких психотехнологій додання міжгрупових конфліктів та наслідків колективних травм дає змогу істотно оздоровити суспільну ситуацію. Імовірно, зміна балансу конструктивних і деструктивних чинників у позитивний бік здатна в майбутньому убезпечити людство від колективної травматизації, усунути джерела нових травм і конфліктів. Можливо, це дуже сміливе припущення, більше схоже на утопію. Його неможливо перевірити в рамках лише наукових досліджень. Для цього потрібні широка суспільна практика і політична воля основних світових суб'єктів. Але хочеться вірити в найкраще.

Висновки. У сучасній соціальній психології значна увага приділяється таким соціально-психологічним феноменам, як захисна поведінка групи (захисна групова активність) та колективна травма. Наука і практика наразі накопичили значний масив матеріалів, що стосуються теми колективних (групових) захисних механізмів; ще більше досліджень присвячено темі колективних травм. Разом з тим відчутно бракує досліджень з проблеми захисної поведінки в умовах колективної травматизації, тобто на перетині вищезазначених проблемних тем; ще менше уваги приділяється, на жаль, захисній поведінці групи як суб'єкта групової взаємодії. Розгляд проблематики саме в такому ракурсі відкриває нові перспективи для досліджень, дає змогу вивчати закономірності перебігу колективної травматизації та напрацьовувати практичний інструментарій для подолання її наслідків, у т. ч. і довготривалих.

В умовах колективної травми група використовує цілу низку захисних механізмів. Проте лише механізм сублімації можна достовірно вважати продуктивним засобом подолання наслідків травми. Усі інші захисні механізми роблять певний внесок у зменшення травматичних переживань, але загалом не сприяють груповому зціленню. Вони навіть можуть ставати з часом джерелом конфліктів і спричиняти все нові і нові колективні травми. Цим пояснюється живучість міжгрупових конфліктів і колективних травм, прояви яких набувають циклічного характеру, актуалізуючись на нових історичних етапах. Ці тенденції в цілому збігаються з висновками, отриманими завдяки математичному моделюванню соціальних процесів, і підтверджуються історичною практикою.

Одне з ключових завдань, що постає перед науковцями, котрі вивчають закономірності перебігу колективної травматизації, – як ці знання використати для запобігання великим міжгруповим конфліктам і новим колективним травмам. Досі ми задовольнялися лише гіпотезами і сподіваннями, що нам під силу вплинути на хід історії, усунувши передумови деструктивного розвитку подій. Проте вже є реальні практичні методи, які допомагають ефективно опрацьовувати колективні травми та їхні наслідки, у т. ч. в наступних поколіннях. Наразі дуже важливо вдосконалювати, розвивати і поширювати цей інструментарій, створювати нові засоби для зцілення суспільства, адже воно потребує допомоги не менше, ніж кожна окрема людина.

Список використаних джерел

Автономов, Д. А. (2015). Динамика групповых защитных механизмов, возникающих при лечении аддиктивных пациентов в реабилитационном центре. *Наркология*, 3, 58–66.

Андрушко, Я. С. (2016). *Психологічні захисти в структурі професійної ідентичності майбутнього працівника органів внутрішніх справ*. Львів: ЛьвДУВС.

Бак, П. (2013). *Как работает природа: Теория самоорганизованной критичности*. Москва: УРСС; Либроком.

Долгова, В. И., & Кондратьева, О. А. (2014). *Психологическая защита*. Москва: Перо.

Захарова, Ю. Б. (1991). О моделях психологической защиты на уровне межгруппового взаимодействия. *Вестник Московского ун-та. Серия 14. Психология*, 3, 11–17.

Касьянов, В. А., & Гончаренко, А. В. (2015). Эволюция активных изолированных систем с точки зрения принципа максимума субъективной энтропии. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*, 17, 207–226. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2015_17_22

Котенева, А. В. (2013). *Психологическая защита личности*. Москва: МГГУ.

Мальцева, К. С. (2000). Групповая идентичность та інтра-групові захисні механізми. *Наукові записки НаУКМА. Т. 18. Теорія та історія культури*, 92–96.

Мандельброт, Б. (2009). *Фракталы и хаос. Множество Мандельброта и другие чудеса*. Ижевск: НИЦ «Регулярная и хаотическая динамика».

Олійников, О. А., Оніщенко, Н. В., Тимченко, О. В., Титаренко, Д. С., & Христинко, В. Є. (2011). *Особливості функціонування механізмів психологічного захисту у рятувальників в умовах екзистенціальної загрози*. Харків: НУЦЗУ.

Старченко, В. В. (2017). *Особенности психологических защит представителей этнических групп в условиях постконфликтного взаимодействия (на примере осетино-ингушского конфликта)*. (Дис. канд. психол. наук). Владикавказ.

Субботина, Л. Ю. (2006). *Психология защитного поведения*. Ярославль: ЯрГУ.

Талеб, Н. Н. (2017). *Чорний лебідь: Про (не)ймовірне в реальному житті*. Київ: Наш Формат.

Фрейд, А. (1993). *Психология «Я» и защитные механизмы*. Москва: Педагогика-Пресс.

Хакен, Г. (1980). *Синергетика*. Москва: Мир.

Штроо, В. А. (1998). Защитные механизмы: от личности к группе. *Вопросы психологии*, 4, 54–61.

Штроо, В. А. (2001). Исследование групповых защитных механизмов. *Психологический журнал*, 22 (1), 5–15.

Шутценбергер, А. А. (2010). *Психогенеалогия: Как излечить семейные раны и обрести себя*. Москва: Психотерапия.

Aydin, C. (2017). How to Forget the Unforgettable? On Collective Trauma, Cultural Identity, and Mnemotechnologies. *Identity*, 17:3, 125–137.

Bion, W. R. (1961). *Experiences in groups and other papers*. London: Tavistock Publ.

Böhm, R., Rusch, H, and Gülerk, Ö. (2015): *What Makes People Go to War? Defensive Intentions Motivate Retaliatory and Preemptive Intergroup Aggression*. MPRA Paper No. 64373, posted 17 May 2015 04:45 UTC. Retrieved from <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/64373/>

Brock, W. A. (2001). *Growth Theory, Nonlinear Dynamics and Economic Modelling: Scientific Essays of William Allen Brock*, W. Dechert (ed.), Cheltenham: Edward Elgar.

Clark, A. J. (1992). Defense Mechanisms in Group Counseling. *The Journal for Specialists in Group Work*, Vol. 17, Is. 3, pp. 151–160.

De Dreu, C. K. W., Gross, J., Méder, Z., Giffin, M., Prochazkova, E., Krikeb, J., & Columbus, S. (2016). In-group defense, out-group aggression, and coordination failures in intergroup conflict. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. doi: 113. 10.1073/pnas.1605115113.

Ein-Dor, T. (2014). Social defense theory: How a mixture of personality traits in group contexts may promote our survival. In. Mikulincer, M., Shaver, Ph. R. (Eds.), *Mechanisms of social connection: From brain to group*. (pp. 357–372). Washington, DC, US: American Psychological Association.

Gibb, J. R. (1961). Defense Level and Influence Potential in Small Groups. In L. Petrullo & B. M. Bass (Eds.), *Leadership and Interpersonal Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston, pp. 66–81.

Kalinowska, M. (2012). Monuments of memory: defensive mechanisms of the collective psyche and their manifestation in the memorialization process. *Journal of Analytical Psychology*, 57, 425–444.

Kellermann, N. P. (2013). Epigenetic transmission of holocaust trauma: can nightmares be inherited? *Israel Journal of Psychiatry and Related Sciences*, 50(1), 33–39.

- Kellermann, P. F. (2007). *Sociodrama and Collective Trauma*. London: Jessica Kingsley.
- Kiel, L. D., Elliott, E. W. (Eds.). (1997). *Chaos Theory in the Social Sciences: Foundations and Applications*. University of Michigan Press.
- Martelloni, G., Patti, F. & Bardi, U. (2018). *Pattern Analysis of World Conflicts over the past 600 years*. arXiv:1812.08071v4
- Rutan, J. S., Alonso, A., & Groves, J. E. (1988). Understanding defenses in group psychotherapy. *International Journal of Group Psychotherapy*, 38(4), 459–472.
- Volkan, V. (1997). *Bloodlines: from ethnic pride to ethnic terrorism*. New York: Farrar, Straus and Giroux.

References

- Andrushko, Ya. S. (2016). *Psykhologichni zakhysty v strukturі profesiinoi identychnosti maibutnoho pratsivnyka orhaniv vnutrishnikh sprav* [Psychological defences in the structure of professional identity of the future employee of internal affairs agencies]. Lviv: LvDUVS. (in Ukrainian)
- Avtonomov, D. A. (2015). Dinamika gruppoviyh zaschitnyih mehanizmov, vznikayushchikh pri lechenii addiktivnykh patsientov v reabilitatsionnom tsentre [Dynamics of group defence mechanisms that arise in the treatment of addictive patients in a rehabilitation center]. *Narcology*, 3, 58–66. (in Russian)
- Aydin, C. (2017). How to Forget the Unforgettable? On Collective Trauma, Cultural Identity, and Mnemotechnologies. *Identity*, 17:3, 125–137. (in English)
- Bak, P. (2013). *Kak rabotaet priroda: Teoriya samoorganizovannoy kritichnosti* [How Nature Works: The Science of Self-Organized Criticality]. Moscow: URSS; Librokom. (in Russian)
- Bion, W. R. (1961). *Experiences in groups and other papers*. London: Tavistock Publ. (in English)
- Böhm, R., Rusch, H., and Güterk, Ö. (2015): *What Makes People Go to War? Defensive Intentions Motivate Retaliatory and Preemptive Intergroup Aggression*. MPRA Paper No. 64373, posted 17 May 2015 04:45 UTC. Retrieved from <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/64373/> (in English)
- Brock, W. A. (2001). *Growth Theory, Nonlinear Dynamics and Economic Modelling: Scientific Essays of William Allen Brock*, W. Dechert (ed.), Cheltenham: Edward Elgar. (in English)
- Clark, A. J. (1992). Defense Mechanisms in Group Counseling. *The Journal for Specialists in Group Work*, Vol. 17, Is. 3, pp. 151–160. (in English)

De Dreu, C. K. W., Gross, J., Méder, Z., Giffin, M., Prochazkova, E., Krikeb, J., & Columbus, S. (2016). In-group defense, out-group aggression, and coordination failures in intergroup conflict. *Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America*. doi: 113.10.1073/pnas.1605115113. (in English)

Dolgova, V. I., & Kondrateva, O. A. (2014). *Psikhologicheskaya zashchita* [Psychological defence]. Moscow: Pero. (in Russian)

Ein-Dor, T. (2014). Social defense theory: How a mixture of personality traits in group contexts may promote our survival. In: Mikulincer, M., Shaver, Ph. R. (Eds.), *Mechanisms of social connection: From brain to group*. (pp. 357–372). Washington, DC, US: American Psychological Association. (in English)

Freud, A. (1993). *Psikhologiya «Ya» i zashchitnyye mekhanizmy* [Ego and the Mechanisms of Defense]. Moscow: Pedagogika-Press. (in Russian)

Gibb, J. R. (1961). Defense Level and Influence Potential in Small Groups. In L. Petrullo & B. M. Bass (Eds.), *Leadership and Interpersonal Behavior*. New York: Holt, Rinehart and Winston, pp. 66–81. (in English)

Haken, H. (1980). *Sinergetika* [Synergetics]. Moscow: Mir. (in Russian)

Kalinowska, M. (2012). Monuments of memory: defensive mechanisms of the collective psyche and their manifestation in the memorialization process. *Journal of Analytical Psychology*, 57, 425–444. (in English)

Kasyanov, V. A., & Goncharenko, A. V. (2015). Evolyutsiya aktivnykh izolirovannykh sistem s tochki zreniya printsipa maksimuma subektivnoy entropii [The evolution of active isolated systems in terms of the principle of maximum subjective entropy]. *Mizhnarodnyi naukovyi forum: sotsiologhiia, psykholohiia, pedahohika, menedzhment* [International scientific forum: sociology, psychology, pedagogy, management], 17, 207–226. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Mnf_2015_17_22 (in Russian)

Kellermann, N. P. (2013). Epigenetic transmission of holocaust trauma: can nightmares be inherited? *Israel Journal of Psychiatry and Related Sciences*, 50(1), 33–39. (in English)

Kellermann, P. F. (2007). *Sociodrama and Collective Trauma*. London: Jessica Kingsley.

Kiel, L. D., Elliott, E. W. (Eds.). (1997). *Chaos Theory in the Social Sciences: Foundations and Applications*. University of Michigan Press. (in English)

Koteneva, A. V. (2013). *Psikhologicheskaya zashchita lichnosti* [Psychological defence of personality]. Moscow: MGGU. (in Russian)

Maltseva, K. S. (2000). Hrupova identychnist ta intra-hrupovi zakhysni mekhanizmy [Group identity and intra-group defence mechanisms]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Tom 18. Teoriia ta istoriia kultury* [NaUKMA Research Papers. History and theory of culture], pp. 92–96. (in Ukrainian)

Mandelbrot, B. (2009). *Fraktaly i khaos. Mnozhestvo Mandelbrota i drugiye chudesya* [Fractals and Chaos. The Mandelbrot Set and Beyond]. Izhevsk: NIC «Regulyarnaya i haoticheskaya dinamika». (in Russian)

Martelloni, G., Patti, F. & Bardi, U. (2018). *Pattern Analysis of World Conflicts over the past 600 years*. arXiv:1812.08071v4 (in English)

Oliinykov, O. A., Onishchenko, N. V., Tymchenko, O. V., Tytarenko, D. S., & Khrystynko, V. Ye. (2011). *Osoblyvosti funktsionuvannia mekhanizmiv psykhologichnoho zakhystu u riatuvalnykh v umovakh ekzysyentsialnoi zahrozy* [Features of functioning of mechanisms of psychological defence in rescuers in conditions of existential threat]. Kharkiv: NUCZU. (in Ukrainian)

Rutan, J. S., Alonso, A., & Groves, J. E. (1988). Understanding defenses in group psychotherapy. *International Journal of Group Psychotherapy*, 38(4), 459–472. (in English)

Schützenberger, A. A. (2010). *Psikhogenealogiya: Kak izlechit semeynnye rany i obresti sebya* [Psychogenealogy: How to heal family wounds and find yourself]. Moscow: Psychotherapy. (in Russian)

Shtroo, V. A. (2001). Issledovaniye gruppovykh zashchitnykh mekhanizmov [The study of group defence mechanisms]. *Psychological Journal*, 22(1), 5–15. (in Russian)

Shtroo, V. A. (1998). Zashchitnyye mekhanizmy: ot lichnosti k gruppe [Defence mechanisms: from person to group]. *Voprosy Psikhologii*, 4, 54–61. (in Russian)

Starchenko, V. V. (2017). *Osobennosti psikhologicheskikh zashchit predstaviteley etnicheskikh grupp v usloviyakh postkonfliktnogo vzaimodeystviya (na primere osetino-ingushskogo konflikta)* [Features of psychological defence of ethnic groups in post-conflict interaction (on example of the Ossetian-Ingush conflict)]. PhD Thesis. Vladikavkaz. (in Russian)

Subbotina, L. Yu. (2006). *Psikhologiya zashchitnogo povedeniya* [Psychology of Defensive Behavior]. Yaroslavl: YarSU. (in Russian)

Taleb, N. N. (2017). *Chornyi lebid: Pro (ne)imovirne v realnomu zhytti* [The Black Swan: The Impact of the Highly Improbable]. Kyiv: Nash Format. (in Ukrainian)

Volkan, V. (1997). *Bloodlines: from ethnic pride to ethnic terrorism*. New York: Farrar, Straus and Giroux. (in English)

Zakharova, Yu. B. (1991). O modelyakh psikhologicheskoy zaschity na urovne mezhgruppovogo vzaimodeystviya [On models of psychological defence at the level of intergroup interaction]. *Moscow University Psychology Bulletin*, 3, 11–17. (in Russian)

УДК 316.477

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-36>

Мяленко Вікторія Володимирівна

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник,
лабораторія психології мас та спільнот,

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,
м. Київ, Україна

ORCID ID 0000-0002-5527-6958

viktoria.mialenko@ispp.org.ua

ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ОПРАЦЮВАННЯ ТРАВМАТИЧНОГО ДОСВІДУ СПІЛЬНОТОЮ ВОЇНІВ, ЯКІ НАБУЛИ БОЙОВИЙ ДОСВІД В АТО/ООС

У межах теоретичного підходу до вивчення особливостей колективного проживання травматичних подій (Штомпка, 2001) розглянуто психологічні стратегії опрацювання військовою спільнотою пережитого бойового досвіду. Ці стратегії інтерпретовано як частково не усвідомлювані, спрощені моделі поведінки, які можна проаналізувати за проявами когнітивного, конативного та поведінкового компонентів. Показано, що військовослужбовці, які були учасниками АТО/ООС, стикаються з труднощами відреагування травматичного досвіду, пристосування та адаптації до мирного життя. На основі результатів емпіричного дослідження виокремлено типові способи подолання травми військовослужбовцями, які мають бойовий досвід участі в АТО/ООС: контрольованість і доброзичливість зовнішнього світу; неконтрольованість зовнішнього світу; рефлексивне осмислення бойового досвіду; суб'єктивне переживання власного везіння; інтроспективна сконцентрованість; гостре переживання травми; сконцентрованість на власних емоціях; сконцентрованість на власних роздумах; застрягання в травматичному досвіді; позитивний образ себе і світу; відчуження від себе і світу. За ступенем адаптивного потенціалу виокремлені стратегії було поділено на дві групи – консервативно-рутинні і проактивно-трансформаційні. До консервативно-рутинних стратегій віднесено: гостре переживання травми, сконцентрованість на власних емоціях, сконцентрованість на власних роздумах, неконтрольованість зовнішнього світу, інтроспективну сконцентрованість, відчуження від себе і світу; до проактивно-трансформаційних – контрольованість та доброзичливість зовнішнього світу, позитивний образ себе та світу, рефлексивне осмислення бойового досвіду, суб'єктивне переживання власного везіння. Показано, що в процесі адаптації одні стратегії використовуються як тимчасові, перехідні до більш зрілих або, навпаки, більш регресивних, інфантильних реакцій, тоді як інші вже сформовані та закріплені в досвіді українських спільнот. Такий підхід дає змогу здійснювати диференційоване психологічне втручання, ефективно долати конкретні деструктивні стани, які провокують дезадаптивну поведінку військовослужбовців.

Ключові слова: спільнота; адаптація; травма; рефлексія; копінг.

Victoria V. Mialenko

PhD in psychology, senior researcher,
Institute for Social and Political Psychology
at National Academy of Educational Sciences of Ukraine,
Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0002-5527-6958
viktoria.mialenko@ispp.org.ua

**PSYCHOLOGICAL PECULIARITIES OF TRAUMATIC
EXPERIENCE PROCESSING PROCESS FOR SERVICEMEN
COMMUNITY WHO OBTAINED MILITARY EXPERIENCE
IN ANTI-TERRORIST OPERATION ZONE / JOINT FORCES
OPERATION**

Given the theoretical framework to study peculiarities of collective coping the traumatic events (Shtompka, 2001), the article considers the psychological strategies to process and overcome military experience. These strategies are interpreted as partially unconscious but simplified behavioral models. The models can be analyzed through cognitive, emotional and behavioral components. The servicemen from ATO zone/JFO (anti-terrorist operation zone / joint forces operation) face difficulties in responding to the traumatic experience and adapting to peaceful life. The author used an empirical research to identify typical ways to cope the trauma of military personnel who gained experience in ATO zone / JFO. These are: self-control and friendliness of the outside world; zero self-control of the outside world; reflexive comprehension of the combat experience; subjective experience of one's own luck; introspective concentration; acute trauma experience; concentration on one's own emotions; concentration on one's own thoughts; positive image of oneself and the world; being stuck in the trauma experience; alienation from oneself and the world. In terms of adaptive potential, these strategies were divided into two groups – a conservative routine group (1) and a proactive transformative group (2). The first covers acute trauma experience, concentration on one's own emotions, concentration on one's own reflections, uncontrollability of the outside world, introspective concentration, alienation from oneself and the world. The second group covers controllability and benevolence of the outside world, positive image of oneself and the world, reflexive comprehension of combat experience, and subjective experience of one's own luck. The study demonstrates that during adaptation some strategies are used as temporary and transitional to more mature or, on the contrary, more regressive and infantile reactions, while the others are already formed and consolidated in the experience of Ukrainian communities. This approach allows for differentiated

psychological intervention and efficient coping of specific destructive human states that provoke misadaptive behavior of the servicemen.

Keywords: community; adaptation; trauma; reflection; coping.

Постановка проблеми, аналіз останніх досліджень і публікацій.

Сучасні українські реалії вимагають від кожної людини високого рівня гнучкості та адаптивності. Військовослужбовці, які були учасниками АТО/ООС, часто стикаються з труднощами відреагування травматичного досвіду, пристосування та адаптації до мирного життя.

Аналіз теоретичних напрацювань дав змогу сформулювати *концепцію проживання та опрацювання травматичного досвіду*: у процесі розгортання травми, на етапі «інтерпретації подій» процес ідентифікації колективного суб'єкта певним чином окреслює зміст травми; кожна група переживає «власну» травму – важливо, з якою групою ідентифікує себе суб'єкт і якою мірою він поділяє травматичні події та їх інтерпретацію з інгрупою.

Колективні травми, до речі, не так давно потрапили у фокус уваги психологів (Gagné, 1998; Kestenberg, 1983). Травматичну послідовність та особливості її вияву докладно вивчав П. Штомпка (2001). Особливості проживання травматичних подій українцями досліджували вітчизняні психологи П. Горностай (2012), О. Кухарук, О. Плетка, Г. Циганенко та ін.

Припускаємо, що різні спільноти використовують різні стратегії долання травматичного досвіду. *Психологічні стратегії опрацювання травматичного досвіду суспільства* ми визначаємо як колективний феномен переживання подій, які інтерпретуються як травматичні; це частково не усвідомлювані, спрощені моделі поведінки, які можна проаналізувати за проявами когнітивного, конативного та поведінкового компонентів. Вважаємо, що такий підхід дасть змогу «схопити» кумулятивний ефект впливу соціуму на особу, досягнути усвідомлене або неусвідомлене прагнення суб'єкта відповідати еталонам реагування/поведінки референтної для нього групи, урізноманітнювати канали соціальних стосунків тощо.

Мета статті – дослідження психологічних стратегій адаптації спільноти воїнів, які були учасниками бойових дій в АТО/ООС, до умов і наслідків воєнного конфлікту в процесі опрацювання травматичного досвіду.

Щоб досягти поставленої мети, ми скористалися Шкалою клінічної діагностики ПТСР (адаптованим варіантом для постраждалих в Україні; опитувальником “Диференціальний тип рефлексії” Д. Леонтьєва, Є. Осіна, Г. Лаптевої, А. Саліхової (2009, с. 145–150); методикою “Шкала базових переконань” Р. Янова-Бульман, адаптованою та рестандартизованою М. Падун та А. Котельниковою (2008); методикою

психологічної діагностики копінг-механізмів Е. Хейма, адаптовану колективом лабораторії клінічної психології під керівництвом Л. Вассермана.

Щоб з'ясувати, з якою групою ідентифікує себе респондент, йому ставилося пряме запитання щодо самовизначення; запитання «До якої категорії людей Ви себе відносите?» дало змогу визначити, якою мірою він поділяє травматичні події та їх інтерпретацію з інгрупою. Респондентам пропонувалися такі варіанти вибору: переселенець із Криму; учасник АТО/ООС; член сім'ї учасника АТО/ООС; житель України; переселенець зі східної України; волонтер; інше.

У дослідженні взяли участь 380 респондентів (136 чоловіків і 244 жінки; серед них неодружених – 165, розлучених – 55 та сімейних – 156 осіб). Опитуванням було охоплено різні вікові категорії респондентів: від 20 до 30 років – 181 особа; від 31 до 40 років – 93 особи; від 41 до 50 років – 85 осіб; від 51 до 60 років – 21 особа. Що ж до освітнього рівня, то вищу освіту мали 220 осіб, незакінчену вищу – 52 особи, середню спеціальну – 82 особи, загальну середню – 26 осіб. Найбільша частина обстежуваних проживала в Центральній Україні (224 особи), інші були із Східної (86 осіб), Західної (59 осіб) та Південної України (11 осіб). Респонденти розподілилися на групи (відповідно до того, як вони себе ідентифікували) таким чином: жителі України – 268 осіб, соціальні працівники і волонтери – 160 осіб, члени сімей учасників АТО/ООС – 62 особи.

Наступний етап роботи, що базувався на *математичних та аналітичних процедурах*, дав змогу виокремити психологічні стратегії адаптації різних спільнот до умов і наслідків воєнного конфлікту в процесі опрацювання травматичного досвіду.

У результаті факторного аналізу результатів дослідження спільноти військовослужбовців, які набули бойовий досвід в АТО/ООС, виділилися сім факторів. Сумарна дисперсія за результатами факторного аналізу становила 76,5%.

Перший фактор було інтерпретовано як *“Гостре переживання травми / ПТСР”* (вклад у сумарну дисперсію – 16,5%). Його утворили такі індикатори: я уникаю подій або ситуацій, які нагадують пережите (наприклад, не ходжу на заходи, уникаю тих місць, які можуть нагадати про минуле, не дивлюся фільми (,95); я помічаю, що буваю особливо насторожений або пильний навіть тоді, коли це не потрібно (,92); у мене бувають фізіологічні реакції (прискорене серцебиття, м'язове напруження, тремтіння в руках, пітливість) у ситуаціях, які нагадують пережиті події (,91); після всього, що зі мною трапилося, у мене порушений сон (,90); я уникаю планування майбутнього – у мене є відчуття, що «завтрашнього дня немає» (,86).

Перший фактор відбиває переживання травми війни, отриманої бійцями в зоні АТО/ООС. Респонденти намагаються уникати будь-яких подразників, які асоціюються з травмою, блокують загальну здатність до реагування (стан заціпеніння). Вони докладають чималих зусиль, аби уникнути думок або почуттів, які будь-яким чином асоціюються з травмою. Іноді вони нездатні згадати навіть найважливіші аспекти травми (психогенна амнезія). При цьому простежуються стійкі симптоми підвищеної збудливості, занадто високий рівень настороженості, пильності. Бійці скаржаться на труднощі із засинанням і/або розлади сну, потерпають від підвищеної роздратованості та нападів гніву, їм важко зосереджувати увагу. Під впливом обставин, які нагадують або символізують різні аспекти травматичної події, у них виявляється фізіологічна реактивність. Так, стикаючись із ситуаціями, які нагадують про бойовий досвід, бійці можуть відчувати прискорене серцебиття, м'язове напруження, тремтіння рук, пітливість тощо.

Спостерігається перебільшена реакція переляку («стартова» реакція на несподіваний стимул): людина лякається гучних неочікуваних звуків або чогось раптово побаченого (наприклад, руху, спійманого боковим зором). Респонденти фіксують знижений рівень афекту (наприклад, нездатність переживати почуття любові, щастя). Обстежувані страждають від постійно повторюваних переживань травматичної події, нав'язливих спогадів, а також відчуття ожиганих переживань, ілюзій, галюцинацій, дисоціативних епізодів (флешбек-ефектів), які викликають дистресові стани. Респонденти відмічають інтенсивні, важкі переживання за обставин, які символізують або нагадують різні аспекти травматичних подій (наприклад, роковини трагічних подій).

Майже всі опитувані скаржилися на втрату інтересу до занять, які раніше були для них важливими та цікавими. Важливе переживання, яке об'єднує колишніх бійців АТО/ООС, – вони не відчують себе в безпеці, навіть повернувшись із війни.

Другий фактор, який дістав назву “Позитивний образ себе і світу” (вклад у сумарну дисперсію – 12,2%), увібрав такі індикатори: загалом я оцінюю себе досить високо (,82); я був свідком бойових подій на сході України (,80); я відчуваю, що після пережитих подій віддалився від інших людей, втратив зв'язок або бажання спілкуватися з ними (,80); я доволі везуча людина (,73).

По суті, другий фактор відображає самосприйняття себе і зовнішнього світу людиною, яка пройшла жахіття війни, але не втратила віру в себе, світ та інших людей. Цей фактор можна було б назвати “Я вижив. І я хороша людина”.

Це група мужніх, мудрих і сильних людей. Один з їхніх інструментів пізнання себе та світу – системна рефлексія. Вони досить високо себе

оцінюють, подобаються собі, вважають, що їхні чесноти переважають недоліки. Навколишній світ, на їхню думку, здебільшого справедливий. Проте вони займають відсторонену позицію: від деяких людей віддалилися, з деякими втратили зв'язок або бажання спілкуватися. І навіть вступаючи у контакт, респондент остерігається, що його можуть зрадити або використати якусь інформацію проти нього. Звичка спиратися на бойових побратимів залишається домінантною й оберегаючою.

Третій фактор – “*Рефлексивне осмислення бойового досвіду – Застрягання в травматичному досвіді*” (вклад у сумарну дисперсію – 10,8%) – об'єднав такі індикатори: вивчення інших людей допомагає мені краще розуміти самого себе (,83); я можу замріятися і забути про все (,82); я люблю уявляти подумки випадкові зустрічі (,80); я тривожусь, що людина, якій я довіряюсь, може мене зрадити (,79); я вважаю, що загалом немає сенсу вживати заходів для захисту себе від невдач (,64).

Дихотомічна модель, представлена третім фактором, демонструє різні рівні опрацювання травматичного бойового досвіду. Перша конструктивна модель – “*Рефлексивне осмислення бойового досвіду*” – розкриває складний процес усвідомлення, емоційного відреагування пройдених випробувань.

Переважає системно рефлексуючи пройдений шлях, себе, свої вибори, вплив зовнішнього світу, особа може доволі швидко дійти межі нестерпного болю. Тоді запускаються механізми квазірефлексії: людина відсторонюється від усього, повертаючись в інші спогади. Або вмикається інша захисна модель – людина починає відстежувати безпечність і контрольованість ситуації, у якій вона перебуває. Ці стани не завжди контрольовані. Проте ми визначили модель як конструктивну, оскільки в ній простежується динаміка та прагнення до життя.

Протилежна модель – *Застрягання в травматичному досвіді* – центрує особу на подіях, пережитих під час війни. Ці стани викривлюють процеси саморефлексії та моніторингу зовнішнього світу. Людина почувається вкрай нещасливою, невезучою. Її переживання є, по суті, неконтрольованими. Якщо переживання досягають рівня раціоналізації, людина блокує поведінковий рівень та застрягає на спробі осмислення можливих помилок.

Четвертий фактор – “*Відчуження від себе і світу*” (вклад у сумарну дисперсію – 10,2%) – об'єднує індикатори: у моєму житті, як правило, не доводиться розраховувати на вдалий збіг обставин (,81); мені здається, що я не такий успішний, як більшість людей (,79); я люблю мріяти про те, чого в моєму житті немає (,72); сумнівно, що я зможу контролювати події, які відбуваються у моєму житті (,63); іноді увага до власних переживань відволікає мене від справ (,60).

Модель *«Відчуження від себе і світу»* добре демонструє влучне визначення з транзактного аналізу “я не ок – і ти не ок”. Це складні стосунки із собою та світом. Людина негативно себе оцінює, вважає, що в ній занадто мало хорошого; вона не така успішна як інші, схильна до інтроспекції, самокопання, концентрованості на власних негативних переживаннях і станах. Цій особі не дуже щастить – і обставини проти неї, і світ її “не дуже шанує або балує”. За її оцінками, людям довіряти небезпечно.

Позиція “я не ок – і ти не ок” є центральною для всіх типів психозу, оскільки лише в цій позиції відбуваються психотичні галюцинації. За оцінками транзактних аналітиків, це може свідчити або про шизофренію, або про ПТСР. У нашому випадку ми відносимо ці стани до ПТСР.

До п'ятого фактору – *“Контрольованість та доброзичливість зовнішнього світу – Неконтрольованість зовнішнього світу”* (вклад у сумарну дисперсію – 9,8%) увійшли індикатори: мене можна назвати цікавою та привабливою людиною (,84); у цілому люди гідні довіри (,75); у більшості випадків гідні люди отримують те, що заслуговують у житті (,73); розбіжність поглядів інших людей з моїми служить для мене джерелом цінної інформації (-,55); я часто фантазую про те, як моє життя могло б скластися інакше (-,56); як правило, нещастя відбуваються з людьми через помилки, які вони зробили (-,57).

У межах поняттєвої бази транзактного аналізу модель *«Контрольованість та доброзичливість зовнішнього світу»* можна визначити як “я ок – і ти ок”. Така людина має позитивний образ “Я”, вважає себе доволі привабливою та цікавою. Вона відкрита до спілкування та взаємодії зі світом. Для вирішення внутрішніх і зовнішніх завдань використовує можливості системної рефлексії, здатна сприймати ситуацію взаємодії у всіх її аспектах, тобто враховуючи і полюс об'єкта, і полюс суб'єкта, і альтернативні можливості.

Зовнішній світ є для цих людей контрольованим, справедливим та доброзичливим. У ньому невдачі і трагедії можуть спіткати навіть хороших людей. Такі події не руйнують картину безпечного зовнішнього середовища. Особа з такою картиною здатна довіряти і світу, і людям.

Протилежна модель – *«Неконтрольованість зовнішнього світу»* – притаманна особам, які страждають від невизначеності їхнього світу. У неконтрольованості, невизначеності та нещастях вони зазвичай звинувачують саму людину, підозрюючи її в недолугості та картаючи за помилки. Вони часто фантазують про те, що могло б бути, якби обставини склалися інакше. Такі особи не мають ресурсу для моніторингу та аналітичного сприймання зовнішнього світу. Зазвичай першопричину всього вони вбачають у собі. Така егоцентрична концентрованість

пояснює їхню схильність до інтроспекції та квазірефлексії та водночас викривлює процес відображення світу.

Шостий фактор – “Сконцентрованість на власних роздумах – Сконцентрованість на власних емоціях” (вклад у сумарну дисперсію – 8,8%) – охоплює такі компоненти: мені буває складно перейти від роздумів до дій (.84); у багатьох ситуаціях корисно спочатку розібратися у власних бажаннях і почуттях (.75); нерідко я не можу позбавитися від думок про мої поточні проблеми (.73); як правило, я в змозі діяти так, аби отримати максимально сприятливий результат (-.64); людям довіряти небезпечно (-.76); я схильний довго переживати з приводу того, що відбувається (-.77).

Дихотомічна модель шостого фактору презентує різновиди власне обсесивних станів. Перша модель – «Сконцентрованість на власних роздумах» – характерна для осіб, які страждають від болісних, тяжких, обсесивних думок, образів або потягів, що повертаються знову і знову в стереотипних формах, тож людині важко з ними впоратися. Найчастіше це тема бойового досвіду, травм. Такій людині вкрай важко перейти від роздумів до дії.

Складні обсесивні стани не заморожують інтелект людини, проте блокують, подібно до тригера, її соціальну активність. Під час особистих бесід ці респонденти зізнаються, що часто “зависають” у фейсбуці, грають у комп’ютерні ігри (наприклад, “Світ танків”) тощо.

Модель поведінки «Сконцентрованість на власних емоціях» доволі схожа на попередню, проте в ній людина схильна “застрягати” на власних переживаннях. У такому випадку особа схильна довго переживати з приводу того, що відбувається в її житті. Це також тригер, який заважає процесу соціального залучення людини. Людину пригнічує невідреагований травматичний бойовий досвід, який “намагається” знайти вихід у буденному житті.

Особа робить спроби впоратися зі своїми станами, тому намагається усе контролювати. Збережений інтелект допомагає ставити цілі, обирати виграшні стратегії, аналізувати свій досвід. Проте здатності, навичок, ресурсу для зараджування важким психологічним станам не вистачає. Людина вбачає всюди небезпеку і вважає, що нікому довіряти не можна.

До сьомого фактору – “Інтроспективна сконцентрованість – Суб’єктивне переживання власного везіння” (вклад у сумарну дисперсію – 8,3%) – увійшли такі компоненти: я постійно думаю про свої невдачі (.68); люди за своє природою нетовариські і злі (.66); у мене є підстави бути не дуже високої думки про себе (.61); у випадку конфлікту корисно спробувати побачити ситуацію очима опонента (-.56); найбільше я дізнаюсь про себе, коли аналізую те, що я робив або роблю (-.74); загалом доля до мене прихильна (-.81).

Модель поведінки «*Інтроспективна сконцентрованість*» відображає складні стосунки людини із самою собою, її ставлення до пережитої травми і до світу. Особа зосереджена на собі, власних станах та переживаннях. Їй надзвичайно важко покинути шкарлупу власного світу і підтримувати взаємодію з іншими. Оскільки людина не володіє достатнім ресурсом для налагодження та підтримування контакту, доволі часто цей контакт оцінюється нею як невдалий, адже особа не досягає бажаного результату. Тоді вона замикається в собі, відмежовується від усього навколо. І до звичних переживань додається біль від того, що їй не щастить, що вона не така як інші, що їй тут не місце, – на війні все було набагато простіше. Вона переконує себе, що тільки побратими здатні її зрозуміти, а всі інші люди нетовариські і злі. Переживання набирають обертів, травма стає вторинною, і з неї все важче і важче вибиратися. У тих, хто працює із цими людьми, виникає відчуття, що вони не повернулися з війни. Утім, вони й самі цього не заперечують.

Модель поведінки «*Суб'єктивне переживання власного везіння*» відображає світосприйняття та побудову взаємодії зі світом людини, “яка вижила і повернулася з війни”. Психологічна “вдача” цих бійців – уміння ставити акценти та рефлексувати власний (і життєвий, і бойовий) досвід. Вони зазначають: я вижив, мені пощастило, я повернувся!

Ці обстежувані роблять запит і приймають допомогу від інших. Для них це доволі складний досвід – прийняти допомогу від психолога, дехто порівнює це з подвигом. Результатом такої самостійної або групової роботи є здатність до переробки власного травматичного досвіду, спроба вийти за межі власної травми, побачити Іншого і вступити з ним у реальну взаємодію.

За результатами факторного аналізу було виокремлено стратегії адаптації спільноти воїнів АТО до умов та наслідків воєнного конфлікту. Отримані стратегії ми розподілили за відповідними векторами та охарактеризували за рівнем їхньої адаптивності.

За вектором *Суб'єктності* визначено такі стратегії: контрольованість та доброзичливість зовнішнього світу, неконтрольованість зовнішнього світу; за вектором *Рефлексії* – рефлексивне осмислення бойового досвіду; суб'єктивне переживання власного везіння, інтроспективна сконцентрованість; за вектором *Травмованості* – гостре переживання травми, сконцентрованість на власних емоціях, сконцентрованість на власних роздумах, застрягання в травматичному досвіді; за вектором *Копінгу* – позитивний образ себе і світу, відчуження від себе і світу.

За ступенем адаптивних можливостей стратегії було поділено на дві групи – консервативно-рутинні і проактивно-трансформаційні. До *консервативно-рутинних стратегій* віднесено такі: гостре переживання травми, сконцентрованість на власних емоціях, сконцентрованість на

власних роздумах, неконтрольованість зовнішнього світу, інтроспективна сконцентрованість, відчуження від себе та світу; до *проактивно-трансформаційних* – контрольованість і доброзичливість зовнішнього світу, позитивний образ себе і світу, рефлексивне осмислення бойового досвіду, суб'єктивне переживання власного везіння.

Висновки. За результатами факторного аналізу виокремлено стратегії адаптації спільноти учасників АТО/ООС до умов та наслідків воєнного конфлікту: контрольованість і доброзичливість зовнішнього світу, неконтрольованість зовнішнього світу, рефлексивне осмислення бойового досвіду, суб'єктивне переживання власного везіння, інтроспективна сконцентрованість, гостре переживання травми, сконцентрованість на власних емоціях, сконцентрованість на власних роздумах, застрягання в травматичному досвіді, позитивний образ себе і світу, відчуження від себе і світу. Стратегії було розподілено за відповідними векторами та охарактеризовано за ступенем їхньої адаптивності. Так, за ступенем адаптивних можливостей стратегії було поділено на консервативно-рутинні і проактивно-трансформаційні. Такий підхід уможливорює конкретне, “крапельне” втручання в проблему, подолання важких, деструктивних станів, які провокують дезадаптивну поведінку. Позитивний досвід проживання та подолання дезадаптивних станів створює ефект “щеплення”, сприяє більш ефективному розв’язанню майбутніх проблем.

Загальна картина дає підстави припустити, що ми отримали “фотографію” опрацювання травматичного досвіду. Певні стратегії є тимчасовими, перехідними етапами до більш зрілої або, навпаки, регресивної, інфантильної реакції. Деякі стратегії можна визначити як уже сформовані і закріплені в досвіді української спільноти.

Список використаних джерел

- Горностай, П. П. (2012). Колективна травма і групова ідентичність. *Психологічні перспективи. Спеціальний випуск: Актуальні проблеми психології малих, середніх та великих груп. Т. 2. Проблема цілісності суспільства, групи та особистості*, с. 89–95.
- Леонтьев, Д. А., Лаптева, Е. М., Осин, Е. Н., & Салихова, А. Ж. (2009). Разработка методики дифференциальной диагностики рефлексивности. *Рефлексивные процессы и управление. Сборник материалов VII Международного симпозиума, 15-16 октября 2009 г.* (с. 145–149). Москва.
- Леонтьев, Д. А., & Осин, Е. Н. (2014). Рефлексия «хорошая» и «дурная»: от объяснительной модели к дифференциальной диагностике. *Психология. Журнал Высшей школы экономики*, Т. 11, № 4, 110–135.
- Малкина-Пых, И. Г. (2005). *Экстремальные ситуации*. Москва: Эксмо.

Набиуллина, Р. Р., & Тухтарова, И. В. (2003). *Механизмы психологической защиты и совладания со стрессом (определение, структура, функции, виды, психотерапевтическая коррекция)*, Казань: Казанская государственная медицинская академия.

Падун, М. А., & Котельникова, А. В. (2008). Модификация методики исследования базисных убеждений личности Р. Янофф-Бульман. *Психологический журнал*, 29(4), 98–106.

Штопка, П. (2001). Культурная травма в посткоммунистическом обществе. *Социологические исследования*, 2, 3–12.

Gagné, M. A. (1998). The Role of Dependency and Colonialism in Generating Trauma in First Nations Citizens. In Y. Yehuda et al., *International Handbook of Multigenerational Legacies of Trauma*. New York and London: Plenum Press.

Karpman, S. (1968). Fairy tales and script drama analysis. *Transactional Analysis Bulletin*, 7(26), 39–43.

Kestenberg, J. (1983). Psychoanalysis of children of survivors of the Holocaust: case presentation and assessment. *Journal of the American Psychanalytique Association*, 28, 775–804.

References

Gagné, M. A. (1998). The Role of Dependency and Colonialism in Generating Trauma in First Nations Citizens. In Y. Yehuda et al., *International Handbook of Multigenerational Legacies of Trauma*. New York and London: Plenum Press. (in English)

Hornostay, P. P. (2012). Kolektyvna travma i hrupova identychnist [Collective injury and group identity]. *Psykhologichni perspektyvy. Spetsialnyy vypusk: Aktualni problemy psykhologiyi malykh, serednikh ta velykykh hrup. T. 2. Problema tsilisnosti suspilstva, hrupy ta osobystosti* [Psychological perspectives. Special issue: Actual problems and psychology of malikh, medium and great groups. Vol. 2. The problem of social stability, groups and specialties] (pp. 89–95). (in Ukrainian)

Karpman, S. (1968). Fairy tales and script drama analysis. *Transactional Analysis Bulletin*, 7(26), 39–43. (in English)

Kestenberg, J. (1983). Psychoanalysis of children of survivors of the Holocaust: case presentation and assessment. *Journal of the American Psychanalytique Association*, 28, 775–804. (in English)

Leontiyev, D. A., Lapteva, E. M., Osin, E. N., & Salikhova, A. Zh. (2009). Razrabotka metodiki differentsialnoy diagnostiki refleksivnosti [Development of methods for differential diagnosis of reflexivity]. *Reflective processes and management. Materials of the VII International symposium, October 15-16, 2009* (pp. 145–149). Moscow (in Russian)

- Leontiyev, D.A., & Osin, E.N. (2014). Refleksiya «khoroshaya» i «durnaya»: ot obyasnitelnoy modeli k differentsialnoy diagnostike [Reflection “good” and “bad”: from an explanatory model to differential diagnosis]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, Vol. 11, № 4, 110–135. (in Russian)
- Malkina-Pykh, I. G. (2005). *Ekstremalnyye situatsii* [Extreme situations]. Moscow: Eksmo. (in Russian)
- Nabiullina, R. R., & Tukhtarova, I. V. (2003). *Mekhanizmy psikhologicheskoy zashchity i sovladaniya so stressom (opredeleniye, struktura, funktsii, vidy, psikhoterapevticheskaya korrektsiya)* [Mechanisms of psychological defense and coping with stress (definition, structure, functions, types, psychotherapeutic correction)]. Kazan: Kazan State Medical Academy. (in Russian)
- Padun, M. A., & Kotelnikova, A. V. (2008). Modifikatsiya metodiki issledovaniya bazisnykh ubezhdeniy lichnosti R. Yanoff-Bulman [Modification of the methodology for the study of basic personality beliefs R. Yanoff-Bulman]. *Psikhologicheskiy zhurnal* [Psychological Journal], 29(4), 98–106. (in Russian)
- Sztompka, P. (2001). Kulturnaya travma v postkommunisticheskom obshchestve [Cultural trauma in a post-communist society]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 2, 3–12. (in Russian)

УДК 316.64

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-21>

Дроздов Олександр Юрійович

доктор психологічних наук, доцент, завідувач,

кафедра загальної, вікової та соціальної психології імені М. А. Скока,

Національний університет «Чернігівський колегіум»

імені Т. Г. Шевченка, м. Чернігів, Україна

ORCID ID 0000-0002-6682-9108

dalmar@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ АТИТЮДІВ ДО ВІЙНИ СЕРЕД ВІТЧИЗНЯНОЇ МОЛОДІ

Статтю присвячено психологічній специфіці атитюдів до війни серед сучасної української молоді. Описано результати авторського емпіричного дослідження, проведеного у березні 2019 р. серед студентів ($n = 126$) двох регіонів – Донбасу (м. Старобільськ) та Північного Сходу (м. Чернігів) із застосуванням спеціалізованого опитувальника А. Неврюєва. Метою дослідження було виявити змістову специфіку молодіжних атитюдів до війни (у цілому як до соціального феномену), а також пов'язаність цих атитюдів із такими чинниками, як життєвий досвід та спрямованість на соціальне домінування. З огляду на отримані результати зроблено висновки, що сучасні українські студенти мають загалом критичні атитюди до війни як засобу розв'язання соціальних конфліктів. При цьому не було зафіксовано значущих відмінностей в цих атитюдах у молоді, що проживає на територіях з різним ступенем близькості до зони воєнно-політичного конфлікту на сході України. Настановлення досліджуваних щодо війни виявилися пов'язаними з орієнтацією на соціальне домінування (показниками схильності до домінування та антиєгалітаризму), так само як і настановлення молоді більш потужних у військовому плані країн. З'ясовано, що атитюди до «абстрактної війни» (війни в цілому як соціального феномену) прямо чи побічно пов'язані зі ставленням особистості до конкретних воєнних конфліктів. На рівні тенденції виявлено більш позитивне порівняно з українською молоддю ставлення до війни молодих громадян Росії. Отримані результати можуть бути використані як у науково-дослідній (вивчення динаміки масової політичної свідомості, психологічних наслідків воєнно-політичних конфліктів), так і в педагогічній практиці (виховна робота з молоддю). Як перспективні напрямки подальших досліджень означено виявлення особливостей атитюдів до війни молоді інших регіонів України, представників інших соціальних груп (у т. ч. пов'язаних із військовою справою), а також розроблення відповідного українськомовного психодіагностичного інструментарію.

Ключові слова: війна; атитюди; соціальне домінування; антиєгалітаризм; молодь.

Oleksandr Yu. Drozdov

Doctor of Psychological Sciences, Assistant Professor,
Chief of M. A. Skok Department of General,
Developmental and Social Psychology T. H. Shevchenko National University
«Chernihiv Colehium»,
Chernihiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0002-6682-9108
dalmar@ukr.net

THE PECULIARITIES OF ATTITUDES TOWARD WAR AMONG HOME YOUTH

The article reveals Ukrainian youth psychological attitudes towards war. The author provides the outcomes of his empirical research among students ($n = 126$) in two regions of Ukraine, namely Donbass (Starobil'sk town) and "North-East" (Chernihiv town). The research was based on A. Nevriuev's specialized questionnaire and was conducted in March 2019. The study aimed at identifying the substantive context of the youth attitudes to war both in general and as a social phenomenon, as well the link between these attitudes to such triggers as lifetime experience and social dominance orientation. The obtained results showed that today's Ukrainian students demonstrated mainly critical attitudes towards war as a means to resolve social conflicts. In the course of the study, however, no significant differences between these attitudes were documented among young people giving the fact their homes were located on various distance to the military and political conflict zone in the Eastern Ukraine. The attitudes of these people turned out to be linked with social dominance orientation (propensity to dominance and anti-egalitarianism indicators), the same happened with young people living in countries with much better situation in terms of war. The attitudes to 'abstract war' (to war in general as a social phenomenon) are directly or indirectly related to the attitude of an individual to specific military conflicts. It should be noted, young respondents from Russia demonstrated a more positive attitude to the war comparing to Ukrainians, and this fact could be considered a trend. The obtained results can be used both in research (studying the mass political consciousness dynamics and military and political conflicts psychological consequences) and pedagogical practice (socially educational work with the young). Further research studies could be quite promising as they might help identify specific attitudes to war among young people living in other regions of Ukraine, or among representatives from other social groups (incl. those related to military business). Elaborating appropriate Ukrainian comprehensive psychological and diagnostic tools could also become a fruitful outcome.

Keywords: war; attitudes; social dominance; anti-egalitarianism; youth.

Постановка проблеми. Напевно, немає сенсу доводити актуальність вивчення психологічних наслідків воєнно-політичного конфлікту на Донбасі (як в особистісному, так і соціальному вимірах). Традиційно такі психологічні дослідження стосуються впливу воєнних подій або на психічне/психологічне здоров'я особистості, або на її соціально-політичні уявлення та настановлення (політичну свідомість, орієнтації тощо). А втім, на наш погляд, ситуація воєнного конфлікту актуалізує ще один аспект проблеми, який стосується соціальних уявлень та атитюдів до самого феномену війни як засобу розв'язання соціальних конфліктів. Зміст цих уявлень та атитюдів становить інтерес для низки галузей психології (психології особистості, соціальної, політичної, етнічної психології тощо), адже в них можуть відбиватися особливості масової політичної, моральної, правової, національної свідомості. Зазначені атитюди можуть бути важливим індикатором радикалізації суспільства та його окремих соціальних груп (зокрема молоді), що є актуальним на сучасному етапі розвитку українського суспільства. Отже, виявлення специфіки атитюдів до війни (при цьому не лише до конкретних воєнних конфліктів, а й до війни загалом) може становити не лише наукову, а й практичну цінність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. Зарубіжні науковці вже мають досить солідний досвід вивчення атитюдів до війни, адже перші такі дослідження розпочалися ще в 1930–1940-х роках. У сучасних наукових розробках можна виокремити декілька тематичних напрямків. Зокрема, є ціла низка праць, присвячених вивченню змістових і динамічних аспектів соціальних уявлень про війну (Сенявская, 1999; Sarrica, 2010; Roland-Levy, 2008). Так, О. Сенявська вважає, що образ війни за своєю структурою є комплексом раціональних та емоційних уявлень про втягнуті у війну країни («Ми» і «Вони»), співвідношення сил між ними, характер, масштаби та перспективи війни. Зважаючи на те, що образ війни ніколи не буває статичним (він має певну динаміку), дослідниця виокремила три типи таких образів. Прогностичний образ складається напередодні або на самому початку війни і здебільшого характеризується стереотипністю сприймання ворога, оптимізмом. Синхронний образ формується безпосередньо під час війни, а тому він більш реалістичний та адекватний; ейфорія та пропагандистські стереотипи, які спостерігалися раніше, поступово зникають, а на перший план виходять раціональні компоненти. Ретроспективний образ війни виникає по її закінченні як результат осмислення подій суспільством і фахівцями (істориками, ідеологами, політиками тощо) (Сенявская, 1999).

Дослідників цікавила також толерантність громадян щодо ведення війн. Тут передусім слід згадати кроскультурне дослідження А. Макалістера та його колег (McAlister et al., 2001), учасниками якого стали мешканці п'яти країн: Естонії, Фінляндії, Румунії, Росії та США. Зокрема, виявилось, що американські студенти більшою мірою, ніж їхні європейські однолітки, демонстрували толерантність щодо ведення війни (20% проти 9%). До речі, серед досліджуваних європейців найбільш толерантними щодо війни виявилися фінські чоловіки (це щодо етнічних стереотипів про врівноваженість «гарячих фінських хлопців»).

Низку досліджень присвячено вивченню ставлення громадян до конкретних воєнних кампаній другої половини XX – початку XXI ст. (у В'єтнамі, Іраку, Югославії, Сирії тощо), а також зв'язку цих атитюдів з певними демографічними та індивідуально-психологічними чинниками. Зокрема, було виявлено зв'язок мілітаристських настановлень із рівнем правого авторитаризму, націоналізму, патріотизму, орієнтацією на соціальне домінування, цінностями самозвеличення (влада, досягнення) та збереження (безпека, конформність) (Гулевич, & Неврюев, 2015, 2017; 2018; Cohrs, Moschner, Maes, & Kielman, 2005; Crowson, 2009). Також з'ясувалося, що більш позитивні атитюди до війни мають чоловіки та особи віком до 30 років (Неврюев, 2018).

З початком у 2014 р. українсько-російського воєнно-політичного конфлікту ставлення українців до війни стало однією з традиційних тем вітчизняних соціологічних опитувань. Але на цьому тлі помітно проступає нестача суто психологічних досліджень атитюдів та уявлень про війну, хоча й тут, безумовно, є певні напрацювання. Зокрема, на увагу заслуговують дослідження В. Васютинського, присвячені регіональній специфіці уявлень громадян України про воєнні дії на Донбасі (Васютинський, 2016; 2017). А втім, ми змушені констатувати наявність численних «білих плям» у дослідженні згаданої проблематики. Так, у вітчизняній політичній психології практично немає досліджень, які б розглядали специфіку структури атитюдів до війни, а також зв'язок цих атитюдів з низкою демографічних, особистісних та соціально-психологічних чинників.

Метою нашого дослідження стало виявлення змістової специфіки атитюдів до війни (у цілому як соціального феномену) серед вітчизняної молоді, а також пов'язаності цих атитюдів із такими чинниками, як життєвий досвід та орієнтація на соціальне домінування. Вибір першого чинника видається цілком логічним, адже тривалий воєнний конфлікт на сході країни фактично поділив громадян України на дві основні категорії: тих, хто був змушений «відчувати» війну з огляду на місце свого проживання або специфіку військового фаху; і тих, хто «знає» і «чує» про ці події переважно зі ЗМІ. Вибір орієнтації на соціальне домінування був

зумовлений тим, що його зв'язок з підтримкою воєнних дій у ході попередніх досліджень фіксувався переважно серед мешканців розвинених і сильних щодо військової потуги країн (зокрема США і Росії); відповідно, для нас інтерес становило вивчення впливу цього чинника на громадян нашої країни, яка з погляду економічного та військово-політичного потенціалу помітно поступається країнам-лідерам. До того ж, як зазначають окремі фахівці, з моменту своєї появи конструкт «орієнтація на соціальне домінування» виявився одним з найбільш універсальних і корисних для розуміння низки соціально-психологічних та політико-психологічних феноменів (ідеологічні орієнтації, забобони, міжгрупові атитюдів та поведінка тощо) (Ho et al., 2012).

Отже, перед нашим дослідженням стояло два основні завдання: 1) виявлення та порівняння особливостей атитюдів до війни серед молоді, що проживає в регіонах з різною віддаленістю від зони воєнного конфлікту; 2) виявлення зв'язку молодіжних атитюдів до війни з вираженістю орієнтації на соціальне домінування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до вищевикреслених завдань у березні 2019 р. нами було проведено емпіричне дослідження. Вибірку склали 126 студентів (52 особи – чоловічої, 73 – жіночої статі, 1 особа не зазначила статі; середній вік респондентів $19 \pm 1,4$ років) Луганської та Чернігівської областей. Перший регіон (Донбас), як відомо, безпосередньо лежить у зоні воєнного конфлікту, натомість представники другого (Північний Схід) виступили в ролі контрольної групи. Отже, до першої групи досліджуваних ($n=59$) увійшли студенти Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (евакуйованого до м. Старобільськ) спеціальностей «Соціологія», «Соціальна робота», «Міжнародні відносини», «Історія» та «Політологія»; до другої групи ($n=67$) – студенти Національного університету «Чернігівський колегіум» імені Т. Г. Шевченка (м. Чернігів) спеціальностей «Історія», «Психологія», «Соціальна робота».

Для дослідження було використано дві методики. Перша – опитувальник вимірювання атитюдів до війни як засобу розв'язання міжнародних конфліктів, розроблений А. Неврюєвим. Дослідник наводить дані на підтвердження надійності та валідності методики (Неврюєв, 2018). Її «плюсом», на наш погляд, є те, що вона дає змогу діагностувати не лише загальний рівень ставлення до війни, а й різні аспекти цього ставлення. Завдання опитувальника згруповано в шість факторів-субшкал: «Ефективність війни», «Моральна виправданість війни», «Економічні наслідки війни», «Соціальні наслідки війни», «Позитивні гуманітарні наслідки війни» та «Негативні гуманітарні наслідки війни». Другою методикою була стисла версія шкали для вимірювання орієнтації на

соціальне домінування Ф. Пратто і Дж. Сіданіуса в російськомовній адаптації (Гулевич, Агадуллина, & Хухлаєв, 2018), яка охоплювала два фактори – «Домінування» та «Антигегалітаризм». З огляду на тривалий українсько-російський конфлікт інструкція до методики передбачала вимірювання орієнтації на соціальне домінування в контексті саме міжнародних відносин. Хоч обидві методики російськомовні, їх застосування видається нам цілком виправданим, зважаючи на поширеність російської мови в буденному спілкуванні молоді обраних регіонів.

Дослідження проводилось анонімно. Отримані дані було піддано статистичному аналізу з використанням комп'ютерної програми SPSS v23. Регіональну специфіку результатів, отриманих за опитувальником А. Неврюєва, відображено в табл. 1. Значення показників субшкал опитувальника розміщені в діапазоні від 2 (min) до 14 (max); значення загального показника – від 12 (min) до 84 (max).

Таблиця 1

Середні показники параметрів атитюдів до війни в регіональних групах молоді (M ± SD) *

Фактори	Донбас	Північний Схід
ефективність війни	2,98 ± 1,70	2,84 ± 1,45
моральна виправданість війни	6,31 ± 3,12	5,48 ± 3,18
економічні наслідки війни	4,86 ± 2,62	4,84 ± 2,63
соціальні наслідки війни	4,71 ± 2,45	4,36 ± 2,34
позитивні гуманітарні наслідки війни	4,20 ± 2,16	4,18 ± 2,39
негативні гуманітарні наслідки війни **	5,54 ± 3,30	5,47 ± 2,86
загальний показник	28,25 ± 8,92	27,23 ± 9,66

Примітки:

* за всіма параметрами сума балів пропорційна позитивному ставленню до війни (її підтримці);

** специфіка обробки завдань цього фактору (інвертація балів) передбачає, що даний показник є обернено пропорційним поширеності думки про те, що війна спричинює негативні гуманітарні наслідки.

Завдяки аналізу отриманих даних можна простежити низку цікавих тенденцій. Зокрема, практично всі показники в обох регіональних групах виявилися схожими (за процедурою U-критерія Манна–Уїтні не виявлено статистично вірогідних відмінностей). Теоретично фактор проживання в зоні проведення «АТО/ООС», де кілька років поспіль триває воєнно-політичний конфлікт, повинен був якось вплинути на уявлення особистості щодо воєнних дій та їх оцінку. На нашу думку, те, що значущих відмінностей не виявлено, має своє пояснення. Можна припустити, що для суттєвих змін атитюдів до війни необхідним є проживання не так

у потенційно небезпечній місцевості, як на безпосередньо (актуально) небезпечній території (або мати досвід особистої участі у воєнних діях).

На рівні невиразної тенденції за показником моральної виправданості війни атитюди досліджуваних з Донбасу були більш позитивними, ніж у їхніх північноукраїнських однолітків з умовно «мирного» регіону. Припускаємо, що це є певною мірою наслідком освітньої специфіки регіональних груп досліджуваних: серед чернігівських студентів переважали представники умовно «пацифістських» спеціальностей («Психологія», «Соціальна робота»), тоді як серед їхніх старобільських однолітків було дещо більше представників «ідеологізованих» спеціальностей («Історія»).

Також вважаємо за необхідне звернути увагу на дві спільні тенденції, які відображають соціально-психологічну специфіку ставлення сучасної студентської молоді до війни (а фактично, особливості масової політичної та геополітичної свідомості цієї вікової групи). Перша виявляється в тому, що найнижчий середньостатистичний показник в обох групах стосувався субшкали «ефективність війни». Отримані дані за цією субшкалою демонструють найнижчий (порівняно з іншими) рівень стандартного відхилення. Отже, більшість сучасних вітчизняних студентів мають критичні уявлення про дієвість застосування військової сили для розв'язання соціально-політичних конфліктів (що, загалом, можна оцінити позитивно). Про це також свідчать невисокі загальні (сумарні) показники атитюдів до війни. Друга тенденція пов'язана з тим, що в обох групах більш виражені показники за субшкалами «моральна виправданість війни» та «негативні гуманітарні наслідки війни». Це може бути наслідком впливу офіційного інформаційно-пропагандистського дискурсу останніх років, котрий, певним чином, був спрямований на глорифікацію воєнних дій на сході країни (але, зрозуміло, лише дій з боку ЗСУ). При цьому відносно високі показники стандартного відхилення результатів за цими субшкалами можуть свідчити про те, що далеко не всі молоді люди схвально сприймають офіційний дискурс.

Нагадаємо, що смислова сутність показників за останньою субшкалою є обернено пропорційною думці про те, що війна спричинює негативні гуманітарні наслідки.

Процедура *кореляційного аналізу* показників ставлення до війни та орієнтації на соціальне домінування (за Спірменом) дала змогу виявити низку статистично достовірних взаємозв'язків (табл. 2). Отримані результати доводять, що орієнтація на соціальне домінування є радше універсальним феноменом, пов'язаним з різними аспектами підтримки воєнних дій з боку громадян країни (незалежно від рівня її економічної або військово-політичної могутності).

Таблиця 2

**Взаємозв'язок атитюдів до війни та орієнтації
на соціальне домінування**

Субшкали опитувальника А. Неврюєва	Субшкали опитувальника О. Гулевич	
	Домінування	Антиегаліта- ризм
ефективність війни	0,241 **	0,416 **
моральна виправданість війни	—	0,379 **
економічні наслідки війни	0,246 **	—
соціальні наслідки війни	0,254 **	0,181 *
позитивні гуманітарні наслідки війни	0,301 **	0,219 *
негативні гуманітарні наслідки війни	—	0,321 **
загальний показник	0,293 **	0,381 **

Примітки: * – при $p \leq 0,05$, ** – при $p \leq 0,01$

Цікавими видаються результати, які відображають не тільки наявність тих чи інших кореляцій, а і їх відсутність. Зокрема виявилось, що показник схильності до домінування не корелював з оцінками моральної виправданості та негативних гуманітарних наслідків війни. Такий результат набуває сенсу, якщо припустити, що дві вищезгаданих субшкали, на відміну від інших, вимірювали ставлення опитуваних не до війни «взагалі», а до конкретних бойових дій у власній країні (на Донбасі). Також не було зафіксовано зв'язку між атитюдами до економічних наслідків війни і показником антиегалітаризму (критичного ставлення до ідеї соціальної рівності). Прикметно, що коефіцієнт кореляції загального ставлення до війни, як і загальна кількість кореляцій субшкал опитувальника А. Неврюєва, виявилися більшими саме за субшкалою антиегалітаризму, а не за субшкалою домінування. Гіпотетично, більш вагомим чинником тут мав би бути саме останній, адже, на думку фахівців, саме показник домінування пов'язаний з агресивними стосунками в міжгруповій взаємодії (Но, 2012). Одним із пояснень цього факту може бути те, що, на думку деяких дослідників, субшкала домінування краще виявляє явні, а субшкала антиегалітаризму – приховані форми соціальних упереджень (Гулевич, Агадуллина, & Хухлаев, 2018; Но et al., 2012). Також слід додати, що за U-критерієм Манна–Уїтні не виявлено статистично достовірних регіональних відмінностей за показниками домінування та антиегалітаризму.

Для детальнішого вивчення взаємозв'язків між субшкалами методики А. Неврюєва було здійснено *факторний аналіз даних* (за процедурою Varimax-обертання). У результаті виділилися два фактори із

загальним внеском до сумарної дисперсії 61%. Основою першого фактору (31% дисперсії) стали показники субшкал «Моральна виправданість війни» (0,847) та «Негативні гуманітарні наслідки війни» (0,792). Беручи до уваги наведені вище результати, можна припустити, що цей фактор відображає «виправдовувальне» ставлення до воєнних дій, що ведуться в нашій країні. Інакше кажучи, він віддзеркалює ставлення частини опитаної молоді не до абстрактної, а до конкретної, «своєї» війни, а його психологічна сутність може бути приблизно відображена такою формулою: *«Загалом, війна – це погано, але наша боротьба на Донбасі – це цілком справедливий військовий захист»*.

Другий фактор (30% дисперсії) був утворений показниками субшкал «Економічні наслідки» (0,807), «Соціальні наслідки» (0,735) та «Позитивні гуманітарні наслідки» (0,687). Імовірно, цей фактор відображає переважно критичне ставлення до війни загалом (в абстрактному значенні) як соціального явища, що призводить до негативних соціально-економічних та гуманітарних наслідків.

Наведені нами дані показують, що намагання фахівців досліджувати ставлення особистості до війни «у цілому» (в абстрактному сенсі, як до геополітичного інструменту) є доволі важкодосяжною метою. Адже, оцінюючи своє ставлення до «абстрактної» війни, індивід часто мимоволі переносить на це ставлення свої уявлення (образи, оцінки) щодо конкретних воєнних конфліктів, роблячи останні своєрідними «точками відліку».

Насамкінець спробуємо торкнутися відмінностей у загальних атитюдах до війни між громадянами України і Росії. Хоча цей аспект безпосередньо й не був метою нашого дослідження, ми вирішили все ж звернути на нього увагу (адже на тлі сучасної геополітичної ситуації такі дані були б доволі цікавими). Але тут слід зауважити дві обставини. По-перше, нам довелося зробити перерахунок вищеописаних результатів, адже А. Неврюєв використовував доволі незвичний, на наш погляд, метод обчислення даних – загальне ставлення до війни вираховувалося не традиційним у психодіагностиці шляхом (сумування балів субшкал методики), а методом вираховування середньостатистичного значення за всіма пунктами опитувальника (а тому воно лежало в діапазоні використаної шкали Лайкерта від 1 до 7). По-друге, таке кроскультурне порівняння може бути тільки приблизним, адже демографічні особливості наших досліджуваних і респондентів російської вибірки А. Неврюєва дещо відрізняються. Зокрема, в останньому випадку мали місце: а) збалансованість досліджуваних за статтю (а 58% наших опитаних становили жінки, що є типовим співвідношенням серед студентів гуманітарних спеціальностей); б) більший віковий діапазон опитаних (А. Неврюєв використовував дані, що збиралися методом інтернет-

опитування). Тому ми могли лише приблизно порівняти середні показники нашої загальної вибірки ($2,31 \pm 0,78$) з показниками опитаних росіян віком до 30 років ($2,94 \pm 1,00$) (Неврюев, 2018). Хоча ми не мали можливості визначити рівень статистичної вірогідності відмінностей обох груп, на рівні певної тенденції ця відмінність таки простежується: молоді громадяни Росії мають більш позитивне ставлення до використання військової сили (що цілком узгоджується із сучасним офіційним ідеологічним російським дискурсом).

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати проведеного дослідження дають підстави для виокремлення низки тенденцій. Атитюди до війни пов'язані не лише з масовою політичною (у т. ч. геополітичною свідомістю), а й з різновидами масової (буденної) свідомості – моральною, економічною, правовою тощо. Сучасній вітчизняній студентській молоді притаманні загалом критичні атитюди до війни як засобу розв'язання соціальних конфліктів. При цьому немає значущих відмінностей щодо цих атитюдів у молоді, що проживає на територіях із різним ступенем близькості до зони воєнно-політичного конфлікту на сході України (у нашому випадку – Донбас та Північний Схід). Настановлення вітчизняних студентів щодо війни пов'язані з орієнтацією на соціальне домінування (показниками схильності до домінування та антигегалітаризму), так само як і настановлення молоді більш сильних щодо військової потуги країн світу. Атитюди до «абстрактної війни» (війни в цілому як соціального феномену) прямо чи побічно пов'язані зі ставленням особистості до конкретних воєнних конфліктів. На рівні тенденції можна вести мову про більш позитивне ставлення до війни молодих громадян Росії порівняно з українською молоддю.

Перспективним напрямком подальших досліджень може бути вивчення особливостей атитюдів до війни молоді інших регіонів країни (зокрема західноукраїнських), а також інших соціальних груп (у т. ч. пов'язаних із військовою справою). Доцільним видається розроблення українськомовної психодіагностичної методики для вивчення атитюдів до війни або створення українськомовної версії опитувальника А. Неврюєва (чи іншого зарубіжного аналога).

Подяка. Висловлюємо щиру подяку професору І. Ф. Кононову за допомогу в організації дослідження в м. Старобільськ.

Список використаних джерел

- Васютинський, В. О. (2016). Перспективи ціннісного порозуміння українців Сходу і Заходу в оцінках подій на Донбасі. *Український психологічний журнал*, 2, 7–18.
- Гулевич, О. А., Агадуллина, Е. Р., & Хухлаев, О. Е. (2018). Одобрение групповой иерархии: русскоязычная версия шкалы для измерения ориентации на социальное доминирование. *Психология: журнал Высшей школы экономики*, 15(3), 407–426.
- Гулевич, О. А., & Неврюев, А. Н. (2015). Социальные верования и оценка военного вмешательства в дела других стран: роль авторитаризма и национальной идентификации. *Психология: журнал Высшей школы экономики*, 12(3), 52–68.
- Неврюев, А. Н. (2018). Разработка опросника для изучения аттитудов к войне как к способу разрешения международных конфликтов. *Психология: журнал Высшей школы экономики*, 15(3), 464–476.
- Неврюев, А. Н. (2017). «Хотят ли русские войны»? Психологические предикторы отношения к сирийскому конфликту у граждан России. *Психология – наука будущего. Материалы VII Международной конференции молодых ученых* (с. 586–589). Москва: Институт психологии РАН.
- Сенявская, Е. С. (1999). *Психология войны в XX веке: исторический опыт России*. Москва: РОССПЭН.
- Cohrs, J. C., Moschner, B., Maes, J., & Kielmann, S. (2005). Personal Values and Attitudes Toward War. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology*, 11, 293–312.
- Crowson, H. M. (2009). Right-wing authoritarianism and social dominance orientation: As mediators of worldview beliefs on attitudes related to the war on terror. *Social Psychology*, 40, 93–103.
- Ho, A. K., Sidanius, J., Pratto, F., Levin, S., Thomsen, L., Kteily, N., & Sheehy-Skeffington, J. (2012). Social Dominance Orientation: Revisiting the Structure and Function of a Variable Predicting Social and Political Attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(5), 583–606.
- McAlister, A., Sandström, P., Puska, P., Veijo, A., Chereches, R., & Heidmets, L.-T. (2001). Attitudes towards war, killing, and punishment of children among young people in Estonia, Finland, Romania, the Russian Federation, and the USA. *Bulletin of the World Health Organization*, 79(5), 382–387.

Roland-Levy, C. (2008). *Social Identity in Connection to War and Peace in France*. Retrieved from

https://www.researchgate.net/publication/251911773_Social_Identity_in_Connection_to_War_and_Peace_in_France

Sarrica, M. (2010). Peace and War as Social Representations: A Structural Exploration with Italian Adolescents. *Universitas Psychologica*, 9(2), 315–330.

References

Cohrs, J. C., Moschner, B., Maes, J., & Kielmann, S. (2005). Personal Values and Attitudes Toward War. *Peace and Conflict: Journal of Peace Psychology*, (11), 293–312. (in English)

Crowson, H. M. (2009). Right-wing authoritarianism and social dominance orientation: As mediators of worldview beliefs on attitudes related to the war on terror. *Social Psychology*, (40), 93–103. (in English)

Gulevich, O. A., Agadullina, E. R., & Khukhlaev, O. E. (2018). Odobreniye gruppovoy iyerarkhii: russkoyazychnaya versiya shkaly dlya izmereniya oriyentatsii na sotsialnoye dominirovaniye [Approval of Group Hierarchy: Russian Version of Social Dominance Orientation Scale]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, 15(3), 407–426. (in Russian)

Gulevich, O. A., & Nevryuev, A. N. (2015). Sotsialnyye verovaniya i otsenka voennogo vmeshatelstva v dela drugih stran: rol avtoritarizma i natsionalnoy identifikatsii [Social Beliefs and Evaluation of Military Intervention in Other Countries Affairs: The Role of Authoritarianism and National Identification]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, 12(3), 52–68. (in Russian)

Ho, A. K., Sidanius, J., Pratto, F., Levin, S., Thomsen, L., Kteily, N., & Sheehy-Skeffington, J. (2012). Social Dominance Orientation: Revisiting the Structure and Function of a Variable Predicting Social and Political Attitudes. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38(5), 583–606. (in English)

McAlister, A., Sandström, P., Puska, P., Veijo, A., Chereches, R., & Heidmets, L.-T. (2001). Attitudes towards war, killing, and punishment of children among young people in Estonia, Finland, Romania, the Russian Federation, and the USA. *Bulletin of the World Health Organization*, 79(5), 382–387. (in English)

Nevryuev, A. N. (2017). «Hotyat li russkie voyny»? Psihologicheskiye prediktory otnosheniya k siriyskomu konfliktu u grazhdan Rossii [«Do Russian Want War»? Psychological Predictors of Attitude toward the Syrian Conflict among Russian Citizens]. *Psychology – Science of the Future. Proceedings of the VII International Conference of Young Scientists* (pp. 589–589). Moscow: Institute of Psychology RAS. (in Russian)

Nevryuev, A. N. (2018). Razrabotka oprosnika dlya izucheniya attityudov k voyne kak k sposobu razresheniya mezhdunarodnykh konfliktov [Development of a Questionnaire to Measure Attitude to War as a Means of Solving International Conflicts]. *Psikhologiya. Zhurnal Vysshey shkoly ekonomiki*, 15(3), 464–476. (in Russian)

Roland-Levy, C. (2008). *Social Identity in Connection to War and Peace in France*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/251911773_Social_Identity_in_Connection_to_War_and_Peace_in_France (in English)

Sarrica, M. (2010). Peace and War as Social Representations: A Structural Exploration with Italian Adolescents. *Universitas Psychologica*, 9(2), 315–330. (in English)

Senyavskaya, E. S. (1999). *Psikhologiya voyny v XX veke: istoricheskiy opyt Rossii* [Psychology of War in 20th century: Historical Experience of Russia]. Moscow: ROSSPEN. (in Russian)

Vasiutynskyi, V. O. (2017). Implitsytnyi zmist stavlennia ukrainsiv do viiny na Donbasi [Implicit Content of the Ukrainians' Attitudes Toward the War in Donbas]. *Ukrainskyi psykholohichnyi zhurnal*, (3), 42–53. (in Ukrainian)

Vasiutynskyi, V. O. (2016). Perspektyvy tsinnisnoho porozuminnia ukrainsiv Skhodu i Zakhodu v otsinkakh podii na Donbasi [Perspectives of Eastern and western Ukrainians' Mutual Understanding on Values in their Estimating Events in Donbas]. *Ukrainskyi psykholohichnyi zhurnal*, (2), 7–18. (in Ukrainian)

УДК 316.4

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-19>

Чуніхіна Світлана Леонідівна

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник,
лабораторія психології спілкування,

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,
м. Київ, Україна

ORCID ID 0000-0002-0813-6741

s.chunikhina@ispp.org.ua

КОЛЕКТИВНІ ПОЧУТТЯ ЯК ЧИННИКИ СТАНОВЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ІНКЛЮЗІЇ

На основі міждисциплінарного аналізу досліджень процесів соціального виключення уточнюється зміст поняття «соціальна інклюзія». Зокрема, у межах соціологічних досліджень увага зосереджується на горизонтальній диференціації суб'єктів соціальної взаємодії на «інсайдерів» і «аутсайдерів». Економічний підхід до проблеми соціального залучення базується на способах усунення бар'єрів у доступі до ресурсів. З позицій філософської перспективи соціальна інклюзія розглядається як можливість повернення соціального суб'єкта до активної соціальної діяльності. Психологічні аспекти дослідження впровадження інклюзивної освіти фокусуються насамперед на соціально-психологічних диспозиціях та емоційних реакціях залучених осіб. Виокремлено три рівні становлення соціальної інклюзії в Україні: інституційний – зачіпає модель соціальної політики держави, яка консервує патерналістські настановлення громадян, призводить до зростання кількості дискримінованих груп та посилення конкуренції між ними за державну підтримку; соціетальний – пов'язаний із функціонуванням у суспільній свідомості досить жорсткої системи диспозицій щодо норми/нетиповості або меж між ін- і аутгрупами; суб'єктивно-емоційний – визначається патернами емоційного реагування громадян на взаємодію з дискримінованими групами та особами. Конкретизується поняття «колективних почуттів» як реакції на певні події, які є типовими для членів певного суспільства і стало проявляються в різних поколіннях. Показано, що серед колективних почуттів, пов'язаних з процесами соціальної інклюзії, в українському суспільстві переважають «емоції дистанціювання» (страх, гнів, відраза) або амбівалентні емоції (співчуття, поєднане з агресивними інтенціями) та спостерігається нестача «емоцій близькості» (солідарність, довіра). Визначено напрями подальших досліджень модальності та динаміки колективних почуттів у процесах соціальної інклюзії, зокрема шляхів набуття позитивного колективного емоційного досвіду, пов'язаного з інклюзією.

Ключові слова: соціальна інклюзія; дискримінація; колективні почуття; емоції близькості; емоції дистанції.

Svitlana Chunikhina,

PhD in Psychology, Senior Research,

Institute for Social and Political Psychology

at National Academy of Educational Sciences of Ukraine,

Kyiv, Ukraine

ORCID ID 0000-0002-0813-6741

s.chunikhina@ispp.org.ua

CORPORATE FEELINGS ARE THE FACTOR ESTABLISHING SOCIAL INCLUSION

The 'social inclusion' concept has been clarified basing on social exclusion interdisciplinary research analysis. The main attention as part of a sociological research focuses on horizontal differentiating the social interaction actors by splitting them into 'insiders' and 'outsiders'. The economic approach to social inclusion problem is based on the barriers elimination means to get an access to resources. As from a philosophical perspective, social inclusion is considered as an opportunity to get a social individual back into active social activities. The psychological research aspects of inclusive education implementation focus primarily on the social and psychological dispositions and emotional reactions of those involved. Three levels of social inclusion development in Ukraine have been identified in the article. The first is called an institutional one. It affects social policy model of the country that maintains the paternalistic attitude of the citizens unchanged, leads to total number of discriminated groups increased as well as fosters competition between them in terms of winning the state support. The second is a societal level and it is related to a rather rigid system of dispositions functioning in public consciousness in terms of standards/atypicality or boundaries between the 'in' and 'out' groups. The third and the last is a subjective-and-emotional level, which is determined by citizens' emotional response patterns to interact with discriminated groups and individuals. The 'corporate feelings' concept is made more specific in the article and is viewed as a reaction to certain events, which are typical for a certain society citizens and appear sustainably in different generations. The study demonstrates that 'emotions of distancing' (e.g., fear, anger, disgust) or ambivalent emotions (compassion in combination with aggressive intentions) dominate in Ukrainian society among collective feelings associated with social inclusion processes, while 'proximity emotions' (solidarity, trust) are being the shortage. The article shapes out further ways to research modality and dynamics of collective feelings in social inclusion processes, in particular ways to master inclusion-related positive collective emotional experiences.

Keywords: social inclusion; discrimination; corporate feelings; emotions of intimacy; emotions of distancing.

Постановка проблеми. Розвиток інклюзивних процесів у суспільстві, які в широкому сенсі належить розуміти як усунення чи подолання перешкод у рівному доступі до соціальних благ, соціальної участі, професійної та інших видів реалізації особистості для всіх громадян незалежно від стану здоров'я, віку, етнічної належності, рівня доходів тощо, є актуальним завданням у контексті зміцнення демократичних засад функціонування Української держави і суспільства. Соціальна інклюзія як корпус політичних рішень, інститутів та практик спирається на етику гуманізму, передусім на визнання безумовної цінності людського життя та універсального характеру прав людини.

В Україні становлення соціальної інклюзії наразі найбільш активно відбувається в освітній сфері. Упровадження принципу інклюзії у вітчизняну систему освіти передбачено Законом України «Про освіту» №2145-VIII від 5 вересня 2017 р., концептуальними засадами реформування середньої школи «Нова українська школа» (ухвалено рішенням Колегії МОН 27 жовтня 2016 р.) та іншими нормативними актами. За даними Міністерства освіти і науки України¹, у 2017-2018 навчальному році кількість учнів в інклюзивних класах зросла в 2,6 рази порівняно з 2015-2016 навчальним роком. Кількість інклюзивних класів за той самий період збільшилася на 85,4% (з 2715 до 5033). У 2016-2017 навчальному році в інклюзивних класах закладів середньої освіти навчалося 7179 учнів (на 72% більше, ніж у попередньому році). У 2018 р. питома вага учнів з особливими освітніми потребами, які навчалися в спеціальній школі, спеціальних або інклюзивних класах, щодо загальної кількості учнів у закладах середньої освіти в Україні становила 2,7 %.

Інклюзивне навчання дітей з особливими освітніми потребами є принципово новою практикою для вітчизняного освітнього середовища, яка потребує від педагогів та інших працівників шкіл застосування нових навичок і компетенцій – професійних, комунікативних тощо, про нестачу яких вони часто повідомляють².

Серед проблем, які, за спостереженнями дослідників, перешкоджають більш швидкому і повномірному впровадженню інклюзивної освіти, такі:

- недостатнє (часткове, неточне, деформоване) розуміння змісту та доцільності інклюзивної освіти учасниками навчального процесу;

¹ Національна стратегія розвитку інклюзивної освіти на 2020-2030 роки (проект), <https://mon.gov.ua/storage/app/media/gromadske-obgovorennya/2019/07/26/210719-strategiya-inklyuziya.docx>

² <https://nus.org.ua/articles/strybaty-kriz-polum-ya-chogo-ne-vystachaye-ukrayini-dlya-vprovadzhennya-inklyuzyvnoyi-osvity/>

- негативне ставлення до дітей з особливими освітніми потребами з боку інших учасників навчального процесу;
- інертність органів управління (місцевого і центрального рівнів) у підтримці інклюзивних освітніх практик;
- труднощі в переході дітей з особливими освітніми потребами від одного освітнього рівня до іншого;
- повільні темпи розбудови безбар'єрного середовища поза межами освітньої системи (Софій, & Байда, 2016).

На нашу думку, окрім вищезазначеного, бар'єрами для більш швидкого та повномірного впровадження принципу інклюзії в освіту є певні соціально-психологічні диспозиції (упередження і стереотипи щодо навчання дітей з особливими освітніми потребами) та емоційні реакції (страх, тривога, відраза), що проявляють себе як «спільні», або «колективні», почуття. Ці проблеми не є специфічними для освітнього простору, а мають узагальнений, наскрізний характер, проявляються в різних сферах соціальної взаємодії як дискримінація і депривація різних соціальних груп.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Соціальну інклюзію ми пропонуємо розглядати як загальний контекст соціальних перетворень. Рада Європи визначає соціальну інклюзію як (1) процес самореалізації особистості в суспільстві, (2) прийняття та визнання потенціалу кожної людини, закріплені на рівні соціальних інститутів, (3) інтегрованість особистості в мережу соціальних зв'язків або спільнот³. Європейська політика сприяння становленню соціальної інклюзії базується на кількох базових припущеннях. По-перше, соціальна інклюзія трактується як процес поступового подолання соціальної ізоляції окремих осіб або груп шляхом створення різноманіття можливостей їхньої участі в суспільному житті. По-друге, постулюється багатовимірний характер соціальної інклюзії, взаємопов'язаність її проявів в економічній, політичній, соціальній, культурній сферах. Брак ресурсів в одній сфері життя призводить до ізолюваності в інших (наприклад, стан бідності обмежує доступ до культурних цінностей або освітніх послуг). По-третє, соціальній інклюзії сприяє або, навпаки, заважає складний спектр факторів, таких як гендер, стан здоров'я, етнічна або релігійна належність, сексуальна орієнтація тощо, які можуть мати як поточний, так і довгостроковий вплив.

Всесвітній банк у своїй діяльності спирається на розуміння соціальної інклюзії як «процесу захисту гідності та посилення спроможності і можливостей осіб, що перебувають у не вигідному становищі через свою ідентичність, брати рівну участь у суспільному житті»⁴.

³ <https://pjp-eu.coe.int/en/web/youth-partnership/social-inclusion>

⁴ <https://www.worldbank.org/en/topic/social-inclusion>

У царині суспільних наук соціальна інклюзія концептуалізується в протиставленні не так ізоляції, як відторгненню, виключенню. Таке розуміння інклюзії знайшло відображення, зокрема, у теорії ексклюзивних (закритих) та інклюзивних (відкритих) груп П. Штомпки, теорії негативного соціального включення Н. Лумана, теорії стратифікації К. Маркса і М. Вебера, теорії соціальної структуризації Е. Гідденса тощо (Заремба, 2014). У цих теоріях підкреслюються структурні та інституційні причини дискримінації, депривації та соціальної виключеності певних осіб або груп. Рене Ленуар, імовірний автор терміна «соціальна ексклюзія», під цим поняттям розумів стан суспільних груп, що перебувають поза системою соціального захисту (у Франції 70-х років ХХ ст. до таких груп належали люди з розумовою або фізичною інвалідністю, літні люди, діти, які зазнали насильства, правопорушники, батьки-одиначки, неблагополучні сім'ї та ін.) (Лібанова та ін., 2011, с. 28). Наразі поняття соціальної ексклюзії також охоплює проблематику розриву соціальних і символічних зв'язків між окремими особами та суспільством, брак суспільної солідарності і нездатність держави її забезпечити. Критичне значення солідарності у забезпеченні соціальної інклюзії підкреслює низка авторів (Попова, 2013).

Отже, відповідно до сучасного соціологічного підходу в основі соціального виключення лежить не вертикальна або класова стратифікація суспільства, а горизонтальна диференціація на «інсайдерів» і «аутсайдерів» (Абрахамсон, 2001, с. 158). А значить, соціальна інклюзія має бути процесом подолання (на рівні соціальних інститутів і практик) дискримінації та обмежень, коли йдеться про можливість реалізації загальноприйнятих прав. Економічний погляд на соціальне залучення фокусується на способах усунення бар'єрів у доступі до ресурсів. З погляду філософської перспективи соціальна інклюзія є можливістю повернення соціального суб'єкта до активної соціальної діяльності (Попова, 2013).

Мета статті – дослідити вплив колективних почуттів на становлення соціальної інклюзії як важливої передумови та соціального контексту впровадження інклюзивної освіти та інших локальних інклюзивних практик.

Виклад основного матеріалу дослідження

1. Виміри становлення соціальної інклюзії. З огляду на вищезазначене припускаємо, що в Україні становлення соціальної інклюзії має відбуватися у трьох вимірах. На *інституційному* рівні соціальна політика держави наразі підживлює таку модель підтримки депривованих або дискримінованих (виключених) груп, яка примушує їх до функціонування в парадигмі утримання, рентних настановлень, вимог пільг та компенсацій. Вагомим чинником соціальної депривації для значної кількості

громадян є структурна (обумовлена структурою видатків, у якій переважають витрати на харчування) та суб'єктивна (така, що проявляється в самоідентифікації та поведінкових стратегіях людини) бідність. Варто зазначити, що проблема бідності в Україні зачіпає представників різних соціальних груп⁵. Крім того, соціально-психологічні дослідження виявляють проблему тяжіння до бідності як напівдобровільну, напівусвідомлювану схильність дотримуватися бідності як стилю життя (Белавіна та ін., 2016). Можна стверджувати, що в українському суспільстві одночасно функціонують численні дискриміновані групи, змушені змагатися та конкурувати між собою за державну підтримку і компенсації різноманітних дефіцитів (у стані здоров'я, доступі до базових послуг та ресурсів тощо). В Україні склалася ситуація, коли особам з інвалідністю та іншим жертвам дискримінації та депривації доводиться інтегруватися в суспільство, яке не задовольняє інтереси багатьох соціальних груп та індивідів.

Загалом, проблема нерівного доступу до ресурсів та слабкості інструментів встановлення справедливості щільно пов'язана з питанням довіри до влади в її інституційному та персоніфікованому вимірах. Структурна нерівність, закріплена на рівні інститутів та політичних відносин, поглиблює проблему недовіри та розмиває засади солідарності в суспільстві. Соціальні інститути відтворюють жорстку межу між «нормою» і «нетиповістю», що заважає ефективному подоланню сегрегації «інакших».

На другому – *соцієтальному* – рівні спостерігається функціонування в суспільній свідомості досить жорсткої системи диспозицій, що обумовлює повільні темпи становлення соціальної інклюзії та впровадження інклюзивних практик. Важливу роль у формуванні диспозицій людей щодо інклюзії та соціально-психологічної інтеграції низькостатусних груп відіграє тип суспільного устрою – колективістський або індивідуалістський. Готовність громадян інтегруватися з низькостатусними групами передбачає їхню здатність солідаризуватися з такими групами у вирішенні повсякденних життєвих ситуацій. Колективізм, що базується на сильній груповій ідентичності, спричиняє ефект відторгнення при спробах інклюзії тих, хто перебуває поза межами визначеного «Ми» (Шаповал, 2019). Колективістські традиції справляють значний вплив на соціальні відносини всередині українського суспільства, хоча дослідники визнають тип суспільного устрою в Україні як «перехідний» або «змішаний» (Мейжис, & Почебут, 2006).

Соціологічні дослідження показують, що громадська думка ознаки «інакшості» приписує чималій кількості груп. Наприклад, на формування

⁵ https://idss.org.ua/arhiv/monografia_2019.pdf

прийнятної соціальної дистанції з «іншим» впливають численні фактори, наприклад: раса, мова, віра, сексуальність, стан здоров'я та схильність до девіантної поведінки тощо (табл.).

Таблиця

**Розподіл відповідей респондентів на питання
«У ролі кого ви готові прийняти...» (у %)⁶**

	Як члена моєї сім'ї	Як близь- кого друга	Як сусіда	Як ко- легу	Як гро- мадя- нина моєї країни	Як тури- ста	У жод- ній ролі
людину, яка розмо- вляє іншою мовою	12,9	23,0	17,9	9,4	15,4	20,6	0,9
людину іншої наці- ональності	14,3	23,6	19,6	8,3	16,2	16,7	1,3
людину іншої віри	9,1	18,7	22,3	12,0	25,6	10,0	2,3
людину іншої раси	5,3	12,4	18,2	11,2	21,6	28,1	3,3
людину з обмеженими мож- ливостями	12,0	25,1	25,1	8,3	23,5	3,2	2,8
ВІЛ-інфіковану лю- дину	4,8	8,5	14,5	7,8	37,0	8,1	19,2
представника сек- суальних меншин	2,8	3,8	7,7	6,8	27,4	12,2	39,3
людину, яка відбу- вала кримінальне покарання	5,2	4,6	9,0	5,4	36,9	8,1	30,8

Жорсткі межі спільноти «Ми» – з одного боку, і не менш жорстке розмежування між «нормою» і «нетиповістю» – з другого, дискредиту-ють ідею різноманіття, унаслідок чого будь-яка відмінність сприймається як аномалія, яку належить виправити або вилікувати. У цьому контексті хвороба або інші обмеження, пов'язані зі станом здоров'я, у суспільстві найчастіше сприймаються як різновид девіантної поведінки (Шаповал, 2019). Перелічені обставини зумовлюють виникнення специфічного соціально-психологічного клімату інклюзії, який характеризується наявністю численних бар'єрів у відносинах та комунікації між представниками різних груп.

Нарешті, на третьому – *суб'єктивно-емоційному* – рівні можна ви-окремити певні патерни особистісного реагування громадян на

⁶ http://gorshenin.ua/wp-content/uploads/2017/10/Evropeyski_tsinnosti-buklet.pdf

взаємодію з дискримінованими групами та особами. Найбільше перешкод для інклюзивних процесів у суспільстві створюють такі емоційні реакції на взаємодію з представниками аутгруп, як страх (тривога, неспокій), гнів (роздратування, злість) та відроза. Схожість, типовість емоційних бар'єрів на шляху соціальної інклюзії у різних членів суспільства та динамічність вияву емоційних реакцій на відносини соціального включення/відторгнення відкривають певні можливості для коригування темпів та глибини інклюзивних процесів та перетворюють проблематику колективних емоцій на перспективний напрям досліджень інклюзії.

Колективні почуття як «точка доступу» до соціальної інклюзії. Емоційні (короткострокові і більш тривалі) реакції на певні події, які є типовими для членів певного суспільства і стало проявляються у різних поколіннях, є предметом вивчення в рамках цілої низки суспільних наук. Соціологія емоцій розглядає колективні емоційні реакції крізь призму того значення, яке надається тій чи іншій події і яке набуває статусу загальноприйнятого в межах певної соціальної групи. Соціологи розглядають колективні емоції як (1) вторинний ефект соціальних відносин, зазвичай конфліктних; (2) спосіб спільного переживання дійсності і тестування значущості подій; (3) інструмент структурування соціальних ситуацій шляхом визначення позицій індивідів у соціальному середовищі як «атрактивних» або «відразливих», вартих або не вартих довіри; (4) самодостатній соціальний ресурс, мотиваційний базис соціальної дії; (5) механізм управління та соціального впливу; (6) критична зв'язка між мікро- і макрорівнями соціальної дійсності (Горбунова, & Фиглин, 2010). Наприклад, у концепції Арлі Р. Хохшильд емоції розглядаються як об'єкти, що підлягають соціальному обміну – так само, як товари, праця і послуги. Емоції мають мінову вартість: тривога конвертується в купівлю страхового полісу, ностальгія – у колекціонування антикваріату тощо. Теодор Кемпер, Ліза Фельдман Барретт (Feldman, 2017) та інші автори розглядають колективні емоції з конструктивістської перспективи – як продукт соціального навчання надавати певним соціальним явищам певного суб'єктивно-емоційного значення або інтерпретації. Емоційно забарвлені колективні настановлення, які впливають на відбір значущих подій та визначають тип емоційної реакції, описано в рамках теорії «катастрофічної свідомості» В. Ядова та ін. (Шляпентох, Шубкин, & Ядов, 1999).

Цікавим видається осмислення колективних емоцій у політичних науках. Домінік Моїзі описав три моделі політичної поведінки націй (і урядів) на міжнародній арені, які означив як культури страху, надії та приниження. На думку Моїзі, колективні емоції є похідною від притаманного суспільству стану впевненості або непевності у власних силах. Вербальною формулою «культури

надії» є «Я хочу це зробити, я можу і я зроблю це»; «культури при-
ниження» – «Я ніколи не зможу цього зробити»; «культури страху»
– «Світ став таким небезпечним; як я можу захиститися від нього?»
(Moisi, 2010). Низка авторів розвиває концепт емоційної атмосфери,
або емоційного клімату, суспільства як суттєвої характеристики «по-
ведінкового середовища», що формує сукупність усіх емоційних
впливів суспільства на його окремих членів. Емоційний клімат впли-
ває на формування колективної ідентичності та обумовлює
політичну єдність і суспільну підтримку політичних ініціатив (Ур-
нов, 2008).

Психологічні науки диференціюють колективні емоції (мінливі
реакції) і почуття (стійкі афективні патерни), які разом формують кор-
пус колективних переживань. Важливою властивістю колективних
почуттів, окрім відносної стійкості, є їхня чітка прив'язаність до певних
соціальних подій або явищ. У дослідженні колективних почуттів інте-
рес становлять передусім модальність, інтенсивність, інтенційність
(напрямок кристалізації на певних соціальних об'єктах) та чинники дина-
міки (Дробышева, & Емельянова, 2015).

Окремим напрямом сучасних досліджень у царині колективних пе-
реживань є емоції, засновані на груповій належності. Ідеться передусім
про індивідуальні реакції на соціальні або політичні події, що виникають
на основі певної ідентичності. Емоції, засновані на груповій належності,
не обов'язково виникають і проживаються колективно, великою групою
осіб. Часто ці емоції виникають у людини всупереч колективним почут-
тям, які поділяє більшість членів інгрупи, – зокрема, це стосується емоцій
вини або сорому (Григорян, & Ефремова, 2014).

Оскільки процеси соціальної інклюзії або відторгнення зачіпа-
ють передусім рівень міжгрупової взаємодії та міру проникності або,
навпаки, жорсткості меж між різними групами, найбільш релевантні
емоційні відповіді на ці процеси лежать у площині «емоцій дистанції»
– тобто страху, гніву і відрази. Дослідження також фіксують амбіва-
лентний характер колективних почуттів до представників
дискримінованих груп (у т. ч. людей з інвалідністю), де співчуття мі-
цно поєднується з агресивними інтенціями (Шаповал, 2019). Водночас
постає проблема нестачі «емоцій близькості» – довіри, симпатії, солі-
дарності – у колективній емоційній відповіді на інклюзивні процеси.
Така ситуація може бути пов'язана з тим, що на тлі дефіцитарної дер-
жавної соціальної підтримки та множинності дискримінованих груп,
які утворилися в Україні, консолідації довіри та солідарності до ін-
клюзії представників аутгруп протистоятимуть почуття, пов'язані з
конкуренцією: заздрість, ревності тощо.

В Україні дослідження колективних почуттів розгортаються в межах організаційної психології, психології бідності або як складової дослідження колективних травм та їхніх емоційних наслідків (Урнов, 2008). А проте становлення соціальної інклюзії зачіпає хоча й пов'язані з переліченою проблематикою, але все ж таки окремі процеси.

Тому, на наш погляд, для успіху соціальної інклюзії (і, як наслідок, упровадження локальних інклюзивних практик) важливим видається дослідження комплексу саме колективних почуттів, що фокусуються передусім на проблемах (1) жорсткого розмежування «норми» і «нетиповості» та (2) поширеності практик соціальної дискримінації на широкий суспільний загал унаслідок реалізації в державі неефективної соціальної політики. Також актуальним завданням є розширення діапазону колективних емоційних реакцій через набуття позитивного емоційного досвіду (довіра, солідарність тощо), пов'язаного з інклюзією.

Висновки. Економічні, політичні та соціально-психологічні умови, що наразі склалися в Україні, утворюють специфічний контекст для становлення соціальної інклюзії. Припускаємо, що інклюзивні процеси мають зачіпати кілька рівнів одночасно – інституційний (політичний), соціетальний та суб'єктивно-емоційний, що потребуватиме суттєвих зусиль від усіх суб'єктів змін. При цьому вивчення саме колективної емоційної відповіді на поглиблення інклюзивних процесів у суспільстві, а також дослідження чинників, що обумовлюють динаміку такої відповіді, слугуватиме важливим індикатором ефективності державної політики в цій царині. Водночас колективні почуття, які наразі створюють бар'єри для становлення соціальної інклюзії, міцно пов'язані з поширеними в суспільстві уявленнями про жорсткість розмежування «норми» і «нетиповості», а також з обмеженим доступом громадян до соціальних благ і ресурсів, що набуває ознак масовості, породжує множинну дискримінацію і блокує виникнення солідарності між членами суспільства, що відчують свою належність до тієї або іншої групи. Усунення цих бар'єрів значною мірою сприятиме становленню соціальної інклюзії.

Список використаних джерел

- Абрахамсон, П. (2001). Социальная эксклюзия и бедность. *Общественные науки и современность*, 2, 158–168.
- Белавіна, Т. І., Васютинський, В. О., Вінков, В. Ю., Голота, А. С., Губеладзе, І. Г. та ін. (2016). *Соціальна психологія бідності*. Київ: Міленіум.

Горбунова, М. Ю., & Фиглин, Л. А. (2010). Эмоции как объект социологических исследований: библиографический анализ. *Социологические исследования*, 6, 13–22.

Григорян, Л. К., & Ефремова, М. В. (2014). Коллективные эмоции вины и стыда: обзор современных исследований. *Современная зарубежная психология*, 4, 71–88.

Дробышева, Т. В., & Емельянова, Т. П. (2015). Коллективные чувства представителей разных групп общества в отношении значимых социальных явлений. *Знание. Понимание. Умение: Информационный гуманитарный портал*, 4, 52–65. Взято из http://zpujournal.ru/e-zpu/2015/4/Drobysheva_Emelyanova_Collective-Feelings/

Заремба, Г. Р. (2014). Уявлення про справедливість в сучасних глобалізаційних умовах. *Вісник Львівського університету. Серія соціологічна*, 8, 97–104.

Лібанова, Е. М., Левенець, Ю. О., Макарова, О. В., Котигоренко, В., Черенько, А. М., Хмелевська, О. М. та ін. (2011). *Україна: на шляху до соціального залучення: Національна доповідь про людський розвиток*. Київ: Незалежне видання Програми розвитку ООН в Україні.

Мейжис, І. А., & Почебут, Л. Г. (2006). Індивідуалізм чи колективізм?: Соціально-психологічний погляд на історію і політичну культуру України. *Соціальна психологія*, 6, 47–59.

Попова, Т. Л. (2013). Соціальне залучення: концептуальні підходи до визначення. *Державне управління: теорія та практика*, 1. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2013_1_16.

Урнов, М. Ю. (2008). *Эмоции в политическом поведении*. Москва: Аспект-Пресс.

Шаповал, И. А. (2019). Диспозиции социальных субъектов инклюзии и интеграции лиц с инвалидностью в общество. *Ценности и смыслы*, 4 (62), 44–58.

Шляпентох, В., Шубкин, В. Н., Ядов, В. А. (Ред.). (1999). *Катастрофическое сознание в современном мире в конце XX века*. Москва: МОНФ [и др.].

Софій, Н. З., & Байда, Л. Ю. (2016). *Прогрес на шляху до виконання в Україні статей 7, 8, 24 Конвенції ООН про права осіб з інвалідністю*. Звіт за результатами дослідження у п'яти регіонах (квітень 2016 р.). Взято з http://www.ussf.kiev.ua/data/Ukraine%20research%20report_ukr.pdf

Feldman, B. L. (2017). *How Emotions are Made: The Secret Life of the Brain*. Houghton Mifflin Harcourt.

Moïsi, D. (2010). *The Geopolitics of Emotion: How Cultures of Fear, Humiliation, and Hope are Reshaping the World*. Anchor.

References

Abrakhamson, P. (2001). Sotsialnaya eksklyuziya i bednost [Social exclusion and poverty]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost*, 2, 158–168. (in Russian)

Belavina, T. I., Vasiutinskyi, V. O., Vinkov, V. Yu., Holota, A. S., & Hubeladze, I. H. et al. (2016). *Sotsialna psykholohiia bidnosti*. Kyiv: Millenium. (in Ukrainian)

Drobysheva, T. V., & Yemelyanova, T. P. (2015). Kollektivnyye chuvstva predstaviteley raznykh grupp obshchestva v otnoshenii znachimykh sotsialnykh yavleniy [Collective feelings of representatives of different groups of society regarding significant social phenomena]. *Znaniye. Ponimaniye. Umeniye*, 4, 52–65. Retrieved from http://zpujournal.ru/e-zpu/2015/4/Drobysheva_Emelyanova_Collective-Feelings/. (in Russian)

Feldman, Barret L. (2017). *How Emotions are Made: The Secret Life of the Brain*. Houghton Mifflin Harcourt. (in English)

Gorbunova, M. Yu., & Figlin, L. A. (2010). Emotsii kak obyekt sotsiologicheskikh issledovaniy: bibliograficheskiy analiz [Emotions as an subject of sociological research: a bibliographic analysis]. *Sotsiologicheskiye issledovaniya*, 6, 13–22. (in Russian)

Grigoryan, L. K., & Yefremova, M. V. (2014). Kollektivnyye emotsii viny i styda: obzor sovremennykh issledovaniy [Collective emotions of guilt and shame: a review of current research]. *Sovremennaya zarubezhnaya psikhologiya*, 4, 71–88. (in Russian)

Libanova, E. M., Levenets, Yu. O., Makarova, O. V., Kotyhorenko, V., Cherenko, L. M., Khmelevska, O. M. et al. (2011). *Ukraina: na shliakhu do sotsialnoho saluchennia: Natsionalna dopovid pro ludskyi rosvytok*. Programy rozvytku OON v Ukraini. (in Ukrainian)

Meyzhis, I. A., & Pochebut, L. H. (2006). Indyvidualizm chy kolektyvizm?: Sotsialno-psykholohichniy pohliad na istoriyu i politychnu kulturu Ukrainy [Individualism vs. collectivism?: A socio-psychological perspective on the history and political culture of Ukraine]. *Sotsialna psykholohiia*, 6, 47–59. (in Ukrainian)

Moïsi, D. (2010) *The Geopolitics of Emotion: How Cultures of Fear, Humiliation, and Hope are Reshaping the World*. Anchor. (in English)

Popova, T. L. (2013). Sotsialne saluchennia: kontseptualni pidkhody do vuznachennia [Social involvement: conceptual approaches to definition]. *Derzhavne upravlinnia: teoriia i praktyka*, 1. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Dutp_2013_1_16. (in Ukrainian)

Shapoval, I. A. (2019). Dispozitsii sotsialnykh subyektiv inklyuzii i integratsii lits s invalidnostyu v obshchestvo [Dispositions of social subjects of inclusion and social integration of disabled persons]. *Tsennosti i smysly*, 4 (62), 44–58. (in Russian)

Shlyapentokh, V., Shybkin, V. N., & Yadov, V. N. (Eds.) (1999). *Katastroficheskoye soznaniye v sovremennom mire v kontse XX veka*. Moscow: MONF. (in Russian)

Sofii, N. Z., & Baida, L. Yu. (2016). *Prohres na shliakhu do vykonannia v Ukraini statei 7, 8, 24 Konventsii OON pro prava osib s invalidnistiu. Zvit za rezultatamy doslidzhennia v piaty rehionakh (kviten 2016 roku)* [Progress towards implementation in Ukraine of Articles 7, 8, 24 of the UN Convention on the Rights of Persons with Disabilities. Five-region survey report (April 2016)]. Retrieved from http://www.ussf.kiev.ua/data/Ukraine%20research%20report_ukr.pdf. (in Ukrainian)

Urnov, M. Yu. (2008). *Emotsii v politicheskome povedenii* [Emotions in political behavior]. Moscow: Aspekt-Press. (in Russian)

Zaremba, H. P. (2014). Uiavlennia pro spravedlyvist v suchasnykh hlobalizatsiinykh umovakh [The concept of justice in today's globalization environment]. *Visnyk Lvivskoho universitetu. Seriiia sotsiologichna*, 8, 97–104. (in Ukrainian)

УДК 316.485.6

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-37>

Цукур Ольга Григорівна

молодший науковий співробітник,

лабораторія психології спілкування,

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,

м. Київ, Україна

ORCID ID 0000-0003-0886-0091

olga.tsukur@gmail.com

ВРЕГУЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНИХ КОНФЛІКТІВ ЗАСОБАМИ КОГНІТИВНОГО СПІЛКУВАННЯ

Врегулювання соціальних конфліктів представлено як вибудовування цільового діалогічного простору. Такий підхід передбачає створення спільного для учасників взаємодії контуру розуміння проблемної ситуації з метою забезпечення ефективної комунікації між різного рівня суб'єктами та поетапного розв'язання соціальних суперечностей. У контексті дослідження обґрунтовано ефективність застосування низки засобів когнітивного спілкування як цілісних комунікативно-технологічних алгоритмів; кожен покроковий алгоритм передбачає організацію міжсуб'єктної взаємодії на засадах діалогічності та рівності представлення інтересів усіх суб'єктів такої взаємодії. Як основні кроки на шляху до взаєморозуміння запропоновано такі процедурні послідовності: тестування діалогічного простору; формування нових знань у діалозі; завершення діалогу; рефлексія отриманих результатів. Виокремлено та описано чинники соціального середовища (соціокультурні та організаційні), що можуть сприяти врегулюванню соціальних конфліктів у різних сферах суспільної реальності або утруднювати таке врегулювання. Визначено та охарактеризовано критерії змістової структуризації гострих суспільних проблем, як-от: актуальність, обговорюваність, контекстуальність, проблемність, інформаційна насиченість, тематична синхронність. За допомогою означених критеріїв виокремлено труднощі, які виникають у процесі комунікативно-технологічного врегулювання конфліктної взаємодії на різних етапах її розгортання. На основі аналізу теоретичних та практичних напрацювань визначено принципи, що є фундаментом когнітивного спілкування і сприяють формуванню взаєморозуміння в ході діалогічної взаємодії: діалогічної партиципації, пріоритетності інтересів, співробітництва. Зроблено висновок, що застосування технології організації діалогічного простору забезпечує довготривалі результати у сфері врегулювання соціальних суперечностей, зокрема сприяє формуванню ефективних стратегій управління конфліктною взаємодією, активізує

процес поширення соціальних інновацій, актуалізує важливість спільної творчої діяльності задля вироблення конструктивних рішень. До кола питань, що є перспективними та актуальними для подальших досліджень, віднесено вдосконалення інструментарію комунікативно-технологічного врегулювання соціальних конфліктів у різних сферах суспільної реальності та пошук конвенціональних умов для спільного осмислення і подолання труднощів.

Ключові слова: комунікативно-технологічне врегулювання конфліктів; когнітивний підхід; діалог; діалогічний простір; комунікативна технологія.

Olga H. Tsukur

Junior researcher, the Laboratory for Communication Psychology,
Institute of Social and Political Psychology
at National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine
ORCID ID 0000-0003-0886-0091
olga.tsukur@gmail.com

SETTLEMENT OF SOCIAL CONFLICTS BY MEANS OF COGNITIVE COMMUNICATION

The study presents social conflicts management as a process to build up a targeted dialogue space. This approach provides the interacting participants with common boundaries to understand the set issue. It ensures effective commination between various social actors and stage-by-stage social contradictions resolution. Applying a set of cognitive communication tools as holistic communicative and technological algorithms have been justified within this study. Each systematic algorithm provides for building up the interaction between the social actors based on the dialogue and interests equality of everybody involved in this interaction. The mutual understanding can be reached by applying the following procedures one-by-one: testing the dialogue space; acquiring new knowledge due to the dialogue; the dialogue completion; reflexion of the obtained results. The social environmental (social, cultural and organizational) factors have been identified and described. They can either contribute to or hinder managing social conflicts in various social realities. The criteria to frame acute social problems, such as relevance, negotiability, context, issues, information abundance, and thematic simultaneity have been stated and described. These criteria helped highlight the challenges in communicative and technological conflicts management on different interaction stages. Having analysed both theoretical and practical achievements, the foundation principles such as dialogue participation, priority of interests, and cooperation have been identified for cognitive communication as they contribute to mutual understanding within the dialogue. The study concludes that applying

the dialogue space practice provides long-term results in managing social contradictions. In particular, it contributes to forming up the effective strategies for conflict interaction management, spurs triggers activates disseminating social innovation, and mainstreams common creative activities to work out constructive solutions. In the author's opinion, such issues as improving communicative and technological tools to manage social conflicts in various social realities and searching for conventional conditions for common understanding and overcoming challenges are very promising and top-relevant for further research studies. The range of issues that are promising and relevant for further research includes.

Keywords: communication and technological conflict management; cognitive approach; dialogue; dialogue space; communication technology.

Постановка проблеми. Сучасне суспільство характеризується зростанням кількості каналів комунікацій, шляхів та джерел отримання і надання інформації. Це породжує інтерпретаційну варіативність її тлумачення, що, зі свого боку, може провокувати появу суперечностей у різних сферах суспільної реальності. Виникає потреба у формуванні платформ для спільного обговорення проблемних питань та пошуку шляхів урегулювання соціальних викликів, продиктованих змінами, що відбуваються в суспільстві.

На сьогодні немає жодної сфери людської життєдіяльності, де б гостро не відчувалася актуальність комунікативно-технологічного врегулювання соціальних конфліктів. Це зумовило необхідність пошуку засобів, форм та умов діалогічного розв'язання гострих суперечностей. Розкриття можливостей діалогу для розв'язання проблем у площині соціальних взаємовідносин ґрунтується на розумінні його основних характеристик. У соціально-психологічних дослідженнях діалог постає як: змістова основа взаємодії людей у конкретному соціальному інституті; засіб двостороннього обміну інформацією; умова узгодження дій у процесі розгортання конструктивної міжсуб'єктної взаємодії, забезпечення єдності позицій, ставлень (Кочубейник, 2018). Таке тлумачення діалогу розширює уявлення про можливості його застосування для врегулювання соціальних конфліктів у різних сферах суспільної реальності (професійній, сімейній, мережевій тощо). Отже, організація діалогічного простору може бути тим ресурсом і практичним засобом пошуку й досягнення взаєморозуміння, що є необхідним для розвитку та побудови ефективної міжсуб'єктної комунікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій та виокремлення невирішених частин загальної проблеми. Оскільки конфлікт породжується подіями, обумовленими певним соціальним контекстом, та

зачіпає інтереси окремих груп, то він завжди має суспільну природу, тобто є конфліктом соціальним у широкому значенні цього слова.

Вивченню питань урегулювання соціальних конфліктів у різних сферах суспільної реальності присвячено праці вітчизняних та зарубіжних учених, зокрема П. Бурдє (2007), Н. Лумана (2004), Н. Малєєвої (2019), І. Петренко (2017), Е. Тоффлера (1999) та ін. Окремі аспекти, релевантні проблематиці соціальних конфліктів, досліджували О. Кочубейник (соціальний діалог як механізм досягнення соціальної стабільності), В. Казміренко (прикладні засади когнітивної психології спілкування), В. Духневич і З. Сіверс (когнітивне спілкування в умовах утрудненої взаємодії), Л. Копець (проектування діалогічного простору), В. Гордієнко (зворотний зв'язок як засіб взаєморозуміння).

Попри значну увагу науковців до означеної проблеми, і досі, на жаль, бракує знань про соціально-психологічні вияви соціальних конфліктів у різних сферах суспільної реальності та специфіку (особливості) їх комунікативно-технологічного врегулювання. Таке врегулювання можна представити як діяльність, спрямовану на організацію цільового діалогічного простору. Ця діяльність полягає у використанні засобів когнітивного спілкування, які забезпечують налагодження комунікативної взаємодії задля розв'язання суперечностей та актуалізації потенційних можливостей суб'єктів взаємодії. Соціальна значущість і недостатня розробленість цієї проблеми й зумовили мету нашого дослідження.

Мета статті – визначити дієвість засобів комунікативно-технологічного врегулювання соціальних конфліктів та обґрунтувати ефективність їх застосування в різних сферах життєдіяльності людини.

Виклад основного матеріалу. Налагодження конструктивного діалогу в суспільстві сприяє пошуку соціальної злагоди, гармонізації комунікації, подоланню суперечностей. Організація цільового діалогічного простору дає змогу створити умови для налагодження прозорої комунікації в просторі суспільних взаємовідносин, формування атмосфери довіри, сприятливої для обговорення проблемних питань, висловлення та узгодження позицій суб'єктів конфлікту. Проблема вибору дієвих інструментів урегулювання соціальних конфліктів передбачає насамперед урахування суспільного контексту розгортання суперечностей. У цьому контексті доцільним видається визначення актуальних соціальних проблем; вивчення ресурсів, що сприяють ефективному врегулюванню конфліктів у просторі міжсуб'єктної взаємодії; аналіз чинників, що сприяють налагодженню діалогічної взаємодії задля досягнення взаєморозуміння.

Для прикладу наведемо змістову характеристику чинників соціального середовища, що можуть сприяти врегулюванню соціальних конфліктів або ж, навпаки, утруднювати таке врегулювання.

Чинники, що сприяють ефективному комунікативно-технологічному врегулюванню соціальних конфліктів:

- упровадження інноваційних технологій у різних сферах суспільної реальності (упровадження реформ, використання інтернет-технологій, модернізація структурних одиниць організацій тощо);
- відкритість соціальних інститутів та залучення громадськості до обговорення актуальних питань;
- часткова чи повна автономність соціальних інститутів, що сприяє творчому подоланню суперечностей;
- упровадження новітніх досліджень у практичну діяльність.

Чинники, що перешкоджають ефективному врегулюванню соціальних конфліктів:

- непослідовність соціальної політики держави;
- посилення соціальної напруженості в суспільстві на тлі загострення міжрегіональних соціальних конфліктів;
- виникнення нових потреб у багатьох галузях життя, розв'язання яких вимагає переосмислення підходів до врегулювання соціальних суперечностей, що виникають у соціумі;
- низький рівень готовності до змін, продиктованих потребами в різних сферах суспільної реальності.

Наведений вище перелік чинників не вичерпує усе проблемне поле конфліктної взаємодії в комунікативному просторі. Зазначені характеристики покликані зорієнтувати учасників конфлікту, на що саме доцільно звертати увагу, аналізуючи конфліктну ситуацію, надихнути їх на пошук спільного розуміння чинників, що перешкоджають взаєморозумінню, а також тих ресурсів, які могли б допомогти подолати суперечності. Як критерії змістової структуризації гострих суспільних проблем дослідники називають: актуальність (актуальні в соціумі у конкретний момент часу), обговорюваність (обговорюються в певний період часу одним або декількома суб'єктами, в одній або різних сферах), контекстуальність (урахування всіх можливих контекстів), проблемність (тема, сформульована і заявлена як проблема), інформаційна насиченість (вичерпність та достовірність інформації щодо проблеми), тематична синхронність (виокремлення тематичних блоків у межах конфліктного дискурсу). Ці критерії дають змогу пояснити труднощі, які найчастіше виникають у процесі комунікативно-технологічного врегулювання конфліктної

взаємодії на різних етапах її розгортання (визначення проблеми, творення спільних смислів, досягнення бажаного результату тощо).

Досить ефективним з погляду організації дослідницького процесу, спрямованого на пошук алгоритмів конструювання технологій урегулювання соціальних конфліктів, може бути *когнітивний підхід*. Вибудовування діалогічного простору засобами когнітивного спілкування сприятиме досягненню консенсусу та домовленостей під час вироблення важливих рішень, ухваленню взаємовигідних проєктів, де необхідно спільними зусиллями досягти оптимального результату. Адже організація діалогічного простору полягає у використанні засобів, що забезпечують ефективну взаємодію між групами та індивідами різного рівня. Оптимізація комунікативного зв'язку на кожному етапі врегулювання соціальних конфліктів здійснюється шляхом поетапного відстеження комунікативних відмінностей учасників взаємодії всередині кожної проблеми або щодо кожної характеристики об'єкта, кожного поняття і резюмування поетапного результату обговорення за критерієм “єдність-відмінність”. Загальну схему комунікації можна подати у вигляді такої послідовності: тема – проблемне поле – рух від проблеми до проблеми – досягнення комунікативної мети (конвенціоналізація, конфліктологізація, маніпуляція) (рис.).



Рис. Технологічна схема організації діалогічного простору

Результатом зорганізованого в такий спосіб спілкування є досягнене взаєморозуміння між суб'єктами. Воно завжди є двостороннім процесом і вимагає, з одного боку, уміння і прагнення комунікатора

донести свою готовність до конструктивної взаємодії, а з другого – уваги, бажання і відповідних комунікативних навичок з боку партнера по спілкуванню, аби належним чином зреагувати на таку інтенційність. І те й інше – це специфічна когнітивна діяльність (Духневич, 2014). Саме в межах діалогічної взаємодії інтеракції окремих соціальних груп постають як динамічна система, у якій відбувається постійне обговорення, уточнення та розв’язання актуальних суперечностей.

Конструювання комунікативної технології організації діалогічного простору, як і будь-якої іншої соціально-психологічної технології, має певний технологічний цикл – послідовність процедур та операцій. Його реалізація здійснюється в кілька етапів (Макович, 2014):

- 1) Теоретичний етап передбачає визначення мети та основних принципів організації діалогічного простору.
- 1) Методичний етап пов’язаний з обґрунтуванням і деталізацією відповідних процедур і операцій.
- 2) Процедурний етап спрямований на здійснення практичної діяльності з підготовки дієвого алгоритму організації діалогічного простору.

Отже, завданням *теоретичного* етапу є обґрунтування мети та принципів вибудовування ефективного простору діалогічної взаємодії. Під діалогічним простором належить розуміти спеціально організований процес спілкування з метою пошуку нових рішень проблем та актуалізації можливостей суб’єктів взаємодії (для пізнання, діяльності, особистісного розвитку) (Копець, & Гордієнко, 2011).

Технологія організації діалогічного простору ґрунтується на принципах, що є основою когнітивного спілкування і сприяють формуванню взаєморозуміння в ході комунікативної взаємодії. Розгляньмо відтак ці принципи:

1. Принцип діалогічної партиципації. Відповідно до цього принципу «ефективна діалогічна взаємодія відбувається між рівними суб’єктами, які відкриті до спілкування, вільні у висловлюванні власної думки, залучені до реалізації спільного завдання і є співпричетними до його виконання» (Кочубейник, 2018, с. 104).

2. Принцип пріоритетності інтересів. Згідно з цим принципом інтереси визначають поведінку учасників діалогу, опрідметчують проблему, сприяють досягненню оптимального рішення, що дає змогу уникнути позиціонування.

3. Принцип співробітництва. Цей принцип базується на умові: спільна творча діяльність щодо вироблення єдиного розуміння проблеми підвищує шанси на успішне врегулювання конфліктної ситуації, а також сприяє розвитку сталих конструктивних стосунків.

На другому, *методичному*, етапі слід визначити та обґрунтувати засоби, за допомогою яких вибудовується діалогічна взаємодія. Засоби когнітивного спілкування – це сукупність способів, прийомів, процедур, завдяки яким реалізуються будь-які діалоги. Інструментальне забезпечення (засоби) організації діалогічного простору передбачає врахування завдань, що формуються залежно від очікуваних результатів когнітивної активізації взаємодії: породження нових спільних смислів, що наближують суб'єктів діалогу до встановлення істини; «конструювання діалогу», що ґрунтується на розумінні різних смислових позицій учасників; усвідомлення та рефлексія ситуації взаємодії тощо.

Для досягнення вищезазначених результатів діалогічної взаємодії необхідно враховувати соціально-психологічні передумови організації діалогічного простору для спільного розуміння проблемної ситуації:

- 3) Входження у контакт та його підтримання.
- 4) Дотримання умов ефективного вибудовування діалогу: мета і завдання – розуміються однаково; поняття – уточнюються; спільно визначаються значущі аспекти проблеми.
- 5) Вироблення об'єктивних критеріїв оцінки врегулювання конфліктної ситуації.
- 6) Покроковість аргументації з отриманням «так» -реакції.
- 7) Безпосередній діалог щодо спільного розуміння проблемної ситуації.

Процедурний етап пов'язаний з організацією практичної діяльності з підготовки дієвого комунікативно-технологічного алгоритму організації діалогічного простору і передбачає:

1. Створення і тестування діалогічного простору. На цьому підетапі важливим завданням є формування загальних рамок діалогічної взаємодії (дизайну діалогу). Ефективний засіб створення такої моделі комунікативного простору – *тематична структуризація конфліктного дискурсу* (Кочубейник, 2018). Саме тематичний репертуар дає змогу визначити набір тем і ступінь їхньої актуальності в соціумі у конкретний момент часу та їхній вплив на розгортання міжсуб'єктної взаємодії на різних рівнях: аналізується зміст комунікації, що впливає на вибір комунікативної стратегії. Тематичний репертуар складають теми, де припускаються відмінності сторін комунікації (полярні погляди, різне ставлення, зіткнення думок), що містять дискусію відповідно до теми або ж її аналіз, оцінне судження, позицію щодо обговорюваної проблеми). Тестування діалогічного простору забезпечується *організацією міжособового зворотного зв'язку* (Казміренко, 2013), що передбачає вибудовування інформаційного процесу на основі взаємоорієнтованого спілкування. Критеріями діалогічності можуть бути: спрямованість

взаємодії та зацікавленість сторін у спілкуванні; уявлення учасників взаємодії про себе та інших як про рівноправних суб'єктів комунікації; активність та ініціативність у спілкуванні.

2. Розвиток уявлень, формування нових знань у діалозі. Формування нових знань є основою перетворювальної діяльності, що відбувається в діалогічному просторі. Завдяки когнітивно та інформаційно орієнтованому спілкуванню аналізуються, формуються моделі соціальної взаємодії, стимулюється творче ставлення до спільної діяльності. Шляхом конструювання проблемних ситуацій за допомогою *кейс-методу* (Казміренко, 2013) моделюються умови реальних конфліктних ситуацій і їх розв'язання, що дає змогу набуті в процесі творчої діяльності навички перевести в площину розгортання реальних суспільних суперечностей.

3. Фіксація та оформлення результатів діалогу. Важливим кроком на шляху до врегулювання соціальних конфліктів є чітке розуміння того, якого саме результату було досягнуто в умовах діалогічної взаємодії. Обов'язковою є фіксація проміжних результатів спільної діяльності, що в подальшому допоможе врахувати всі думки та пропозиції. Такі результати фіксують у довільній формі за допомогою тих засобів, що є в арсеналі учасників діалогу. Кінцеві результати можуть бути оформлені у вигляді *договору, спільної продукції*, де фіксуються вагомі досягнення творчої діяльності.

4. Рефлексія власної участі та отриманих результатів. Застосування когнітивних засобів на цьому етапі стимулює суб'єктів діалогічного процесу до постійної рефлексії отриманого досвіду, дає змогу формувати рефлексивну культуру учасників комунікативної взаємодії і є неодмінною умовою вироблення ефективних рішень. Когнітивна процедура "*Рефлексивний квадрат*" (Духневич, 2014) дає змогу простежити логіку обговорення індивідуальних та групових здобутків і досягнень у межах діалогічної взаємодії.

Розгляньмо ефекти комунікації, що виникають у діалогічному просторі:

1. Ініціювання важливих змін, що ґрунтується на розумінні того, що вони неможливі без конфліктів та зіткнення інтересів, цінностей, поглядів тощо.
2. Формування в учасників діалогу образу бажаного результату.
3. Досягнення інформаційної узгодженості між суб'єктами різного рівня.
4. Формування якісно нових зв'язків та стосунків між суб'єктами різного рівня в процесі спільного розв'язання суперечностей.

Важливими результатами організації діалогічного простору є розв'язання комплексних проблем у соціальних інститутах і в суспільстві загалом; створення умов для розуміння суб'єктами взаємодії цілей та

процесів спільної діяльності; поширення необхідної інформації, оцінок, коментарів; досягнення взаєморозуміння. Завдяки цьому всі охочі зможуть взяти участь в обговоренні актуальних проблем у єдиному діалогічному просторі.

Висновки. Будь-які трансформаційні зміни в суспільстві супроводжуються проявами численних соціальних конфліктів, вирішення яких лежить поза індивідуальним рівнем. Розвиток складних соціальних систем відбувається на загальносуспільному, соціально-груповому, індивідуально-особовому рівнях, взаємна узгодженість яких дає людині відчуття стабільності та безпеки. Розуміння логіки конфліктної взаємодії допомогло нам обґрунтувати ефективність застосування засобів когнітивного спілкування для розв'язання таких суперечностей. На основі аналізу теоретичних і практичних напрацювань ми представили конструювання комунікативної технології врегулювання соціальних конфліктів як послідовність процедур та операцій. Пропонований алгоритм передбачає організацію діалогічного простору на засадах рівності представлення інтересів усіх суб'єктів взаємодії і складається з ряду послідовних кроків на шляху до взаєморозуміння: тестування діалогічного простору; формування нових знань у діалозі; завершення діалогу; рефлексія отриманих результатів.

Подальші дослідження можуть стосуватися вдосконалення інструментарію комунікативно-технологічного врегулювання соціальних конфліктів у різних сферах суспільної реальності; пошуку конвенціональних умов для спільного осмислення та подолання труднощів.

Список використаних джерел

- Бурдье, П. (2007). *Социология социального пространства*. Пер. с фр. Н. А. Шматко. Москва: Институт экспериментальной социологии; Санкт-Петербург: Алетейя.
- Духневич, В. М. (2014). *Прикладні питання технологій підготовки та проведення когнітивно орієнтованих тренінгів спілкування: методичні рекомендації*. Київ: Міленіум.
- Казміренко, В. П. (Ред.) (2013). *Засади когнітивної психології спілкування*. Кіровоград: Імекс-ЛТД.
- Копець, Л. В., & Гордієнко, В. І. (2011). Діалогічний простір як реальність когнітивної психології спілкування. *Наукові записки НаУКМА. Педагогічні, психологічні науки та соціальна робота*, (8), 29–35. Взято з http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMApp_2011_123_8.
- Кочубейник, О. М. (Ред.) (2018). *Соціальний діалог у вимірах когнітивного спілкування*. Кропивницький: Імекс-ЛТД.

Луман, Н. (2004). *Общество как социальная система*. Пер. с нем. А. Антоновский. Москва: Логос.

Макович, Г. В. (2014). Коммуникативные технологии в деятельности профессиональных групп. *Вопросы управления*, (3), 155–160.

Малесєва, Н. С. (2019). Комуникативно-технологічне врегулювання соціальних конфліктів у інтернет-мережах: принципи конструктивної організації комуникативного процесу. *Психологія та педагогіка сучасності: проблеми та стан розвитку науки і практики в Україні*. Збірник тез наукових робіт учасників міжнародної науково-практичної конференції (м. Львів, 23-24 серпня 2019 р.). Львів: ГО «Львівська педагогічна спільнота», с. 162–165.

Петренко, І. В. (2017). Особливості конструювання соціально-психологічних технологій у просторі освіти. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*, Т. 2, (3), 186–190.

Тоффлер, Э. (1999). *Третья волна*. Москва: АСТ.

References

Bourdieu, P. (2007). *Sotsiologiya sotsialnogo prostranstva* [Sociology of Social Space]. Moscow: Institut eksperimentalnoy sotsiologii. St. Petersburg: Aleteya. (in Russian)

Dukhnevych, V. M. (2013). *Prykladni pytannia tekhnolohii pidhotovky ta provedennia kohnityvno oriientovanykh treninhiv spilkuвання: metodychni rekomendatsii* [Applied questions of technologies for preparing and conducting cognitive-oriented communication training: methodical recommendations]. Kyiv: Millenium Publ. (in Ukrainian)

Kazmirenko, V. P. (Ed.) (2013). *Zasady kohnityvnoi psykhologhii spilkuвання* [Principles of cognitive psychology of communication]. Kirovohrad: Imeks-LTD Publ. (in Ukrainian)

Kochubeinyk, O. M. (Ed.) (2018). *Sotsialnyi dialoh u vymirakh kohnityvnoho spilkuвання* [Social dialogue in the dimensions of cognitive communication]. Kropyvnytskyi: Imeks-LTD Publ. (in Ukrainian)

Kopets, L. V., & Hordiienko, V. I. (2011). Dialogichnyi prostir yak realnist kohnityvnoi psykhologhii spilkuвання [Dialogical space as the reality of cognitive psychology of communication]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Pedahohichni, psykhologhichni nauky ta sotsialna robota*, (8), 29–35. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/NaUKMAApp_2011_123_8. (in Ukrainian)

Luman, N. (2004). *Obshchestvo kak sotsialnaya sistema* [Society as a social system]. Moscow: Logos. (in Russian)

Makovich, G. V. (2014). Kommunikativnyye tekhnologii v deyatelnosti professionalnykh grupp [Communicative technologies in the activities of professional groups]. *Voprosy upravleniya*, (3), 155–160. (in Russian)

Malieieva, N. S. (2019). Komunikatyvno-tekhnologichne vrehuliuvannia sotsialnykh konfliktiv u internet-merezhakh: pryntsypy konstruktyvnoi orhanizatsii komunikatyvnoho protsesu [Communication and technological regulation of social conflicts in Internet networks: principles of constructive organization of the communication process]. *Psykhologii ta pedahohika suchasnosti: problemy ta stan rozvytku nauky i praktyky v Ukraini. Zbirnyk tez naukovykh robit uchasnykiv mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* (m. Lviv, 23-24 serpnia 2019 roku). Lviv: HO «Lvivska pedahohichna spilnota», pp. 162–165. (in Ukrainian)

Petrenko, I. V. (2017). Osoblyvosti konstruiuvannia sotsialno-psykhologichnykh tekhnologii u prostori osvity [Features of designing socio-psychological technologies in the space of education]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnogo universytetu. Seriya «Psykhologichni nauky»*, T. 2, (3), 186–190. (in Ukrainian)

Toffler, E. (1999). *Tretya volna* [Third wave]. Moscow: AST Publ. (in Russian)

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ: ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ ТА ПСИХОТЕХНОЛОГІЇ ВПЛИВУ

POLITICAL COMMUNICATIONS. PSYCHOLOGICAL PATTERNS AND PSYCHOLOGICAL TECHNOLOGIES IMPACT

УДК 159.95

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-38>

Букач Валерій Михайлович,

кандидат історичних наук, доцент, приват-професор,
Південноукраїнський національний педагогічний університет
ім. К. Д. Ушинського, м. Одеса, Україна

ORCID ID 0000-0001-8473-1510

valery.bukach@gmail.com

Окул Ілля Ігорович,

студент ОР «Магістр»,
Південноукраїнський національний педагогічний університет
ім. К. Д. Ушинського, м. Одеса, Україна

ORCID ID 0000-0002-3328-7031

my.name.is.kep4k@gmail.com

КУЛЬТУРНІ ТА ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ЧОРНОГО ГУМОРУ В ПОЛІТИЧНІЙ РЕКЛАМІ

З'ясовано, що чорний гумор у політичній рекламі застосовується для того, щоб вплинути на емоції виборців, коли йдеться про неприємні, часом абсурдні, «жахливі» речі, або щоб привернути сенсаційну увагу електорату до повідомлення. Обстоюється думка, що, обираючи стратегію політичної реклами з використанням чорного гумору, необхідно враховувати етнокультурну, демографічну, соціально-політичну специфіку регіону, в якому балотується політик, а також актуальні суспільні тенденції та ситуативні чинники. Представлено результати емпіричного пілотного дослідження особливостей сприймання чорного гумору в політичній рекламі студентами ЗВО віком від 18 до 23 років, що народилися і живуть в Україні. Респонденти мали зробити вибір між чотирма типами рекламних політичних повідомлень: 1) абсурдне («жахливе») рішення суспільної проблеми подається за допомогою чорного гумору 2) абсурдне («жахливе») рішення подається напряду, без використання чорного гумору; 3) пропонується конвенційне рішення суспільної проблеми без використання чорного гумору; 4) абсурдне

(«жахливе») рішення, подане за допомогою чорного гумору, спростовується як неприйнятне або неоптимальне. Виявлено, що респонденти віддають перевагу негумористичним повідомленням, де політичні рішення, як абсурдні, так і конвенційні, формуються прямо і буквально. На основі опитувальника Кеттелла виокремлено особистісні чинники прихильності до чорного гумору в політичній рекламі – чутливість (шкала І) і тривожність (шкала О). Показано, що респонденти, котрі обирають як гумористичні, так і серйозні політичні гасла, мають вищі показники чутливості, а ті з них, які частіше обирають прямо сформульовані абсурдні («жахливі») рішення, мають вищі показники тривожності. Зауважено також, що жінки частіше, ніж чоловіки, обирають гумористичні гасла, натомість чоловіки частіше, ніж жінки, віддають перевагу викладеним прямо, без гумористичної обробки абсурдним («жахливим») рішенням. Результати емпіричного дослідження можна застосовувати з метою створення таргетованої політичної реклами для українських студентів віком від 18 до 23 років.

Ключові слова: чорний гумор; політична реклама; тривожність; чутливість; політичний вибір.

Valerii M. Bukach

Ph. D. in History, Associate Professor, Private-Professor
K. Ushynsky South-Ukrainian National Pedagogical University,
Odesa, Ukraine
ORCID ID 0000-0001-8473-1510
valery.bukach@gmail.com

Illia I. Okul

Student, Master's program, K. Ushynsky South-Ukrainian National
Pedagogical University, Odesa, Ukraine
ORCID ID 0000-0002-3328-7031
my.name.is.kep4k@gmail.com

**BLACK HUMOUR IN POLITICAL ADVERTISING.
CULTURAL AND PSYCHOLOGICAL ATTRIBUTES**

The study provides some findings about black humour in political ads and its main goal, and that is either influencing the voters' emotions when it comes to unpleasant, sometimes absurd and awful things, or drawing the electorate attention to the sensation message. While choosing the black humour strategy for political ads, it is crucial to consider ethno-cultural, demographic, and socio-political specifics of the target region for a politician. Current social trends and situational factors should be counted too. The empirical pilot study results show peculiarities in perceiving black humour as part of political advertising by university students 18 to 23 years old born and living in Ukraine. The respondents were given a task

to choose one political advertising message out of total four: 1) an absurd ('awful') solution of a public problem is presented as black humour; 2) an absurd ('awful') solution is presented in standard way, not a hint for a black humour; 3) a conventional solution of a public problem is presented without black humour; and 4) an absurd ('awful') solution is presented with a black humour but it is refuted or is considered non-optimal. It has been revealed that respondents prefer serious messages where both absurd and conventional political decisions are formulated directly and literally. Based on the Kettell's questionnaire, the personal devotion factors towards black humour in political advertising have been highlighted, and these are sensitivity (scale I) and anxiety (scale B). The questionnaire resulted in outcomes demonstrating that respondents who chose both humorous and serious political slogans had higher sensitivity rates. Those who often chose directly formulated absurd ('terrible') decisions had higher anxiety rates. The study also provides the following findings: in comparison to men women oftener choose humorous slogans, whereas men are more likely to prefer expressed directly slogans without humorous and absurd ('awful') decision. The empirical research results can be for sure used to create targeted political advertising for Ukrainian students 18 to 23 y.o.

Keywords: black humour; political advertising; anxiety; sensitivity; political choice.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими чи практичними завданнями. Порушена нами проблема формується на перетині психології, естетики, політології та низки інших наук. Актуальність теми гумору в українській політиці зросла у зв'язку з тим, що на президентських виборах 2019 р. перемогу здобув відомий гуморист та актор Володимир Зеленський, за професією близький до таких президентів, як Рональд Рейган або Джиммі Морелес.

Щодо доцільності використання гумору в політиці наразі є різні точки зору, але ніхто не заперечуватиме того факту, що він там справді застосовується. І влучність жарту може істотно вплинути на хід усієї політичної кампанії, за якою стоять великі гроші та кар'єри людей.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. Суттєвий внесок у розвиток та систематизацію знань про гумор зробили психологи, зокрема Р. Мартін (2009), О. Лук (1977), Т. Семенова (2014), а у сфері естетики значну увагу ролі гумору приділяв Ю. Боров (1970). Чорний гумор як окремий вид гумористичного жанру в широкому сенсі (як вид комічного взагалі) досліджується також під кутом зору міждисциплінарної проблеми (Берестнев, & Цветкова, 2017; Евстафьева, 2017; Эпштейн, 2013. Однак на цей час відчутно бракує саме психологічних досліджень за темою чорного гумору,

хоч у цій царині досить продуктивно працюють наразі А. Цветков (2004), а також команда зарубіжних дослідників (Willinger et al., 2017). Дослідженню феномену політичного гумору присвячено низку публікацій (Зелезинская, 2012; Канашина, 2017), а також окремо досліджується місце гумору в політичній рекламі (Гаврилов, & Киселев, 2004; Егорова-Гантман, Плешаков, & Байбакова, 1999). Що ж до ролі чорного гумору в політиці, то тут можемо послатися лише на розвідку А. Горностаєвої (2018). Тож вивчення особливостей застосування чорного гумору в політичній рекламі видається актуальним і перспективним напрямком.

Мета статті – виявити специфіку використання чорного гумору в політичній рекламі. Відповідно, було поставлено такі завдання: 1) теоретичне дослідження специфіки застосування гумору в політичній рекламі; 2) створення анкети для дослідження особливостей політичних уподобань виборців щодо використання чорного гумору; 3) емпіричне дослідження зв'язку політичних уподобань виборців щодо використання чорного гумору (за авторською анкетою) з особистісними рисами та деякими соціально-психологічними характеристиками, зокрема гендером.

Виклад основного матеріалу дослідження. Вивчаючи зміст поняття «чорний гумор» під кутом зору психології, дослідники стикаються з неузгодженістю щодо визначення цього поняття, що може свідчити про активну дискусію навколо його тлумачення та особливостей використання (Головська, & Окул, 2019). Умовно з позиції тлумачення поняття чорного гумору можна виокремити дві категорії: тематичні і нетематичні.

На наш погляд, чорний гумор – це вид комічного, під час сприйняття якого соціально значущий сміх поєднується зі страхом або жахом, що допомагає позбавитися цих відчуттів та інших негативних переживань. Головна особливість чорного гумору, те, що відрізняє його від гумору взагалі, – це емоції страху або жаху, що додаються до звичайного для гумору задоволення від жарту, яке виражається як соціально значущий сміх. Оскільки сприйняття смішного і жакливого у різних людей та в різних культурах неоднакове, ми маємо справу з індивідуальною і культурною варіативністю тем і безпосередньо жартів, які стосуються чорного гумору.

Так, Д. Гавриленко (2017) пов'язує чорний гумор із жартами на табуйовані теми, що розхитують моральні цінності суспільства. Відтак, щоб з'ясувати конкретний зміст комунікативного табу, звернімося до роботи Н. Замерченко (2015), де розглядається роль і значення табуйованих тем у міжкультурній комунікації та здійснюється порівняльний аналіз табуйованих тем у німецькій і російській лінгвокультурах. Дослідниця дійшла висновку, що в цілому предметно-поняттєві сфери табу в сучасному німецькому і російському суспільствах збігаються, однак при цьому вона виявила і певні відмінності. На її думку, табуйована тема – поняття динамічне і соціально

залежне. На основі опитування носіїв російської та німецької мови Н. Замерченко виділила такі табуйовані теми в комунікації: національна або етнічна належність, належність до тієї чи тієї статі (для німецького суспільства), сексуальна орієнтація (у деяких контекстах, наприклад при прийомі на роботу), хвороба, смерть, пияцтво, виділення з організму (для російського суспільства), особи з фізичними, розумовими та психічними відхиленнями, політичні дискусії, іммігранти, вік, інцест, сексуальні домагання, педофілія, проституція, насильство, зарплата, соціальний статус. Це, власне, приклад того, як культурне поле впливає на формування комунікативних заборон, які потім так чи інакше визначають сприйняття жартів.

Цікавою щодо застосування гумору в політичній рекламі видається позиція російських дослідників Г. Гаврилова і К. Кисельова (2004), згідно з якою політика – «справа серйозна», а тому в політичній рекламі більш ефективними є методи, що створюють політикові імідж людини з багатьма чеснотами. Гумор, навпаки, руйнує серйозність. Особливо гострим, дотепним він стає у випадку «карнавалізації», коли політика перетворюється на щось, що більше схоже на свято. Розглядаючи гумор як засіб, що використовується для протидії опозиції та чинній владі, дослідники зауважують, що гумор зазвичай діє на користь сильного. Часто це чинна влада, хоч інколи гору бере опозиція.

К. Єгорова-Гантман, К. Плешаков та В. Байбакова вважають, що гумор робить рекламу цікавою, не такою дратівливою. (Утім, у випадку, коли реклама висміює те, що близьке виборцю, у нього може з'явитися роздратування). Тому, обираючи стратегію політичної реклами з використанням чорного гумору, необхідно враховувати специфіку регіону, в якому балотується політик, культуру цього регіону, його етнічний склад, тенденції актуального періоду часу, потреби виборців, їхні демографічні характеристики, а також інші ситуативні чинники. Отож дослідники вказують на можливість створення як позитивного образу політика, що буде сприяти його перемозі на виборах, так і негативного, що знижує його шанси бути обраним. (Єгорова-Гантман, Плешаков, & Байбакова, 1999). Загалом, вид використовуваного гумору відображає рівень розвитку суспільної свідомості, відбиває її тенденції, актуальні на певний момент часу серед населення (Павлов, 2014).

На думку Л. Зелезинської, гумор сприяє більш ефективному передаванню інформації. Дослідниця також звертає увагу на своєрідну суперечність: коли з політика кепкують, це може передвіщати кінець його кар'єри, водночас анекдоти про політика можуть бути свідченням народної любові до нього, а їх відсутність – тривожним сигналом (Зелезинская, 2012). Ту ж саму суперечність зауважила і С. Канашина (2017), досліджуючи політичні інтернет-меми. Вона вважає їх індикаторами політичного рейтингу. До

речі, інтернет-меми наразі є актуальним і популярним серед молоді засобом комунікації та створення гумористичного продукту.

А. Горностаєва також аналізує роль чорного гумору в політиці. Дослідниця звертає увагу на поширення саме чорного гумору в наш час і розглядає основні його функції. Вона вважає, що чорний гумор допомагає людині впоратися з емоціями, говорити на складні, часом неприємні теми або дає їй змогу просто викликати до себе сенсаційну увагу (Горностаєва, 2018).

Підбиваючи підсумки, можемо висувати, що чорний гумор – це унікальний «зріз» комічного, який допомагає взаємодіяти з тим, що викликає страх або навіть жах, переводячи ці почуття в категорію смішного, несерйозного. Водночас гумор у політичній комунікації загалом та політичній рекламі зокрема може виконувати, на думку дослідників, певні функції. Зокрема, він 1) руйнує серйозність; 2) допомагає сильнішому політику в боротьбі зі слабшим опонентом; 3) посилює інтерес до повідомлення. Можна також виокремити деякі особливості застосування чорного гумору в політичній сфері, а саме: 1) неоднозначність його використання як індикатора популярності політика; 2) меншу ефективність чорного гумору порівняно з більш серйозними засобами політичної комунікації; 3) дразливість чорного гумору, якщо висміюється те, що близьке реципієнтові. Саме чорний гумор може легко викликати роздратування, коли зачіпає явища, що належать у культурі споживача до табуованих для жартів тем (смерть, насилля, фізичні вади тощо).

Вдалу спробу виявити закономірності того, чому одним подобається чорний гумор, а іншим – ні, зробили U. Willinger et al. (2017). Вони провели дослідження з метою виявити відмінності між групами респондентів щодо ставлення до чорного гумору та інтелектуальних здібностей, емоційних реакцій (порушення настрою, агресивності тощо). Респондентам було запропоновано оцінити 12 коміксів, що містили чорний гумор, а також пройти тестування. За допомогою дискримінантного аналізу було виявлено, зокрема, суттєві відмінності в агресивності щодо інших, тоді як щодо аутоагресії таких відмінностей зафіксовано не було (табл.).

Таблиця

Когнітивні та емоційні характеристики груп респондентів з різним ставленням до чорного гумору (Willinger et al., 2017)

Характеристики досліджуваних груп	I група: низький рівень прихильності до чорного гумору та помірний рівень його розуміння	II група: помірні рівні прихильності до чорного гумору та його розуміння	III група: високі рівні прихильності до чорного гумору та його розуміння
рівень інтелекту	середній	середній	високий
порушення настрою	високе	невелике	немає
агресивність	висока	помірна	низька

Під час емпіричного дослідження було здійснено пілотний пошук особистісних та гендерних чинників прихильності студентської молоді до використання чорного гумору в політичній рекламі. Процедура дослідження передбачала, що респонденти мають зробити вибір певних політичних тверджень (тез), які є, по суті, політичними гаслами. Варто зазначити, що прояв прихильності до чорного гумору, сприйняття якого зазвичай відбувається в процесі його аудіальної або візуальної демонстрації (за аналогією зі сприйняттям художнього твору, різновидом якого є гумористичне повідомлення), буде певною мірою ускладнений необхідністю зробити вибір, чого не відбувається під час споглядання художніх творів. І це може накладати певний відбиток на результати дослідження.

У процесі емпіричного дослідження було використано опитувальник Кеттелла 16PF (варіант С) та авторську анкету, приклади тез з якої наводимо у Додатку. У дослідженні взяли участь 25 студентів вітчизняних ЗВО віком від 18 до 23 років, що народились та живуть в Україні (серед них 16 жінок і 9 чоловіків). Для опрацювання отриманих даних було застосовано методи математичної статистики, зокрема програму IBM SPSS Statistics, а також коефіцієнт Спірмена, t-критерій Стюдента, U-критерій Манна-Уїтні, кластеризацію К-середнім.

Авторська анкета складалася із семи тематичних блоків, кожен із яких містив чотири різних за типами презентацій політичних гасел виборчої кампанії (тверджень, тез): 1) за допомогою чорного гумору подається абсурдне («жахливе») рішення суспільної проблеми; 2) абсурдне («жахливе») подається без використання чорного гумору, тобто «прямо»; 3) подається «нежахливе» рішення без використання чорного гумору; 4) абсурдне («жахливе») рішення, подане за допомогою чорного гумору, спростовується як неприйнятна або неоптимальна альтернатива.

Респондентам пропонувалося уявити себе виборцями, з тією лише різницею, що треба було голосувати не за політика, а за окреме положення його передвиборчої програми (тезу). Треба було обрати, за яку з тез вони б воліли віддати голос в першу чергу, за яку – в другу, третю, четверту. Відповідно, у ході обробки результатів за перше місце теза отримувала від респондента 4 бали, за друге – 3, за третє – 2, а за четверте – 1 бал.

Як жарти для анкети було взято оригінальні вислови або ж це була адаптація відомих усім жартів. Для складання жартів нами було застосовано такі гумористичні прийоми, як доведення до абсурду та гумористичний натяк. Жарти належать до чорного гумору, тому що разом із сміхом вони викликають жах; при цьому «обігруються» теми, що традиційно належать до чорного гумору (смерть, насилля, скрутне становище).

У ході емпіричного дослідження було отримано такі результати:

1. Респонденти обирали тези першого типу у 18% випадків, другого типу – у 19, третього – у 34, четвертого – у 30%, що свідчить про більшу ефективність «серйозного» підходу в політичній рекламі.
2. Обчисливши суму балів, яку набрав респондент за всіма сімома блоками анкети, за всіма типами тез, та визначивши зв'язок цих типів політичних презентацій зі шкалами опитувальника Кеттелла або ж відмінностями між різними умовними групами респондентів, ми з'ясували:
 - обрання тез другого типу («жахливе» рішення подається без використання чорного гумору, прямо) пов'язане з показниками шкали І (жорсткість – чутливість): чим вищі показники чутливості, тим нижчі показники вибору прямо викладеного «жахливого» рішення (коефіцієнт кореляції за Спірменом становить $-0,464$, $p < 0,05$);
 - чоловіки частіше, ніж жінки, обирають тези другого типу, в яких «жахливе» рішення подається прямо, без використання чорного гумору (рівень значущості $p = 0,007$ за U-критерієм Манна – Уїтні);
 - жінки частіше, ніж чоловіки, обирають тези четвертого типу, в яких за допомогою чорного гумору подається «жахливе» рішення, а потім займається негативна щодо нього позиція ($p = 0,001$, U-критерій Манна – Уїтні);
 - жінки частіше, ніж чоловіки, обирають гумористичні тези ($p = 0,032$, U-критерій Манна – Уїтні) – відповідно, чоловіки частіше, ніж жінки, віддають перевагу «серйозним» тезам ($p = 0,032$, U-критерій Манна – Уїтні).
3. Поділ респондентів на умовні групи за допомогою кластеризації К-середнім засвідчив, що:
 - групи (5 і 20 осіб) відрізняються за сумою обраних тез четвертого типу (в гумористичній формі подається жакливе рішення, а потім займається негативна щодо нього позиція). Респонденти (20 осіб), які частіше віддають перевагу тезам цього типу, також мають більш високі показники за шкалою І опитувальника Кеттелла (жорсткість – чутливість) ($p = 0,017$ за t-критерієм Стюдента). Тобто більш чутливі респонденти схильні обирати «чорногумористичне» рішення, але водночас займати «нежахливу позицію»;
 - групи (в складі 7 і 17 осіб) відрізняються сумою обраних тез першого і другого типів (у гумористичній формі подається «жахливе» рішення суспільної проблеми, і таке рішення подається прямо, відповідно). Респонденти першої групи, схильні приймати «жахливі» рішення без будь-якого їх пом'якшення гумором,

мають вищі показники за шкалою О (спокій – тривожність, Кеттелл), ніж представники другої групи ($p=0,024$ за t -критерієм Стюдента). Тобто респонденти, які частіше обирали прямо сформульовані «жахливі» рішення (а не оформлені «чорногумористично»), мали вищі показники тривожності. Це певною мірою підтверджує думку про те, що «чорні» жарти можуть допомогти людині справитися з негативними емоціями, що й було помічено лише в групах при прийнятті тез із розряду «жахливих»;

- групи (7 та 18 осіб) вирізняються сумарною кількістю балів за тезами першого й четвертого типів і за тезами другого й третього типів, що вказує на вибір респондентами загалом «чорногумористичних» або «серйозних» тез. У першій групі (7 осіб) спостерігається розбіжність: «серйозні» тези обираються частіше, ніж «чорногумористичні», а в другій (18 осіб) гумористичні та «серйозні» тези обирають з приблизно однаковою частотою. У другій групі вищі середні показники за шкалою І опитувальника Кеттелла (жорсткість – чутливість) ($p=0,038$ за t -критерієм Стюдента), тобто більш чутливі в соціальній взаємодії респонденти обирають різні типи політичних презентацій.

Обмеження дослідження. Емпіричне дослідження проводилося на вибірці українських студентів віком від 18 до 23 років. Вважаємо доцільним застосовувати отримані результати виключно в рамках цієї вікової категорії та соціальної групи.

Практична/соціальна значущість дослідження. Результати дослідження можна застосовувати з метою таргетованої політичної реклами.

Висновки дослідження. З огляду на результати теоретичного дослідження можемо стверджувати, що чорний гумор – це унікальний «зріз» комічного, який допомагає людині взаємодіяти з тим, що викликає в неї страх або навіть жах, переводячи ці почуття в категорію смішного, несерйозного. Чорний гумор у політичній комунікації взагалі та політичній рекламі зокрема виконує певні функції, тож має сенс говорити про особливості його використання. Так, чорний гумор руйнує «серйозність» повідомлення і менш ефективний, ніж «серйозні» методи політичної комунікації; він посилює інтерес до повідомлення; однак часом дратує (якщо висміює те, що близьке реципієнтові або ж належить у його культурі до табуованих для жартів тем, таких як смерть, насилля, фізичні вади тощо). Використання чорного гумору політиком не є індикатором його популярності. Чорний гумор застосовується в політиці переважно для того, щоб допомогти людині впоратися з емоціями, коли йдеться про

складні, часом неприємні, а то й «жахливі» теми, або ж щоб просто викликати до себе сенсаційну увагу.

Результати емпіричного дослідження засвідчили, що респонденти все ж віддають перевагу «серйозному» підходу в політичній нетаргетованій рекламі, а не використанню чорного гумору. Цей загальний висновок доповнюється низкою часткових, які мають практичне значення. Так, чим вищі показники чутливості особистості, тим нижчі в неї показники вибору «прямо» викладеного, тобто поданого без використання чорного гумору, «жахливого» політичного рішення. Водночас респонденти, які обирають як гумористичні, так і «серйозні» політичні гасла, мають вищі показники чутливості, ніж респонденти, які частіше обирають лише «серйозні». Тобто гумор, зокрема чорний, пом'якшує сприйняття неприємних, «жахливих» політичних рішень. Фактор тривожності також впливає на вибір та сприйняття різних типів політичної реклами. Респонденти, які обирають частіше «прямо» сформульовані «жахливі» рішення, а не оформлені «чорногумористично», мають вищі показники тривожності, ніж респонденти з більш збалансованими виборами. Це підтверджує думку про те, що «чорні» жарти часто допомагають справитися з негативними емоціями. Гендерний чинник також впливає на вибір типів політичних презентацій: жінки частіше, ніж чоловіки, обирають гумористичні тези – відповідно, чоловіки частіше віддають перевагу «серйозним» тезам; чоловіки частіше, ніж жінки, обирають «жахливе» рішення, що подається «прямо»; а жінки частіше, ніж чоловіки, – тези, в яких у «чорногумористичній» формі подається «жахливе» рішення, а вже потім щодо нього займається негативна позиція. (Більш чутливі респонденти також схильні обирати цей, останній, тип презентації політичних гасел). Отже, до особистісних чинників прихильності до чорного гумору можна віднести чутливість (шкала І опитувальника Кеттелла) і тривожність (шкала О цього ж опитувальника).

Зауважимо: усі вищенаведені висновки стосуються тільки студентської молоді, на вибірці якої і було здійснено наше дослідження. Цій віковій когорті порівняно з іншими, зокрема старшими віковими групами, притаманні вища емоційність, чутливість, мрійливість, тривожність тощо. На підставі результатів дослідження можемо виділити групу людей, щодо яких застосування чорного гумору в політичній рекламі може бути більш ефективним: це жінки з більш високими, ніж середній рівень, показниками чутливості і порівняно низькими показниками тривожності.

Перспективи досліджень. У наших подальших більш повномасштабних дослідженнях плануємо емпіричним шляхом поглибити розуміння механізмів звернення до чорного гумору та дослідити зв'язок між прихильністю до цього виду гумору та емоційним інтелектом.

Список використаних джерел

Берестнев, Г. И., & Цветкова, А. А. (2017). Черный юмор как способ философствования. *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология*, (3), 13–27.

Борев, Ю. Б. (1970). *Комическое*. Москва: Искусство.

Гавриленко, Д. А. (2017). Разрушение табуированных тем как специфическая характеристика черного юмора (на материале пьесы Мартина Макдоноха «Калека с острова Инишмаан»). В *Актуальные проблемы современного общества: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции молодых учёных, Новосибирск, 16-17 ноября, 2017 г.* (с. 21–25). Новосибирск : Изд-во НГТУ.

Гаврилов, Г. А., & Киселев, К. В. (2004). Юмористические стратегии в политической рекламе. *Антиномии*, (5), 355–384.

Головська, І. Г., & Окул, І. І. (2019). Психологічний аспект чорного гумору. В *Актуальні проблеми практичної психології: збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції, Одеса, 19 квітня, 2019 р.* (с. 17–20).

Горностаева, А. А. (2018). Границы дозволенного в политическом дискурсе: ироничность, черный юмор, деструктивность, сквернословие. *Политическая лингвистика*, (1), 57–66.

Евстафьева, М. А. (2017). Тематическое поле черного юмора. *Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология*, (4), 24–31.

Егорова-Гантман, Е. В., & Плешаков, К. В., & Байбакова В. Б. (1999). *Политическая реклама*. Москва: Никколо-Медиа.

Замерченко, Н. И. (2015). Коммуникативные табу в немецкой и русской лингвокультурах. В *мире науки и искусства: вопросы филологии, искусствоведения и культурологии: сборник статей по материалам XLIX международной научно-практической конференции, Новосибирск, 15 июня 2015 г.* Новосибирск: СибАК. Взято из <https://sibac.info/conf/philolog/xlix/42436>

Зелезинская, Л. А. (2012). Юмор как способ взаимодействия субъектов политической системы. *Социум и власть*, 6 (38), 106–110.

Канашина, С. В. (2017). Интернет-мем и политика. *Политическая лингвистика*, (1), 69–73.

Лук, А. Н. (1977). *Юмор, остроумие, творчество*. Москва: Искусство.

Мартин, Р. (2009). *Психология юмора*. Санкт-Петербург: Питер.

Павлов, А. В. (2014). *Постыдное удовольствие: философские и социально-политические интерпретации массового кинематографа*. Москва: Изд. дом Высшей школы экономики.

Семенова, Т. В. (2014). *Социальная психология комического: социальное познание, компетентное общение, эмоциональная регуляция, личностное саморазвитие, теоретико-эмпирические исследования*. Самара: ПГСГА.

Цветков, А. В. (2004). Юмор и стили реакции личности на критическую ситуацию. В *Материалы второй научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых МПСИ: тезисы докладов, Москва, 2004.* (с. 27–29). Взято из <https://www.docsity.com/ru/yumor-i-stili-reakcii-lichnosti-na-kriticheskuyu-situatsiyu/1153284/>

Эпштейн, О. В. (2013). Лингвокультурный феномен черного юмора. *Интеллект. Инновации. Инвестиции*. Спец. выпуск, с. 126–130.

Willinger, U., Hergovich, A., Schmoeger, M., Deckert, M., Stoetner, S., Bunda, J., ... Auff, E. (2017). Cognitive and emotional demands of black humour processing. *Cognitive Processes*, 18(2), 159–167. doi:10.1007/s10339-016-0789-y

References

Berestnev, G. I., & Tsvetkova, A. A. (2017). Chernyy yumor kak sposob filosofstvovaniya [Black humour as the way of philosophizing]. *Vestnik Baltiyskogo federalnogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Filologiya, pedagogika, psihologiya*, (3), 13–27. (in Russian)

Borev, Yu. B. (1970). *Komicheskoye* [Comical]. Moscow: Iskusstvo. (in Russian)

Gavrilenko, D. A. (2017). Razrusheniye tabuirovannykh tem kak spetsificheskaya kharakteristika chernogo yumora (na materiale pesy Martina Makdonoha «Kaleka s ostrova Inishmaan») [The destruction of taboo themes as a specific characteristic of black humor (based on the play by Martin McDonagh «The Cripple of Inishmaan»)]. *Aktualnyye problemy sovremennogo obschestva: sbornik materialov XIV Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii molodykh uchonykh, Novosibirsk, 16-17 noyabrya, 2017 g.* (pp. 21–25). Novosibirsk: NGTU. (in Russian)

Gavrilov, G. A., & Kiselev, K. V. (2004). Yumoristicheskiye strategii v politicheskoy reklame [Humorous strategies in political advertising]. *Antinomii*, (5), 355–384. (in Russian)

Golovska, I. G., Okul, I. I. (2019). *Psikhologichnyi aspekt chornoho humoru* [Psychological aspect of black humor]. *Aktualni problemy praktychnoi psikhologii: zbirnyk naukovykh prats Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi internet-konferentsii, Odesa, 19 kvitnia, 2019 r.* (pp. 17–20). (in Ukrainian)

Gornostaeva, A. A. (2018). Granitsy dozvolennogo v politicheskom diskurse: ironichnost, chernyy yumor, destruktivnost, skvernosloviye [Boundaries of what is permitted in political discourse: irony, black humor, destructiveness, profanity]. *Politicheskaya lingvistika*, (1), 57–66. (in Russian)

Egorova-Gantman, E. V., Pleshakov K. V., & Baybakova, V. B. (1999). *Politicheskaya reklama* [Political advertising]. Moscow: Nikkolo-Media. (in Russian)

Epshteyn, O. V. (2013). Lingvokulturnyy fenomen chernogo yumora [Linguistic phenomenon of black humor]. *Intellekt. Innovatsii. Investitsii*. pp. 126–130. (in Russian)

Evstafyeva, M. A. (2017). Tematicheskoye pole chernogo yumora [Thematic field of black humor]. *Vestnik Baltiyskogo federalnogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Filologiya, pedagogika, psihologiya*, (4), 24–31. (in Russian)

Kanashina, S. V. (2017). Internet-mem i politika [Internet meme and politics]. *Politicheskaya lingvistika*, (1), 69–73. (in Russian)

Luk, A. N. (1977). *Yumor, ostroumiye, tvorchestvo*. Moscow: Iskusstvo. (in Russian)

Martin, R. (2009). *Psikhologiya yumora* [Psychology of humor]. Sankt-Peterburg: Piter. (in Russian)

Pavlov, A. V. (2014). *Postydnoye udovolstviye: filosofskiye i sotsialno-politicheskiye interpretatsii massovogo kinematografa* [Shameful pleasure: philosophical and socio-political interpretations of mass cinema]. Moscow: Vysshaya shkola ekonomiki. (in Russian)

Semenova, T. V. (2014). *Sotsialnaya psikhologiya komicheskogo: sotsialnoye poznaniye, kompetentnoye obscheniye, emotsionalnaya regulyatsiya, lichnostnoye samorazvitiye, teoretiko-empiricheskiye issledovaniya* [Social psychology of the comical: social cognition, competent communication, emotional regulation, personal self-development, theoretical and empirical research]. Samara. (in Russian)

Tsvetkov, A. V. (2004). Yumor i stili reaktsii lichnosti na kriticheskuyu situatsiyu [Humor and styles of personal reaction to a critical situation]. *Materialy vtoroy nauchno-prakticheskoy konferentsii studentov, aspirantov i molodykh uchenykh MPSI: tezisy dokladov, Moskva, 2004.* (pp. 27–29). Retrieved from <https://www.docsity.com/ru/yumor-i-stili-reakcii-lichnosti-na-kriticheskuyu-situatsiyu/1153284/> (in Russian)

Willinger, U., Hergovich, A., Schmoeger, M., Deckert, M., Stoetner, S., Bunda, J., ... Auff, E. (2017). Cognitive and emotional demands of black humour processing. *Cognitive Processes*, 18(2), 159–167. doi:10.1007/s10339-016-0789-y. (in English)

Zamerchenko, N. I. (2015). Kommunikativnyye tabu v nemetskoy i russkoy lingvokulturakh [Communicative taboos in German and Russian linguistic cultures]. *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kulturologii.* Materialy XLIX mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, Novosibirsk, 15 iyunya 2015 g. Novosibirsk. Retrieved from <https://sibac.info/conf/philolog/xlix/42436> (in Russian)

Zelezinskaya, L. A. (2012). Yumor kak sposob vzaimodeystviya subyektov politicheskoy sistemy [Humor as a way of interaction of subjects of the political system]. *Sotsium i vlast*, 6 (38), 106–110. (in Russian)

Додаток.

Приклади тез із авторської анкети

Інструкція. Уявіть, що зараз розпал виборчої кампанії. Політики повідомляють про свої позиції та плани. Нижче ви побачите 7 блоків по 4 тези – висловлювання, які відображають підхід до проблеми. Підходи різні, і сформульовані вони по-різному. Уявіть, що ви голосуєте не за політика, а за тезу: оберіть ту, за яку б ви віддали голос в першу чергу, за яку – в другу і т. д.

Теза	Оцінка
Блок 2	
У нас є дві проблеми: величезна кількість бездомних і дірки в бюджеті. Усе це легко вирішити, якщо скасувати пенсійне страхування. З'являться і гроші, і вільні квартири.	
Ми скасуємо пенсійне страхування.	
Ми збільшимо пенсії.	
У нас є дві проблеми: величезна кількість бездомних і дірки в бюджеті. Усе це легко вирішити, якщо скасувати пенсійне страхування. З'являться і гроші, і вільні квартири. Але, можливо, для цих проблем знайдеться інше рішення?	
Блок 5	
У нашій країні на боротьбу з корупцією виділено 50 мільйонів, а в Китаї – 50 кладовищ. Відтворимо успішний досвід!	
Ми запровадимо смертну кару за корупційні злочини.	
Ми створимо комісію, яка стежитиме за доцільністю витрат на боротьбу з корупцією.	
У нашій країні на боротьбу з корупцією виділено 50 мільйонів, а в Китаї – 50 кладовищ. Ми пропонуємо витрачати кошти доцільніше, поки не прийшли ті, хто повторить у нас китайський досвід.	
Блок 7	
Уже давно обговорюється тема сімейного насильства. Але нічого не робиться. Ми підготували серйозний проєкт для Міністерства юстиції, який вирішить проблему, – «Розлучення на добу».	
Ми дамо можливість припиняти шлюб на 24 години.	
Ми візьмемося за проблеми сімейного насильства.	
Уже давно обговорюється тема сімейного насильства. Начебто нічого не робиться. Але команда одного з кандидатів підготувала проєкт для Міністерства юстиції, який легко вирішує проблему – «Розлучення на добу». Ми вирішимо цю проблему по-іншому – подоласмо сімейне насильство за допомогою законодавства та шляхом його дотримання.	

УДК 159.923.2 : 316.64 – 32

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-39>

Дроздова Марина Анатоліївна

кандидат психологічних наук, доцент,
доцент кафедри екологічної психології та соціології,
Національний університет «Чернігівський колегіум»
імені Т. Г. Шевченка, м. Чернігів, Україна
ORCID ID 0000-0002-1388-4955

dalmar@ukr.net

ДИНАМІКА УЯВЛЕНЬ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ ПРО ІДЕАЛЬНОГО ПОЛІТИЧНОГО ЛІДЕРА: З ДОСВІДУ ВИКОРИСТАННЯ МЕТОДИКИ Л. СОНДІ

Представлено результати авторського емпіричного дослідження підсвідомих уявлень студентської молоді про ідеального політичного лідера. Такі уявлення, що є невід'ємним складником побутової політичної свідомості, можна вивчати за допомогою проєктивної методики Л. Сонді. Крім цих уявлень, методика дає змогу виявляти латентні особливості настановлень (які насправді є очікуваннями) власне виборців. Дослідження проводилося 2003 р. серед студентів м. Чернігів ($n = 120$) і 2019 р. серед студентської молоді двох регіонів України – Донбасу (м. Старобільськ, $n = 60$) та Північного Сходу (м. Чернігів, $n = 67$). Його метою було вивчення динаміки молодіжних уявлень про ідеального політичного лідера протягом певного періоду та актуальних на сьогодні регіональних особливостей цих уявлень. Виявлено певну динаміку уподобань чернігівської студентської молоді щодо ідеального лідера. Зокрема показано, що нині молоді громадяни поряд із «фемінінними» політичними лідерами (яких здебільшого обирали півтора десятиліття тому) віддають перевагу ще й «маскулінним», а саме: активним, рішучим, владним. Портретні вибори чернігівської молоді і Донбасу засвідчили прояв низки спільних тенденцій: в обох групах популярним виявився портрет екстравертованого, емоційного, активного, рішучого, готового до суперництва лідера; усі найпопулярніші портрети були чоловічими. Поряд із тим у виборах представників сходу України (старобільських студентів) також простежувалися настановлення (очікування) «етико-гуманістичного» та «активно-агресивного» типів, тоді як серед чернігівців – «еротично-гуманістичного». Отримані результати можуть становити інтерес не тільки для політичної психології (виявлення специфіки буденної політичної свідомості й регіональних політичних субкультур), а й для психодіагностики, в аспекті адаптації тесту Л. Сонді або створення нової спеціалізованої політико-психологічної методики. Перспективним

напрямом подальших досліджень видається вивчення специфіки підсвідомого (іраціонального) сприймання політичних лідерів представниками інших регіонів країни, а також інших вікових груп.

Ключові слова: уявлення; образ; ідеальний політичний лідер; тест Л. Сонді; підсвідомість; молодь.

Maryna A. Drozdova

Candidate of Psychological Sciences, Assistant Professor,
Assistant Professor of Department of Ecological Psychology and Sociology,
T. H. Shevchenko National University «Chernihiv Colehium»,
Chernihiv, Ukraine
ORCID ID: 0000-0002-1388-4955
dalmar@ukr.net

**DYNAMICS OF THE STUDENTS PERCEPTION
OF AN IDEAL POLITICAL LEADER. APPLYING L. SONDI'S TEST**

The article presents the author's empirical study outcomes that show students' subconscious perceptions of an ideal political leader. Such perceptions are the integral part of the public political consciousness and they can be studied on the basis of L. Sondi's test. Besides, the test helps identify latent features of the voters' attitudes (which are actually expectations). The study was conducted in 2003 among students in Chernihiv city ($n = 120$) and in 2019 among students in two regions of Ukraine – Donbas (Starobilsk, $n = 60$) and North-East Ukraine (Chernihiv, $n = 67$). It focused on studying the dynamics of youth perceptions about an ideal political leader during a certain period of time and based on the current regional features of these perceptions. Chernihiv student youth demonstrated a certain dynamics of preferences towards the ideal leader. The study showed that along with 'Feminine' political leaders (who were mostly elected a decade and a half ago) today young Ukrainian citizens prefer also 'masculine' leaders who are active, decisive, and powerful. When young Ukrainians in Chernigiv and Donbass examined the portraits of potential leaders, a certain tendency was documented. Thus, in both groups the portrait of an extroverted, emotional, active, decisive, and ready for competition leader turned out to be popular. Moreover, men were painted in all popular portraits. It should be noted though, the East Ukrainian students (for example, from Starobilsk) were expecting also to see 'ethical-humanistic' and 'active-aggressive' type of men as a political leader, while the students from Chernihiv preferred 'erotic-humanistic' leader. The obtained results can be of interest for psychodiagnostics, in view of L. Sondi's test adaptation or creating a new specialized political-psychological methodology, not only for political psychology (revealing the specifics of everyday political consciousness and

regional political subcultures). Focusing on specifics of subconscious (irrational) perception of political leaders by other regions representatives, as well as other age groups appears to be promising for further research.

Keywords: perceptions, image; ideal political leader; L. Sondi test; unconscious; youth.

Постановка проблеми. Вивчення образів та уявлень про владу і політичних лідерів є одним із традиційних напрямів політико-психологічних досліджень у світовій науці (Bass, & Stogdill, 1990; Leadership Theory and Research, 1993). Значна увага цій проблематиці приділяється також у вітчизняній політичній психології (Вознесенська, 1999; 2003; Гайворонська, 2008; Грабовська, 2006; Дроздова, 2004; Петрунько, & Фролов, 2011). Зокрема, вивчаються: особливості уявлень про політиків серед різних верств населення, обумовленість цих уявлень різними групами чинників (демографічними, індивідуально-психологічними, соціально-психологічними), образи реальних політиків та ідеального політичного лідера тощо. Разом із тим зарубіжних та вітчизняних науковців цікавить ірраціональний, емоційний, підсвідомий характер сприймання образу політичного лідера (Андрианов, 1997; 2007; Казміренко, 2003; Sears, 1969; 2005; Шелекасова, 2000; Шестопал, 1997; Шестопал, & Новикова-Грунд, 1996; Новикова-Грунд, 2000). Більше того, з'ясовано, що раціональні та ірраціональні уявлення про політичні постаті можуть збігатися. Так, свого часу О. Шестопал стверджувала, що повноцінне вивчення уявлень про політичних лідерів має містити три аспекти: 1) дослідження раціонального рівня сприйняття політиків; 2) аналіз підсвідомого (емоційного) рівня цього сприйняття; 3) порівняння усіх цих компонентів (Шестопал, 1997).

Згадані вище наукові розвідки, а також власний досвід проведення подібних досліджень дають нам підстави говорити про важливість вивчення політичних образів та уявлень, у т. ч. й на підсвідомому рівні. У цьому контексті актуальності набуває використання проєктивних методик. Можна цілком погодитися з думкою вітчизняної дослідниці О. Скар про те, що «проєктивні методики є ефективними для дослідження певних політико-психологічних феноменів масової свідомості і зокрема для вивчення неусвідомлюваних аспектів системи політичних ставлень, відкриваючи доступ до такого досвіду, що в буденному житті зазвичай є слабо- чи малоусвідомлюваним...» (Скар, 2017, с. 82). Політико-психологічні дослідження, що ґрунтувалися на проєктивних методах і методиках, спиралися на використання в роботі з досліджуваними кольорових асоціацій (Андрианов, 1997), образів тварин (Шестопал, & Новикова-Грунд, 1996), незакінчених речень

(Вознесенська, & Тамакова, 2001), портретних виборів Сонді (Илюхина, & Дорофеев, 1996; М. Дроздова, 2004; 2019). З переліку означеного психодіагностичного інструментарію методика портретних виборів Л. Сонді видається нам перспективною з двох причин. По-перше, як стимульний матеріал у тесті використовуються портрети людей, тобто стимули, які серед іншого подібні до образів політичної реклами. По-друге, методика дає змогу виявляти підсвідомий рівень мотиваційно-потребової сфери особистості, тобто визначати психологічні особливості самих виборців.

Зважаючи на вищесказане, зупинімося на характеристиці методики. Теоретичною основою тесту, розробленого в 1930-х рр. угорським психологом Леопольдом Сонді (1893–1986), стала його авторська концепція генетичного детермінізму (так званий долеаналіз). Згідно з цією концепцією, індивід, обираючи шлюбного партнера, підсвідомо «тяжіє» до представників родин з тими самими патологіями, що й у власному роді. Отже, психологічна діагностика особистості базується на вивченні її ставлення до осіб з різними патологічними відхиленнями (Джос, 1997). І хоча згодом концепцію було відкинуто більшістю вчених, стимульний матеріал методики Сонді досі використовують у психологічних дослідженнях.

На 48 стандартних картках методики відтворено людські портрети, що відображають 8 типів психопатології, до яких прив'язані певні фактори дослідження та відповідні категорії характерологічних рис: сексуальна недиференційованість / диференційованість («h»), садизм («s»), епілепсія («e»), істерія («hy»), кататонія / кататонічна шизофренія («k»); параноя / параноїдальна шизофренія («p»), депресія («d») та манія («m»). Згідно з Л. Сонді, кожний фактор співвідноситься з певною потребою (потягом), а також із певними характерологічними рисами. Усі фактори згруповано у 4 основні вектори: S – сексуального потягу (об'єднує фактори «h» і «s»); P – так званий пароксизмальний потяг, який є основою морально-етичної поведінки (фактори «e» і «hy»); Sch – сфера «Я-потягу» (фактори «k» і «p»); C – сфера контактного потягу, міжособових стосунків (фактори «d» та «m»). Отже, структура факторів є полюсною, тобто має додатний або від'ємний полюс вияву; крім того, фактори згруповано в певний вектор (табл. 1).

Таблиця 1

Особистісні вектори і фактори за Л. Сонді

Вектор S (сексуального потягу)		Вектор P (пароксизмального потягу)		Вектор Sch (Я-потягу)		Вектор C (контактного потягу)	
Н	S	Е	Н _у	К	Р	Д	М
Потреба в коханні	Садомазохізм	Потреба в етичній поведінці	Потреба в моральній поведінці	Потреба в звуженні «Я»	Потреба в розширенні «Я»	Пошук нового об'єкта	Збереження та відторгнення об'єкта
h +	s +	e +	h _у +	k +	p +	d +	m +
Особисте кохання: м'якість характеру, ніжність	Садизм: жорсткість, владність	Тяжіння до доброти: сердечність («риси Авеля»)	Експібіціонізм, демонстративність: жаждо слави та схвалення, честолюбство	Тяжіння до привласнення: егоїзм, розсудливість	Ентузіазм, переоцінка себе, екстраверсія	Непосійність, допитливість	Збереження об'єкта, соціабельність
h -	s -	e -	h _у -	k -	p -	d -	m -
Любов до людства: тяжіння до культури, природи	Мазохізм: покірність, самовідданість	Тяжіння до зла, ворожість, злобність («риси Каїна»)	Скритність, сором'язливість, боязкість схвалення	Тяжіння до заперечення: деструкція	Недооцінка себе, недовіра, інтроверсія	Вірність, інертність	Відторгнення об'єкта, самотність

Переважну більшість портретів Л. Сонді запозичив із наукових праць В. Вейганда, С. Стробля та М. Хіршфельда (Бурлачук, & Морозов, 1999; Джос, 1996; 1997; Собчик, 2000), а чотири – дібрав сам. Усі картки згруповано в 6 серій по 8 у кожній (по одному портрету з кожного типу психопатологій, які презентують відповідні категорії).

За якістю виборів виділяють типи реакцій: позитивні (досліджуваний обирає всі або майже всі портрети, які розцінює як симпатичні; цей тип реакції свідчить про потреби, готові до розрядки); негативні (досліджуваний обирає всі або майже всі антипатичні для нього портрети; така реакція вказує на потреби, які ним пригнічуються, витісняються у підсвідомість); амбівалентні (кількість позитивних і негативних виборів однакова або приблизно однакова; така реакція свідчить про наявність одночасно двох протилежних тенденцій).

Стандартна процедура передбачає вибір досліджуваним двох симпатичних і двох антипатичних для нього портретів з кожної серії. Аналіз результатів базується на підрахунку загальної кількості позитивних (симпатичних для досліджуваного) і негативних (несимпатичних йому) виборів

портретів, які представляють той чи інший фактор, за усіма 6 серіями. За кількістю виборів виокремлюють такі види реакцій досліджуваного: повна – обирається 5-6, мінімум 4 портрети однієї категорії (або фактору дослідження за Л. Сонді); така реакція свідчить про найактуальніші потреби; середня – обирається 2-4 портрети однієї категорії (така реакція характерна для потреб, виражених не надто сильно); нульова – досліджуваний не обирає жодного портрета цієї категорії або обирає лише один портрет (така реакція вказує на неактуальні потреби). Під час визначення видів реакцій (повної, середньої, нульової), за Л. Сонді, не важливо, робить досліджуваний позитивний або негативний вибір, тобто визначає зображення людей як симпатичні або несимпатичні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виокремлення нерозв'язаних частин загальної проблеми. На жаль, у політико-психологічних дослідженнях уявлень про владу та політичних лідерів тест Сонді використовують дуже рідко. Першими звернулися до нього російські науковці (Илюхина, & Дорофеев, 1996). Ми ж провели таке дослідження із застосуванням згаданої методики на початку 2000-х років (Дроздова, 2004; Хоменко, 2004), а згодом – С. Походенко (Походенко, 2011). Актуальність та перспективність таких досліджень зумовлена кількома аспектами. По-перше, останнім часом багато чого змінилося в суспільно-політичному та економічному становищі України, що зі свого боку спричинило формування нової політичної культури населення, у т. ч. молоді. У цьому контексті, на нашу думку, інтерес становлять наукові розвідки лонгітюдного характеру, мета яких – простежити зміни в політичних атитюдах молодих громадян. По-друге, війна на Донбасі, що триває вже кілька років поспіль, позначилася на масовій свідомості українського населення. А тому все більшого значення набуває регіональний аспект вищезгаданих досліджень, зокрема порівняння уявлень громадянина про ідеального політика на Донбасі з уявленнями громадян з інших регіонів.

Мета нашого дослідження – вивчення динаміки уявлень про ідеального політичного лідера серед студентської молоді північно-східного регіону України (Чернігівщина), а також порівняння цих уявлень з уявленнями студентів Донбасу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до поставленої мети було проведено комплексне емпіричне дослідження у два етапи. На *першому етапі* (вересень 2003 р.) участь у дослідженні взяли 120 студентів Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т. Г. Шевченка (29 юнаків, 90 дівчат, 1 особа не зазначила статі) спеціальностей «Історія та англійська філологія», «Історія та українознавство», «Історія та соціальна педагогіка», «Історія та релігієзнавство» (Дроздова, 2004; Хоменко, 2004). На *другому етапі* (березень 2019 р.) вибірку утворили 127 студентів (52 юнаки,

74 дівчини, 1 особа не зазначила статі). Ця група складалася з двох різних регіональних підгруп, що представляли Луганську і Чернігівську області. До першої підгрупи досліджуваних (n=67) увійшли студенти Національного університету «Чернігівський колегіум» ім. Т. Г. Шевченка (м. Чернігів) спеціальностей «Історія», «Психологія», «Соціальна робота». Другу підгрупу (n=60) склали студенти Луганського національного університету ім. Тараса Шевченка (евакуйованого до м. Старобільськ) спеціальностей «Соціологія», «Соціальна робота», «Міжнародні відносини», «Історія» та «Політологія». Зауважимо, що другий етап дослідження проводився під час президентської передвиборчої кампанії в Україні 2019 р. На наш погляд, обрана процедура дослідження дає підстави розглядати його як соціально-психологічний лонг-тітподний квазіексперимент (тривалістю майже 16 років).

На обох етапах дослідження (яке було анонімним) використовувався повний (48 карток) набір стимульних портретів тесту Сонді в 6 серіях. Оскільки завданням нашого дослідження було вивчення уявлень студентської молоді про ідеального політичного лідера, тобто не йшлося про клінічне дослідження, то ми певним чином спростили саму процедуру дослідження: у кожній серії студенти мали обрати портрет людини, за яку б вони віддали свій голос на виборах Президента країни.

Аналіз результатів *першого етапу* дослідження (табл. 2) дав змогу виявити низку цікавих, на наш погляд, тенденцій.

Таблиця 2

**Розподіл результатів дослідження за категоріями портретів
(2003 р., Чернігів)**

Середня кількість виборів	Типи портретів								Найпопулярніші портрети*
	h	s	e	hy	k	p	d	m	
загалом по вибірці	0,8	0,6	0,9	0,6	0,2	0,7	0,1	0,4	I.6.e (48,3 %), V.7.h (33,3%), IV.7.e (27,5%), IV.6.s. (24,2%)
чоловіки	0,9	0,6	1,0	0,4	0,2	0,9	0,03	0,4	I.6.e. (44,8%), V.7.h (27,6%), IV.7.e (27,6%), I.3.p. (24,2%)
жінки	0,8	0,6	0,9	0,6	0,2	0,7	0,1	0,4	I.6.e (50,0%), V.7.h (35,6%), IV.6.s (28,9%), IV.7.e (27,8%)

*Примітка. Кожний портрет мав свій код згідно з категорією та серією дослідження.

Загальна вибірка. Структуру підсвідомих уявлень про ідеального лідера утворили переважно типи «h» і «e». Отже, можемо припустити, що на період дослідження (2003 р.) від такого лідера молоді люди очікували проявів м'якості, ніжності, сердечності, доброти, а також здатності до співчуття, терпимості тощо, тобто власне «людських» рис (імовірно, їх

бракувало багатьом тогочасним політикам). Однак припускаємо, що й самі опитані могли мати схожі характерологічні особливості (зокрема фемінінні риси), що частково визначило їхні вибори. Крім того, на виборах студентів могли позначитися певні особливості юнацького віку (сентиментальність, бажання подобатись іншим, потреба в любові), які відповідають сутності фактора «h». Найпопулярнішими портретами в загальній вибірці виявилися I.6.e. і V.7.h. Їх обрали відповідно майже половина та понад третину досліджуваних (рис. 1). Окрім вищесказаного, зазначимо, що популярність портретів серії «h» зумовлена, на наш погляд, тим, що портрети з фемінінними рисами фактично є більш симпатичні порівняно з портретами інших клінічних груп.

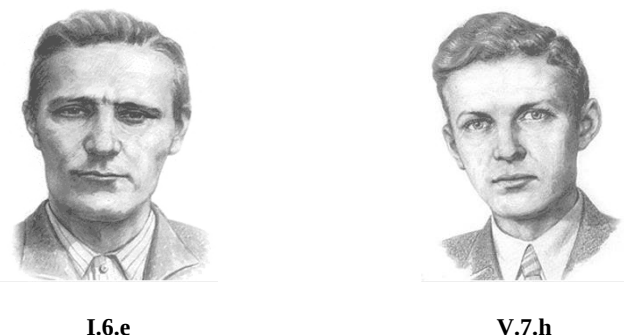


Рис. 1. Найпопулярніші портрети ідеальних політичних лідерів (2003 р., Чернігів.)

З огляду на отримані дані можемо виокремити досить своєрідну тенденцію: усі найпопулярніші портрети ідеальних політичних лідерів є чоловічими. Прикметно, що така закономірність простежується і в чоловічій, і в жіночій підгрупах. Натомість вік обраних типажів коливається в широкому діапазоні: від досить юного (портрет V.7.h) до літнього (IV.6.s). Найпопулярніший ідеальний політичний лідер (портрет I.6.e.) в уявленні респондентів – це відносно молодий (30-35 років) чоловік з уважним, емоційно-нейтральним виразом обличчя.

Жіноча група. У структурі підсвідомих уявлень студенток про ідеального лідера переважали типи «e» і «h», тобто дівчата обирали здебільшого політиків з фемінінними рисами, що загалом є логічним для жінок.

Чоловіча група. У структурі підсвідомих уявлень юнаків про бажаного лідера загалом були представлені типи «e», «h» і «p». Якщо вибір перших двох типів був характерним для обох статевих груп, то портрети серії «p» частіше обирали юнаки. Припускаємо, що у них на той час

більше, ніж у дівчат, виявлялася потреба в розширенні власного «Я», а також домінували ентузіазм, переоцінка себе, екстравертованість. Найімовірніше, ідеальний політичний лідер уявлявся їм як чоловік із біполярними і взаємодоповнювальними рисами. Отже, м'якість характеру, доброта, емпатійність і терплячість мали поєднуватися в нього із самовпевненістю, емоційністю, екстравертованістю та жадобою влади.

Результати *другого етапу* дослідження (табл. 3; 4) також засвідчили прояв низки цікавих тенденцій.

Таблиця 3

**Розподіл результатів дослідження за категоріями портретів
(2019 р., Чернігів)**

Середня кількість виборів	Типи портретів								Найпопулярніші портрети
	h	s	e	hy	k	p	d	m	
загалом по вибірці	1,3	0,9	0,7	0,5	0,3	1,3	0,3	0,7	II.6.p (50,7%), V.7.h (41,8%), III.1.h (40,3%), VI.5.p (38,8%)
чоловіки	1,3	0,6	1,0	0,3	0,3	1,2	0,4	0,9	II.6.p (50%), VI.1.m (50%), V.7.h (45,8%)
жінки	1,3	1,0	0,6	0,6	0,2	1,4	0,3	0,7	II.6.p (51,2%), VI.5.p (48,8%), III.1.h (44,2%)

Молодь Чернігівського регіону. У структурі підсвідомих уявлень про ідеального лідера переважали типи «р» і «h». Напевно, нині від такого лідера більше очікують прояву маскулітних (екстраверсія, жага влади, почуття суперництва) та фемінінних (теплота, м'якість, сердечність) рис. Крім того, на політичних уподобаннях сучасної молоді могли також позначитися, на нашу думку, її психологічні особливості. Припускаємо, що значною мірою на формування цих особливостей вплинула сучасна соціально-політична ситуація в Україні (російсько-українська війна, внутрішньополітичні конфлікти), призвівши до появи в певній частини досліджуваних ворожості, схильності до звинувачень, злопам'ятності, бажання знайти винуватців (зміст фактору «р»). Можна також припустити, що на тлі подій останнього періоду в молодіжному середовищі зростає частка осіб, які за своїми характеристиками певною мірою нагадують відомий у гуманітарних науках пасіонарний тип особистості. Цьому типові властиві активність, одержимість, ризикованість, яскраво виражене прагнення змін у світі.

Найпопулярнішими в чернігівській вибірці виявилися портрети II.6.p, V.7.h і III.1.h, їх обрало майже 40% досліджуваних (рис. 2).

Зауважимо, що в кожного другого респондента попитом користувався портрет П.6.р. (Цей факт ще раз підтверджує наше припущення про прагнення значної частини опитаних до суспільних змін). Найпопулярнішого ідеального політичного лідера, згідно із цим портретом, молодь уявляє як чоловіка приблизно 50-ти років, досить консервативної зовнішності (вуса і борідка характерні для першої половини ХХ ст.), із серйозним, задумливим, дещо похмурим виразом обличчя. Саме такий лідер, на думку опитаних, здатний навести лад у країні.



П.6.р

V.7.h

III.1.h

Рис. 2. Найпопулярніші портрети ідеальних політичних лідерів (2019 р., Чернігів).

Тенденція обирати портрети за типом «h» і «p» спостерігається також у чоловічій і жіночій підгрупах. Як і на першому етапі, молодь обох підгруп найчастіше обирала портрети чоловіків, цього разу порівняно молодого і дещо старшого (однак не літнього) віку.

Порівняння результатів, отриманих на першому і другому етапах дослідження серед опитаних Чернігівщини, показало, що політичні уподобання зумовлені суб'єктивними (особистісними особливостями виборців) та об'єктивними (ситуація в країні, особливості реальних політичних лідерів) чинниками. Так, на початку 2000-х років у країні спостерігалася більш стабільна (порівняно з нинішнім часом) суспільно-політична й економічна ситуація. Мабуть, тому тоді була потреба насамперед у м'яких, добросердечних, співчутливих, поміркованих лідерах (що й зумовило вибір портретів за типами «h» і «e»). Причому на останніх, судячи з результатів, молоді громадяни частково проєкували власні особистісні риси. Натомість наприкінці 2010-х років з їхніми соціально-політичними катаклізмами ніжність і сердечність уже поступилися місцем прагненню до діяльності, рішучості, владності (вибір портрета за типом «p»). Зазначимо, що ця

тенденція означилася ще на початку 2000-х років серед представників чоловічої статі, однак настільки вираженою тоді вона ще не була.

Зважаючи на складну політичну ситуацію в Україні і, як наслідок, на формування різних політичних культур у різних регіонах держави, важливим видається порівняти образи ідеального політичного лідера на прикладі студентів Чернігівщини і Луганщини. Тим більше, що, на відміну від першого, «відносно спокійного», регіону, другий кілька років поспіль є ареною активних бойових дій. Аналіз результатів дослідження в м. Старобільську (табл. 4) дає підстави вести мову про такі тенденції.

Таблиця 4

**Розподіл результатів дослідження за категоріями портретів
(2019 р., Старобільськ)**

Середня кількість виборів	Типи портретів								Найпопулярніші портрети
	h	s	e	hy	k	p	d	m	
загалом по вибірці	1,1	1,0	0,9	0,6	0,3	1,2	0,2	0,7	П.6.p (41,7%), I.6.e (40%), IV.6.s (40%), V.7.h (36,7%)
чоловіки	0,9	1,0	1,0	0,4	0,4	1,4	0,1	0,8	П.6.p (42,9%), V.4.p (42,9%), I.6.e (39,3%), IV.6.s (35,7%)
жінки	1,2	1,0	0,9	0,7	0,3	1,1	0,3	0,6	IV.6.s (45,2%), V.7.h (45,2%), П.6.p (41,9%), I.6.e (41,9%)

Молодь Луганського регіону. Структуру підсвідомих уявлень про ідеального лідера утворили переважно типи «р» і «h». Отже, як і чернігівці, мешканці Донбасу від такого лідера очікують прояву як фемінінних, так і маскуліनних рис (причому останнім надається дещо більша значущість). Припускаємо, що бойові дії суттєво позначилися на психологічних особливостях молодих громадян Луганщини, посприявши зростанню їхньої активності, ризикованості, ентузіазму, одержимості, прагнення до змін і водночас ворожості, бажання покарати винуватців тощо. Отже, як і в чернігівській вибірці, тут теж спостерігаємо прояв окремих рис пасіонарного типу особистості.

Найпопулярнішими у вибірці Луганського регіону виявилися портрети П.6.p, I.6.e, IV.6.s, їх обрало по 40% досліджуваних (рис. 3). Цікаво, що тут представлені чоловіки різного віку – від досить молодого до літнього. Причому кожен обраний портрет символізує різні характеристики: рішучість і одержимість («р»), доброту і сердечність («e»), жорстокість і

владність («s»). Жоден із них, проте, не домінував у виборах. Отже, серед опитаних Луганщини не можна простежити якусь одну найбільш виражену соціально-психологічну та/або політичну тенденцію.



II.6.p

I.6.e

IV.6.s

Рис. 3. Найпопулярніші портрети ідеальних політичних лідерів (2019 р., Старобільськ)

Аналіз результатів за статевими підгрупами показав, що дівчата віддавали перевагу популярним портретам серій «h» і «p», а от хлопці обирали найчастіше портрети за типом «p», тобто більш маскуліnnий образ ідеального політичного лідера (що є цілком очікуваним).

Порівняльний аналіз результатів за регіонами показав, що серед студентів Чернігівщини і Луганщини найбільш популярним є портрет II.6.p. (Нагадаємо, що другий етап дослідження проводився під час виборчої кампанії). І хоча візуальний образ Володимира Зеленського, обраного Президентом більшістю громадян (особливо молоддю), і вищезгаданий портрет ідеального політичного лідера суттєво відрізняються, проте певні характеристики (екстравертованість, емоційність, ентузіазм, почуття суперництва тощо – за фактором «p») у них схожі. Тому можемо говорити про низку спільних тенденцій у виборах політичного лідера на раціональному та ірраціональному рівнях політичної свідомості молоді досліджуваних регіонів. Іншою спільною тенденцією є вибір респондентами обох регіонів саме чоловічих найпопулярніших портретів. Це свідчить про зумовленість політичних уподобань значної частини сучасної молоді статеворольовими стереотипами, що досі панують у вітчизняній культурі. Згідно з цими стереотипами політика традиційно вважається чоловічою справою.

Спостерігається також регіональна специфіка виборів найпопулярніших портретів. Наприклад, чернігівці частіше обирали портрети серії «h» (виражена потреба в коханні, любові до людини/людства, м'якість

характеру), тоді як респонденти Луганщини перевагу віддавали портретові за типом «е» (потреба в етичній поведінці, доброта, милосердя, співчуття). Попри певну змістову схожість факторів «h» і «е», бачимо, що студенти Донбасу акцент роблять саме на етичних спонуваннях, людяності, співчутті, милосерді. Мабуть, воєнні дії в цьому регіоні зробили домінуючим для частини місцевої молоді бажання припинити агресію, вбивства. Водночас для іншої частини опитаних більш значущими є протилежні риси – рішучість, твердість, прагнення активно захищатися тощо, унаслідок чого популярності серед респондентів Донбасу набув портрет серії «s».

Висновки та перспективи подальших досліджень

1. Підсвідомі уявлення про політичних лідерів – невід’ємний складник побутової свідомості молоді. Її уявлення можна досліджувати за допомогою тесту портретних виборів Л. Сонді. Специфіка тесту полягає в тому, що, окрім вищезгаданих уявлень, він дає змогу виявляти латентні психологічні характеристики (настановлення, очікування) самих виборців.

2. Результати лонгітюдного дослідження засвідчили певну динаміку в політичних уподобаннях молоді Північно-Східного регіону України. Наприклад, півтора десятиліття тому молоді респонденти більшою мірою тяжіли до «фемінінних» (добросердечних, м’яких за характером) політичних лідерів. Натомість нині вони поряд із «фемінінними» симпатизують ще й «маскулінним», тобто активним, рішучим, владним політичним постатям.

3. У виборах респондентів Чернігівщини і Луганщини простежуються дві спільні тенденції: перша – в обох регіонах популярним є екстравертований, емоційний, активний, рішучий, готовий до суперництва лідер, друга – уявлення молоді про ідеального політичного лідера базуються на статеворольовому стереотипові «політика – чоловіча справа», що й досі панує в масовій свідомості.

4. Регіональна специфіка уявлень молоді про ідеального політичного лідера зумовлена також воєнними діями на сході України. Зокрема, вибори луганських студентів більше пов’язані з настановленнями (очікуваннями) «етико-гуманістичного» та «активно-агресивного» типів, тоді як вибори чернігівців – з настановленнями «еротично-гуманістичного» характеру.

Перспективними в контексті означеної проблеми нам видаються дослідження специфіки підсвідомого (іраціонального) сприймання політичних лідерів представниками інших регіонів країни, а також інших вікових груп.

Подяка. Висловлюємо щиро подяку професору І. Ф. Кононову за допомогу в організації дослідження у м. Старобільську.

Список використаних джерел

Андреанов, М. С. (2007). *Невербальная коммуникация: психология и право*. Москва: Институт общегуманитарных исследований.

Андреанов, М. С. (1997). Эмоциональная составляющая политической культуры: на примере анализа цветовосприятия школьниками образов политических деятелей. *Политические исследования*, 2, 106 – 117.

Бурлачук, Л. Ф. & Морозов, С. М. (1999). *Словарь-справочник по психодиагностике*. Санкт-Петербург: Питер.

Вознесенська, О. Л. (2003). Політична міфологія як засіб пізнання та усвідомлення соціально-політичної реальності. *Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Освіта як фактор національної безпеки»*, 20 грудня 2002 р. (с. 333-342). Київ: Вид-во Академії муніципального управління.

Вознесенська, О. Л. (1999). *Соціально-психологічні стереотипи сприймання портретних зображень політично активних суб'єктів* (Автореф. дис. канд. психол. наук). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

Вознесенская, Е. Л. & Тамакова Т. А. (2001). Психологические аспекты политических идеалов социально активной молодежи. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*, 3, 163-167.

Гайворонська, О. М. (2008). *Вікові та гендерні особливості уявлень студентської молоді про імідж політичного діяча* (Автореф. дис. канд. психол. наук). Національна академія Державної прикордонної служби України ім. Богдана Хмельницького, Хмельницький.

Грабовська, С. (2006). Ідеальний політичний лідер в уяві студентів. *Соціальна психологія*, 4 (18), 28–37.

Джос, В. (1997). Леопольд Зонди и его тест. Будем знакомы! *Психологическая газета («ИМАТОН»)*, 6, 10–11.

Джос, В. (1996). Судьбоанализ: первые шаги в России. *Психологическая газета («ИМАТОН»)*, 7-8, 6–7.

Дроздова, М. А. (2004). Використання тесту Л. Сонді у політико-психологічних дослідженнях. *Соціальна психологія*, 6, 27–35.

Дроздова, М. А. (2019). Методика Л. Сонді як інструмент вивчення уявлень молоді про ідеального політичного лідера. *Матеріали II Всеукраїнського Конгресу із соціальної психології «Соціальна психологія сьогодні: здобутки і перспективи»* (с. 125-126). Київ.

Илюхина, Н. М. & Дорофеев, Е. Д. (1996). Представление о политическом лидере высшего эшелона власти: использование стимульного материала методики Сонди. *Психологическая газета («ИМАТОН»)*, 7/8, 7.

Казміренко, В. П. (2003). Особистісне прийняття відповідальності в політичному виборі. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 7 (10), 186–198.

Новикова-Грунд, М. В. (2000). «Свои» и «чужие»: маркеры референтной группы в политическом дискурсе. *Политические исследования*, 4, 82–93.

Петрунько, О. В. & Фролов, П. Д. (2011). Сукупний текст і прогнозування створюваного іміджу політика. (Ред.), *Інформаційний вплив: теорія і практика прогнозування* (с. 202–207). Київ: Міленіум.

Походенко, С. (2011). Соціальні уявлення про ідеального політичного лідера. *Освіта регіону*, 3. Взято з: <http://social-science.com.ua/article/582>

Скнар, О. М. (2017). *Потенціал проективних методик у формуванні політичної картини світу молоді*. Київ: Міленіум.

Собчик, Л. Н. (2000). *Введение в психологию индивидуальности*. Москва: ИПП.

Хоменко, М. А. (2004). Образ політичного лідера в уявленні студентської молоді. *Соціальна психологія*, 1, 46–52.

Шелекасова, Н. П. (2000). Бессознательные аспекты имиджа политического лидера. *Политические исследования*, 4, 130–132.

Шестопад, Е. Б. (1997). Оценка гражданами личности лидера. *Политические исследования*, 6, 57–72.

Шестопад, Е. Б., Новикова-Грунд, М. В. (1996). Восприятие образов двенадцати ведущих российских политиков (психологический и лингвистический анализ). *Политические исследования*, 5, 168 – 191.

Chemers, M. M, Ayman, R. (1993). *Leadership Theory and Research. Perspectives and Directions*. New York: Academic Press, Inc.

Bass, B. M., & Stogdill, R. M. (1990). *Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications*. New York: Simon and Schuster.

Sears, D. O. (2005). “Political Psychology.” In P. A. M. Van Lange (Ed.), *Bridging Social Psychology: Benefits of Transdisciplinary Approaches* (pp. 397–402). C. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Sears, D. (1969). *Political Behavior. The Handbook of Social Psychology*. Ed. by G. Lindzey. Second Edition. Vol. 5.

References

Andrianov, M. S. (1997). Emotsional'naya sostavlyayushchaya politicheskoy kul'tury: na primere analiza tsvetovospriyatiya shkol'nikami obrazov politicheskikh deyateley [Emotional component of political culture: on the example of analysis of color perception of political figures by schoolchildren]. *Politicheskiye issledovaniya*, 2, 106–117. (in Russian)

Andrianov, M. S. (2007). *Neverbal'naya kommunikatsiya: psikhologiya i pravo* [Non-verbal communication: psychology and law]. Moscow: Institut Obshchegumanitarnykh issledovaniy. (in Russian)

Bass, B. M., & Stogdill, R. M. (1990). *Handbook of Leadership: Theory, Research, and Managerial Applications*. New York: Simon and Schuster.

Burlachuk, L. F., & Morozov, S. M. (1999). *Slovar-spravochnik po psikhodiagnostike* [Reference Dictionary of psychological diagnostics]. St. Petersburg: Piter. (in Russian)

Chemers, M. M, Ayman, R. (1993). *Leadership Theory and Research. Perspectives and Directions*. New York: Academic Press, Inc.

Drozdova, M. A. (2004). Vykorystannia testu L.Sondi u polityko-psykholohichnykh doslidzhenniakh [L. Sondi test using in the political-psychological researches]. *Sotsial'na psykholohiya*, (6), 27–35. (in Ukrainian)

Dzhos, V. (1996). Sudboanaliz: pervyie shagi v Rossii [Fate analysis: first steps in Russia]. *Psikhologicheskaya gazeta (IMATON)*, (7/8), 6–7. (in Russian)

Dzhos, V. (1997). Leopold Sondi i ego test. Budem znakomyi! [Leopold Sondi and his test: will be acquainted]. *Psikhologicheskaya gazeta (IMATON)*, (6), 10–11. (in Russian)

Hayvorons'ka, O. M. (2008). Vikovi ta henderni osoblyvosti uyavlen' student-s'koyi molodi pro imidzh politychnoho diyacha [Age and gender peculiarities of students' ideas about the image of a politician] (Avtoref. dys. kand. psykhol. nauk). Natsional'na akademiya Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy im. Bohdana Khmel'nyts'koho, Khmel'nyts'kyy. Hrabov's'ka, S. (2006). *Ideal'nyi politychnyy lider v uiavi studentiv*. *Sotsial'na psykholohiya*, 4 (18), 28–37. (in Ukrainian)

Hrabov's'ka, S. (2006). *Ideal'nyy politychnyy lider v uyavi studentiv* [The ideal political leader in the imagination of students]. *Sotsial'na psykholohiya*, 4 (18), 28–37. (in Ukrainian)

Ilyuhina, N. M., Dorofeev, E. D. (1996). Predstavlenie o politicheskom lidere vyisshego eshelona vlasti: ispolzovanie stimulnogo materiala metodiki Sondi [Representation about political leader of higher echelon of power: using of stimuli material of Sondi method]. *Psikhologicheskaya gazeta (IMATON)*, (7–8), 7. (in Russian)

Kazmirenko, V. P. (2003). Osobystisne pryynyattya vidpovidal'nosti v politychnomu vybori [Personal acceptance of responsibility in political choices]. *Naukovi studii iz sotsial'noi ta politychnoi psykholohii*, 7 (10), 186–198. (in Ukrainian)

Khomenko, M. A. (2004). Obraz politychnoho lidera v uiavlenni studentskoi molodi [Political leader image in the student youth's representations]. *Sotsial'na psykholohiya*, (1), 46–52. (in Ukrainian)

Novikova-Grund, M. V. (2000). «Svoi» i «chuzhiye»: markery referentnoye gruppy v politicheskom diskurse [“Our Owns” and “Strangers”: markers of a reference group in political discourse]. *Politicheskkiye issledovaniya*, 4, 82–93. (in Russian)

Petrunko, O. V. & Frolov, P. D. (2011). Sukupnyi tekst i prohnozuvannia stvoriuvanoho imidzhu polityka [Aggregate text and image policy prediction]. (Ed.), *Informatsiyni vplyv: teoria i praktyka prohnozuvannia* (pp. 202–207). Kyiv: Millenium. (in Ukrainian)

Pokhodenko, S. (2011). Sotsialni uiavlennia pro idealnoho politychnoho lidera [Social representations about ideal political leader]. *Osvita rehionu*, (3). Retrieved from <http://social-science.com.ua/article/582>. (in Ukrainian)

Sears, D. O. (2005). “Political Psychology.” In P. A. M. Van Lange (Ed.), *Bridging Social Psychology: Benefits of Transdisciplinary Approaches* (pp. 397–402). C. Mahwah, NJ: Erlbaum.

Sears, D. *Political Behavior. The Handbook of Social Psychology* (1969). Ed. by G. Lindzey. Second Edition. Vol. 5.

Shelekasova, N. P. (2000). Bessoznatel'nyye aspekty imidzha politicheskogo lidera [The unconscious aspects of the image of a political leader]. *Politicheskkiye issledovaniya*, 4, 130–132. (in Russian)

Shestopal, E. B., Novikova-Grund, M. V. (1996). Vospriyatiye obrazov dvenadtsati vedushchikh rossiyskikh politikov (psikhologicheskii i lingvisticheskii analiz) [Perception of the images of twelve leading Russian politicians (psychological and linguistic analysis)]. *Politicheskkiye issledovaniya*, 5, 168–191. (in Russian)

Shestopal, E. B. (1997). Otsenka grazhdanami lichnosti lidera [Assessment of the leader's personality by citizens]. *Politicheskkiye issledovaniya*, (6), 57–72. (in Russian)

Snar, O. M. (2017). *Potentsial proektyvnykh metodyk u formuvanni politychnoi kartyny svitu molodi* [Projective methods potential in the forming of youth's political worldview]. Kyiv: Millenium. (in Ukrainian)

Sobchik, L. N. (2000). *Vvedeniye v psikhologiyu individualnosti* [Introduction to the psychology of individuality]. Moscow: IPP. (in Russian)

Voznesens'ka, O. L. (1999). *Sotsial'no-psykholohichni stereotypy sprymannia portretnykh zobrazen' politychno aktyvnykh subiektiv* [Socio-psychological stereotypes of perception of portrait images of politically active subjects] (Avtoref. dys. kand. psykhol. nauk). Instytut sotsial'noi ta politychnoi psykholohii NAPN Ukrayiny, Kyiv. (in Ukrainian)

Voznesens'ka, O. L. (2003). Politychna mifolohiya yak zasib piznannya ta usvidomlennya sotsial'no-politychnoyi real'nosti [Political mythology as a means of knowing and realizing socio-political reality]. *Materialy Vseukrayins'koi naukovo-praktychnoi konferentsii «Osvita yak faktor natsional'noyi bezpeky»*, December 20th, 2002 (pp. 333–342). Kyiv: Vydavnytstvo Akademii munitsypal'noho upravlinnia. (in Ukrainian)

Voznesenskaya, E. L. & Tamakova, T. A. (2001). Psykholohicheskiye aspekty politicheskikh idealov sotsyalno aktivnoy molodezhi [Psychological aspects of political ideals of socially active youth]. *Problemy politychnoi psykholohii ta yii rol' u stanovlenni hromadianyna Ukrains'koi derzhavy*, 3, 163–167. (in Ukrainian)

УДК 316.772.5

DOI: <https://doi.org/10.33120/popp-Vol22-Year2019-40>

Краснякова Алла Олексіївна

науковий співробітник,

лабораторія психології політичної поведінки молоді,

Інститут соціальної та політичної психології НАПН України,

м. Київ, Україна

ORCID ID 000-0001-6584-0068

Akrasnykova@ukr.net

ЦИФРОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ КОРИСТУВАЧІВ ІНТЕРНЕТУ: СОЦІАЛЬНО- ТА ПОЛІТИКО- ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Цифрова компетентність розглядається як комплексний соціально-психологічний феномен, що характеризує здатність особистості діяти в інформаційному суспільстві. Оцифрування різних сфер життєдіяльності вимагає від сучасної людини готовності і здатності постійно оволодівати новітніми інформаційно-комунікаційними технологіями, компетентно (швидко і якісно, усвідомлено і відповідально) оцінювати їхні можливості та ризики. Цифрова компетентність набуває соціального наповнення, виявляється через настановлення на ефективну діяльність в інформаційному суспільстві, особисте ставлення до цієї діяльності, засноване на почутті відповідальності; здатність і готовність індивіда впевнено, ефективно, критично і безпечно обирати та застосовувати інформаційно-комунікаційні технології в різних сферах життєдіяльності. Дослідження проблеми цифрової компетентності набуває наразі ще й політико-психологічної спрямованості. В інформаційному суспільстві цифрова компетентність дає людині змогу орієнтуватися в динамічному цифровому середовищі інтернету, вибудовувати власний стиль інтернет-комунікації, взаємодіяти з іншими соціальними суб'єктами різних культур, автономно приймати рішення на всіх рівнях соціальної взаємодії – від місцевого і національного до європейського та міжнародного, а також сприяє ефективному застосуванню ресурсу інформаційно-комунікаційного середовища у вирішенні проблем своєї країни, територіальної громади, суспільного та особистого життя. У структурі цифрової компетентності розглянуто основні компоненти: інформаційно-комунікаційний, мотиваційний та компонент відповідальності. Ці компоненти перебувають у щільному взаємозв'язку і взаємозалежності, що зумовлює їхній взаємовплив і взаємопроникнення. Результати пілотного емпіричного дослідження показали, що у чверті користувачів інтернету за індексом цифрової компетентності високий її загальний рівень, у понад половини – середній і лише в кожного сьомого користувача – низький. У самій

структурі цифрової компетентності індекс мотиваційного компонента проявляється меншою мірою порівняно з іншими компонентами. Так, переважна більшість респондентів неспроможні розв'язувати проблеми, що виникають у результаті зіткнення в інтернет-просторі із шахраями, недоброчесними політиками, чиновниками, провайдерами, а також нездатні до розпізнавання та викриття маніпулятивних технологій, тобто не готові взяти на себе відповідальність за ризики користування цифровою інформацією. Тільки у половини респондентів виявлено готовність до оволодіння додатковими знаннями в цій сфері (мотиваційний компонент). Зроблено висновок про необхідність дослідження мотиваційного компонента цифрової компетентності як такого, що найбільшою мірою забезпечує розвиток цифрової компетентності. Обґрунтовано припущення, що мотиваційний компонент і компонент відповідальності в цілому визначають становлення громадянської компетентності особистості.

Ключові слова: цифрова компетентність; інтернет-технології; інтернет-середовище; індекс цифрової компетентності; громадянська компетентність; інформаційно-комунікаційні технології; інформаційно-комунікаційна компетентність.

Alla O. Krasniakova

Researcher,

Institute for Social and Political Psychology

at National Academy of Educational Sciences of Ukraine, Kyiv, Ukraine

ORCID ID 000-0001-6584-0068

Akrasnykova@ukr.net

DIGITAL COMPETENCE OF INTERNET USERS: SOCIAL, POLITICAL AND PSYCHOLOGICAL CASE STUDY ASPECTS

Digital competence has been studied here as a holistic social and psychological phenomenon characterizing the ability of an individual to act in the information society. Digitizing various spheres of life requires readiness and ability to constantly master the latest information and communication technologies, competently (quickly and qualitatively, consciously and responsibly) assess their opportunities and risks any modern person has to demonstrate. Today digital competence is viewed via social content, it is defined through an attitude to efficient activities in information society, and personal attitude to these activities. All that is based on a sense of responsibility, the ability and willingness of any individual to confidently, effectively, critically and safely choose and apply information and communication technologies in various life spheres. Studying digital competence has now acquired even political and

psychological attributes. The digital competence in information society enables a person to navigate in the dynamic digital environment of the Internet, build his or her own style of Internet communication, interact with other social actors presenting different cultures, and approve autonomous decisions in social interaction levels from local and national to European and international. Also, it contributes to the efficient use of information and communication environment in solving the national problems (his or her country), the problems in territorial communities and a person's private life. The digital competence structure reveals its main components, namely, information and communication together, motivation and responsibility components. All of them are closely interconnected and interdependent, thus giving the effect of mutual influence and interpenetration. The pilot empirical study results show that one quarter of Internet users has a high overall digital competency index, more than half Internet users have a medium level, and only each seventh user has got low digital competency level. The motivational component index is manifested the least way compared to other components within digital competence structure. Thus, the overwhelming majority of respondents cannot solve problems on the Internet occurring due to scammers, dishonest politicians, officials, providers. This majority are unable to recognize and expose manipulative technologies, i.e. they are not ready to assume responsibility for risks when addressing digital technologies. Only half the respondents demonstrated readiness to acquire additional knowledge in this area (motivational component). There was made a conclusion that we face the necessity to study digital competence motivational component as it provides the greatest digital competence development to the biggest extend. An assumption that both motivational and the responsibility components determine the civil competence development of any person.

Keywords: digital competence; Internet technologies; Internet environment; digital competency index; civil competence; information and communication technologies; information and communication competence.

Постановка проблеми. У сучасному світі могутність суспільства і держави визначається з-поміж інших значущих чинників і рівнем розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) та інтернет-технологій, культом знань і цифрової компетентності. Оцифрування різних сфер життєдіяльності, з одного боку, розширює можливості людини, сприяє її саморозвитку, відкриває нові перспективи самореалізації, з другого – вимагає від неї готовності постійно оволодівати новітніми ІКТ, самостійно оцінювати їхні можливості та ризики, компетентно (швидко і якісно, усвідомлено і відповідально) працювати в інтернет-середовищі.

Світова статистика свідчить, що обсяг людських знань щороку збільшується вдвічі, і це прискорює розвиток соціальних підсистем, становлення основ інформаційного та громадянського суспільства (Соснін, 2003). Темпи оновлення ІКТ та інтернет-технологій випереджають можливості використання їх людьми і спричиняють появу нових видів компетентності. Виникнення нових видів компетентності дослідники пов'язують з п'ятою революцією в галузі грамотності – виникненням Всесвітньої мережі Інтернет (перша революція – винахід писемності, друга – поява книгодрукування, третя – створення електронних засобів інформації, четверта – винахід комп'ютера).

Інтернетизація стрімко змінює наше життя. Світовий соціокультурний простір стає більш плюралістичним і складнокоординованим, мозаїчним і пластичним, рухливим і неконстантним. Елементи віртуального і реального життя поєднуються й утворюють нове гібридне (за Дж. Сулером) віртуально-реальне соціальне середовище. Існування людини в умовах глобальних соціокультурних трансформацій актуалізує набуття нею цифрової компетентності, що дає їй змогу орієнтуватися в динамічному цифровому середовищі, вибудовувати власний стиль комунікації в просторі різних культур, взаємодії з іншими соціальними суб'єктами, автономно і відповідально працювати з інформаційними ресурсами засобами ІКТ та інтернет-технологій, усвідомлено приймати рішення на всіх рівнях — від місцевого і національного до європейського та міжнародного. Цифрова компетентність користувачів інтернету сприяє ефективному (швидкому і якісному) використанню ресурсу інформаційно-комунікаційного середовища мережі Інтернет у вирішенні проблем своєї країни, територіальної громади, суспільного, особистого життя, стає неодмінною умовою розвитку особистості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, виділення не розв'язаних раніше частин загальної проблеми. Запропонований Дж. Равеном компетентнісний підхід залишається одним з основних методологічних орієнтирів модернізації суспільства. У сучасному науковому дискурсі компетентність розглядають як специфічне особистісне утворення, що визначає здатність людини діяти на основі сформованої компетенції (або сукупності компетенцій) (Равен, 2002). Характеризуючи сутнісні ознаки компетентності людини, сучасні дослідники (Вяликова, 2006; Ільязова, 2008; Зимняя, 2003; Клименко, 2015; Мальований, 2005; Солдатова, Нестик, Рассказова, & Зотова, 2013; Соснін, Воронкова, & Ажажа, 2011) визнають, що: 1) компетентність, як інтегративне поняття, характеризує суб'єкта, що діє вмотивовано, усвідомлено і відповідально реалізує в практичній діяльності компетенції, якими володіє; 2) компетентність завжди пов'язана з мотивацією особи, її відповідальністю і спрямованістю в майбутнє; 3) виявляється в умінні здійснювати вибір, адекватно оцінювати свої можливості в конкретній ситуації; 4) зі зміною світу, а також

вимог до людини компетентності людини змінюються – оновлюються, модернізуються, виникають нові. Так, з розвитком ІКТ та інтернет-технологій з'являються нові види компетентності (цифрова, інформаційно-цифрова, інформаційно-комунікаційна, комунікаційна, комп'ютерна), що ускладнює наукові пошуки та інтерпретацію результатів досліджень.

Мета статті – визначити соціально- та політико-психологічні аспекти дослідження цифрової компетентності користувачів інтернету.

Відповідно до мети було поставлено такі завдання: 1) уточнити зміст дефініції «цифрова компетентність»; 2) здійснити пілотне дослідження, за результатами якого встановити зв'язок компонентів цифрової компетентності (інформаційно-комунікаційного, мотиваційного компонентів і компонента відповідальності) з індексом загальної компетентності у сфері контенту, комунікації та громадянської участі користувачів інтернету. Саме за результатами пілотного дослідження можна буде більш виважено верифікувати соціально- та політико-психологічні аспекти вияву цифрової компетентності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дефініції «цифрова», «інформаційно-комунікаційна», «інформаційно-цифрова» компетентності в науковому дискурсі з'явилися наприкінці минулого століття. У період розвитку першого покоління інтернету (Web-1) ці терміни застосовувалися як для атестації технічних компетенцій користувача, так і для характеристики інформаційної та комунікаційної грамотності людини. З появою інтерактивного інтернету (друге покоління (Web-2)) цифрову компетентність почали розглядати здебільшого як кейс технічних знань та умінь особи, а саме як спроможність розв'язувати технічні і технологічні проблеми, застосовувати різні програмні засоби оновлення й поповнення програмних продуктів та ресурсів, створення і розміщення контенту. В. Вембр, Є. Клименко, О. Кузьминська, Н. Морзе, О. Овчарук, С. Спірін, Г. Солдатова, Т. Нестік, О. Рассказова, О. Зотова; Т. Панкова та інші дослідники терміном «інформаційно-комунікаційна», «інформаційно-цифрова» компетентність характеризують уміння користувачів оперувати інформацією.

Інтернет третього покоління (Web-3) розширив доступ до Всесвітньої мережі за рахунок великої кількості мобільних телефонів та інших гаджетів, і це дало користувачам змогу взаємодіяти у віртуальному просторі автономно й оперативно, без обмежень часу і території. Дефініції «цифрова», «інформаційно-цифрова», «інформаційно-комунікаційна» компетентності використовують наразі як взаємозамінні. За змістом кожну з них розглядають як інтегративне поняття, що поєднує роботу з інформацією, комунікацію та низку соціально-психологічних характеристик суб'єкта комунікації: толерантне ставлення до партнера в

спілкуванні, уміння створювати оптимальний комунікативний простір, урешті-решт, виконувати соціальну роль громадянина держави. По суті, ці поняття фіксують інтеграцію ІТ-знань та особистих якостей у більш загальну здатність діяти в просторі інформаційних ресурсів (Клименко, 2015; Солдатова, Нестик, Рассказова, & Зотова, 2013; Панкова, 2013). Термінологічну плутанину в науковому дискурсі дещо зменшило ухвалення Європейським парламентом і Радою ЄС Рамкової програми щодо оновлених змістів ключових компетентностей. Цифрову компетентність визначено як *комплексний феномен, що характеризує здатність особистості діяти в інформаційному суспільстві*. Що ж до інформаційно-комунікаційної компетентності, то її розглядають як ключовий інформаційно-комунікаційний компонент цифрової компетентності (Рамкова програма..., 2018).

У контексті нашого дослідження ми посилаємося на Рамкову програму Європейського парламенту і Ради ЄС, відповідно до якої цифрова компетентність – це *впевнене, критичне і відповідальне застосування ІКТ для навчання, професійної діяльності та участі в житті суспільства* (там само). Звертаємо увагу на те, що, порівняно з минулим десятиліттям, *цифрова компетентність сьогодні набуває соціального навантаження* і виявляється через настановлення на ефективну діяльність в інформаційному суспільстві, особисте ставлення до цієї діяльності, засноване на почутті відповідальності, а також через здатність і готовність індивіда впевнено, ефективно, критично і безпечно обирати й застосовувати інформаційно-комунікаційні технології. Вважаємо, що цифрова компетентність як комплексний соціально-психологічний феномен має певну структуру і складається з інформаційно-комунікаційного, мотиваційного компонентів і компонента відповідальності. З огляду на те, що інформація і комунікація в інтернет-просторі перебувають у постійному взаємозв'язку і взаємодоповнюють щодо змісту одна одну, вважаємо, що *компоненти, які входять до складу цифрової компетентності, перебувають у цільному взаємозв'язку і взаємозалежності, що зумовлює їхній взаємовплив і взаємопроникнення*.

Розгляньмо більш детально компоненти цифрової компетентності. Ключовим її складником є інформаційно-комунікаційний компонент, який обумовлює здатність користувача орієнтуватися у віртуальному інформаційно-комунікаційному просторі і здійснювати *інформаційно-комунікаційну активність*. (Інформаційно-комунікаційний простір розглядаємо як сукупність баз даних, способів, технологій їх використання, а також інформаційних телекомунікаційних систем, які забезпечують інформаційну взаємодію різних соціальних суб'єктів в інтернет-середовищі, задовольняють інформаційні потреби членів суспільства).

Інформаційно-комунікаційний компонент забезпечує:

а) актуалізацію знань, необхідних для створення й оновлення особистих стратегій пошуку, аналізу і передавання інформації; порівняння та критичне оцінювання достовірності, надійності джерел даних та самовдосконалення цієї навички; оволодіння способами застосування ІКТ у створенні контенту; критичний аналіз впливу інформації і даних, доступних завдяки цифровим засобам, на людину і суспільство;

б) застосування цифрових засобів і технологій для співпраці з іншими суб'єктами комунікації, творення інтернет-ресурсів і знань; апробацію знань, умінь, навичок у дії; практичну підготовку громадянина до громадянської участі в умовах інформаційного суспільства; спілкування, співпрацю в інтернет-спільнотах, *звернення до експертів по допомогу, що потребує етичного, безпечного, відповідального підходу.*

Складниками цифрової компетентності є також *мотиваційний компонент і компонент відповідальності*. Мотиваційний компонент (система мотивів) визначає спрямованість особистості на інформаційну діяльність і взаємодію; передбачає формування потреби в набутті цифрової компетентності як основи адекватної цифрової активності, що уможливорює ефективну життєдіяльність людини в сучасну епоху. У мінливому цифровому світі важливо постійно вдосконалюватися, щоб відповідати стрімким змінам, і мотивація стає тим фактором, який стимулює підвищення власного рівня цифрової компетентності. Згідно з концепцією Г. Солдатової, мотиваційний компонент відбиває усвідомлену потребу користувача самостійно ставити цілі інформаційно-комунікаційної діяльності і досягати їх (Солдатова, & Рассказова, 2017). Отже, можемо говорити, що мотиваційний компонент цифрової компетентності виконує системотвірну роль, характеризуючи не так її актуальний стан, як розвиток у довгостроковій перспективі.

Компонент відповідальності виявляється в умінні свідомо контролювати результати своєї діяльності, розуміти ризики та загрози цифрових середовищ. Окрім компетенцій з онлайн-безпеки, він передбачає вміння і навички безпечної роботи в інтернеті з інформацією в процесі онлайн-комунікацій, вміння технічно забезпечувати власний авторський контент; ефективно взаємодіяти з програмним забезпеченням, пристроями, штучним інтелектом або роботами; економно використовувати ресурс, ідентифікувати небезпечні файли та сайти, які поширюють фейкову інформацію, розуміти негативні та позитивні впливи ІКТ, а також здатність *швидко робити висновки з власного і колективного досвіду життя в онлайновому форматі.*

Слід зазначити, що компонент відповідальності щільно пов'язаний з формуванням інших видів компетентностей, зокрема професійної і

громадянської. *До основних умінь, пов'язаних із цифровою компетентністю, віднесено* уміння використовувати цифрові технології для активного громадянства та соціальної інтеграції, співпраці з іншими людьми. Автор компетентнісного підходу Дж. Равен стверджує, що громадянин повинен брати активну участь у житті суспільства. Досягти цієї мети, на його думку, цілком реально, адже розвиток нових комунікаційних технологій дає людям змогу легше і швидше висловлювати думку з різних питань – від питань побутових до найскладніших соціальних проблем (Равен, 2002). І справді, в інформаційну добу розв'язання будь-якої суспільної проблеми неможливе без комунікації та обміну інформацією (сукупністю певних даних, знань, думок тощо), і цифрова компетентність постає як чинник і умова розвитку громадянської компетентності особистості. Високий рівень цифрової компетентності, на нашу думку, сприяє розвитку громадянської компетентності користувачів інтернету, оскільки дає змогу молодим громадянам країни ефективно використовувати ІКТ для захисту своїх інтересів, прав і свобод, максимальної реалізації можливостей інформаційно-комунікаційного середовища для підвищення ефективності соціальної взаємодії.

Щоб перевірити припущення про зв'язок компонентів цифрової компетентності з індексом загальної компетентності у сфері контенту, комунікації та громадянської участі користувачів інтернету, ми провели пілотне емпіричне дослідження. Було використано модифіковану версію методики Г. Солдатової та О. Рассказової «Індекс цифрової компетентності». Методика дає змогу оцінити рівень знань, умінь, мотивації і відповідальності в чотирьох сферах (контенту, комунікації, техносфери і громадянської участі).

В опитуванні, проведеному протягом 2019 р., взяла участь 51 особа віком від 18 до 35 років. Серед опитаних 14 представників молодіжних організацій, решта – студенти ЗВО м. Києва. Результати опитування показали, що у чверті респондентів високий загальний індекс цифрової компетентності; у більш як половини – середній і в кожного сьомого респондента – низький (рис.).

Респонденти з високим загальним рівнем цифрової компетентності продемонстрували високі показники за інформаційно-комунікаційним компонентом та компонентом відповідальності. За мотиваційним компонентом у цій групі респондентів індекс цифрової компетентності низький. На нашу думку, це пов'язано з тим, що високий рівень знань та умінь у сфері контенту, комунікації, техносфері додає користувачеві впевненості в собі і знижує потребу саморозвитку та самовдосконалення.



Рис. Розподіл респондентів за індексом цифрової компетентності (у %)

Респонденти з високим індексом цифрової компетентності показали високий індекс у всіх сферах цифрової компетентності – контенту, комунікації, у техносфері і сфері громадянської інтернет-участі; вони зазначали, що добре знають про можливості пошуку в інтернеті інформації про політичні події, аналізують новини, факти суспільно-політичного життя, ознайомлюються з аналітичними оглядами подій. У них не виникає труднощів з підготовкою та підписанням електронних петицій, участю в онлайн-обговореннях, опитуваннях, і вони готові поширювати в інтернеті цікаві і невідомі факти, статистичні дані, результати соціологічних опитувань. Актуальним завданням для себе ці респонденти вважають розширення знань щодо можливостей використання електронних державних послуг, зокрема у сфері отримання документів, реєстрації майна, розгляду скарг, петицій, а також оволодіння умінням захищати власний контент.

Учасники дослідження з низьким загальним індексом цифрової компетентності мали низькі показники за всіма компонентами, а також у сфері громадянської інтернет-участі і техносфері. Проте за мотиваційним компонентом ці респонденти продемонстрували середній індекс цифрової компетентності. Це пов'язано, на нашу думку, з недостатнім рівнем знань та умінь щодо використання ІКТ та інтернет-технологій.

Понад 90% респондентів зазначили, що не вміють розв'язувати проблеми, які виникають у результаті зіткнення в інтернеті із шахраями, недобросчесними політиками, чиновниками, провайдерми, а також не готові

до розпізнавання та викриття маніпулятивних технологій. Тільки половина опитаних готова оволодівати додатковими знаннями в цій сфері.

Емпіричне дослідження індексу цифрової компетентності показало, що майже у всіх респондентів індекс мотиваційного компонента нижчий, ніж індекс інформаційно-комунікаційного компонента і компонента відповідальності; крім того, у сфері громадянської інтернет-участі мотиваційний індекс цифрової компетентності нижчий, ніж у сфері контенту, комунікації і техносфери.

Висновки. Цифрова компетентність – комплексний соціально-психологічний феномен, що характеризує здатність особистості діяти в інформаційному суспільстві. В інтернетизованому й оцифрованому світі цифрова компетентність дає людині змогу орієнтуватися, вибудовувати власний стиль інтернет-комунікації, взаємодіяти з іншими соціальними суб'єктами різних культур, автономно приймати рішення на всіх рівнях – від місцевого і національного до європейського та міжнародного.

З розвитком інформаційно-комунікаційних технологій та інтернет-технологій, зокрема інтерактивності в інтернеті, цифрова компетентність набуває соціального наповнення, виявляється через настановлення на ефективну діяльність в інтернет-просторі, особисте ставлення до цієї діяльності, засноване на почутті відповідальності. Здатність і готовність індивіда впевнено, ефективно, критично і безпечно обирати та застосовувати інформаційно-комунікаційні технології в різних сферах життєдіяльності сприяють ефективному застосуванню ресурсу інформаційно-комунікаційного середовища для розв'язання проблем своєї країни, територіальної громади, суспільного та особистого життя. Розвиток цифрової компетентності – неодмінна умова розвитку особистості в інформаційну добу.

Компоненти цифрової компетентності (інформаційно-комунікаційний, мотиваційний та компонент відповідальності) перебувають у щільному взаємозв'язку і взаємозалежності, що зумовлює їхній взаємовплив і взаємопроникнення. Зв'язок між ними підтверджується результатами емпіричного пілотного дослідження індексу цифрової компетентності: респонденти з високим загальним індексом цифрової компетентності мають високі показники інформаційно-комунікаційного компонента, а також у сфері контенту і комунікації; респонденти, які виявляють високий індекс за компонентом відповідальності, – у техносфері. Найнижчими є показники за мотиваційним компонентом, і цей результат вимагає додаткового осмислення і перевірки в ході подальших досліджень.

Перспективи подальших розвідок полягають у повномасштабному дослідженні мотиваційного компонента цифрової компетентності користувачів інтернету. На нашу думку, саме мотиваційний компонент найбільшою мірою забезпечує розвиток цифрової компетентності, а

мотиваційний компонент і компонент відповідальності серед іншого визначають становлення громадянської компетентності особистості.

Список використаних джерел

Вяликова, Г. С. (2006). *Педагогическое стимулирование профессиональной компетентности учителя в условиях заочной формы обучения*. (Автореф. дис. д-ра пед. наук). Рязань.

Зимняя, И. Я. (2003). Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования. *Высшее образование сегодня*, 5, 34–42.

Ильцова, М. Д. (2008). Компетентность, компетенция, квалификация – основные направления современных исследований. *Профессиональное образование. Столица. Научные исследования в образовании*, 1, 28–31.

Клименко, Е. И. (2015). Информационно-коммуникативная компетенция – ключевое понятие современного образования. *Молодой ученый*, 22, 816–818.

Мальований, Ю. І. (2005). Післямова до стандарту. *Шлях освіти*, 3, 2–4.

Панкова, Т. В. (2013). Сущность, содержание и структура информационно-коммуникационной компетентности студента вуза. *Концепт*, 4, 206–210. Взято из <http://e-koncept.ru/2013/64042.htm>.

Равен, Дж. (2002). *Компетентность в современном обществе: выявление, развитие, реализация*. Москва: Когнито-Центр.

Рамкова програма оновлених ключових компетентностей для навчання протягом життя (2018). ANNEX to the Proposal for a Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning. Взято з <https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/annex-recommendation-key-competences-lifelong-learning.pdf>.

Соснін, О. В. (2003). *Проблеми державного управління системою національних інформаційних ресурсів із наукового потенціалу України*. Київ: Інститут держави і права ім. В. М. Корецького НАН України.

Соснін, О. В., Воронкова В. Г., & Ажажа, М. А. (2011). *Інвестиції в людський розвиток в умовах глобальної трансформації*. Львів: Магнолія 2006.

Солдатова, Г. У., & Рассказова, Е. И. (2017). Мотивация в структуре цифровой компетентности российских подростков. *Национальный психологический журнал*, 1(25), 3–14.

Солдатова, Г. У., Нестик, Т. А., Рассказова, Е. И., & Зотова, Е. Ю. (2013). *Цифровая компетентность подростков и родителей. Результаты всероссийского исследования*, Москва: Фонд Развития Интернет.

References

Ilyazova, M. D. (2008). Kompetentnost, kompetentsiya, kvalifikatsiya – osnovnyye napravleniya sovremennykh issledovaniy [Competence, competence, qualification are the main directions of modern research]. *Professionalnoye obrazovaniye. Stolitsa. Nauchnyye issledovaniya v obrazovanii* [Professional education. Capital. Research in Education], 1, 28–31. (in Russian)

Klimenko, Ye. I. (2015). Informatsionno-kommunikativnaya kompetentsiya – klyuchevoye ponyatiye sovremennogo obrazovaniya [Information and communication competence is a key concept of modern education]. *Molodoy uchenyy* [Young scientist], 22, 816–818. (in Russian)

Malovanyy, Yu. I. (2005). Pisliamova do standartu [Afterword to the standard]. *Shliakh osvity* [Path of Education], 3, 2–4. (in Ukrainian)

Pankova, T. V. (2013). Sushchnost, sodержaniye i struktura informatsionno-kommunikatsionnoy kompetentnosti studenta vuza [The essence, content and structure of the information and communication competence of a university student]. *Kontsept* [Concept], 4, 206–210. Retrieved from <http://e-koncept.ru/2013/64042.htm>. (in Russian)

Ramkova programa onovlenykh kliuchovykh kompetentnostei dlia navchannia protiahom zhyttia (2018). [ANNEX to the Proposal for a Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning]. Retrieved from <https://ec.europa.eu/education/sites/education/files/annex-recommendation-key-competences-lifelong-learning.pdf>. (in Ukrainian)

Raven, J. (2002). *Kompetentnost v sovremennom obshchestve: vyyavleniye, razvitiye, realizatsiya* [Competence in modern society: identification, development, implementation]. Moscow: Kognito-Tsentr. (in Russian)

Soldatova, G. U., & Rasskazova, E. I. (2017). Motivatsiya v strukture tsifrovoy kompetentnosti rossiyskikh podrostkov [Motivation in the structure of the digital competence of Russian adolescents]. *Natsionalnyy psikhologicheskyy zhurnal* [National Psychological Journal], 1, 3–14. (in Russian)

Soldatova, G. U., Nestik, T. A., Rasskazova, E. I., & Zotova, E. Yu. (2013). *Tsifrovaya kompetentnost podrostkov i roditel'ey. Rezultaty vserossiyskogo issledovaniya* [Digital competence of adolescents and parents. Results of an All-Russian Study]. Moscow: Internet Development Fund. (in Russian)

Sosnin, O. V. (2003). *Problemy derzhavnogo upravlinnia systemoiu natsionalnykh informatsiinykh resursiv iz naukovooho potentsialu Ukrainy* [Problems of state management of the system of national information resources on the scientific potential of Ukraine]. Kyiv: Institute of State and Law. VM Koretsky of the NAS of Ukraine. (in Ukrainian)

Sosnin, O. V. & Voronkova, V. G., & Ozhazha, M. A. (2011). *Investytsii v liudskyi rozvytok v umovakh hlobalnoi transformatsii* [Investing in Human Development in a Global Transformation]. Lviv: Mahnoliya 2006. (in Ukrainian)

Vyalikova, G. S. (2006). *Pedagogicheskoye stimulirovaniye professionalnoy kompetentnosti uchitelya v usloviyakh zaochnoy formy obucheniya* [Pedagogical stimulation of professional competence of a teacher in the conditions of distance learning]. Extended abstract of Doctor's thesis. Ryasan. (in Russian).

Zimnyaya, I. Ya. (2003). *Klyuchevyye kompetentsii – novaya paradigma rezultata obrazovaniya* [Key competencies - a new paradigm of the result of education]. *Vyssheye obrazovaniye segodnya* [Higher Education Today], 5, 34–42. (in Russian)

Проблеми політичної психології

У статтях збірника досліджуються методологічні і прикладні проблеми ідентичності українців, їхньої політичної соціалізації та формування громадянської компетентності. Розкривається практичний потенціал теорій психогеографії, парасоціальності та соціальної ідентичності в розв'язанні складних суспільних ситуацій. У політико-психологічному контексті обговорюються актуальні для українського суспільства питання опрацювання колективних травм та рефлексії колективних почуттів. Представлено результати емпіричного вивчення образу ідеального політичного лідера, психологічних особливостей функціонування політичних комунікацій, зокрема в інтернет-мережі, у процесі сприймання реклами тощо.

Адресується вченим, які працюють у галузях політичної психології та суміжних наук, викладачам і студентам.

Проблеми політичної психології : збірник наукових праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України ; [ред. колегія: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна, І. Г. Батраченко та ін.]. – Київ : Талком, 2019. – Вип. 8 (22). – 212 с. – ISSN 2411-1449.

Режим доступу до електронної версії: <https://politpsy.org/index.php/popp/issue/view/10>

Problems of Political Psychology

The articles gathered in this collection deeply study methodological and applied issues of Ukrainians identity, political socialization and civil competence acquisition. They reveal practical potential of psychogeography, theories of parasociety and social identity when addressing holistic social problems. The collective trauma phenomenon and its healing, as well as collective feelings reflection have been disputed in the focus of political and psychological context and these issues are quite relevant for Ukrainian society. The empirical study findings about the ideal political leader image, the psychological features of political communications, namely on the Internet and when perceiving commercials etc. are laid out on the pages of this printed essays collection.

Target audience: researchers in social and political psychology and related areas, teachers, and students.

Problems of Political Psychology: collection of scientific essays / Association of Political Psychologists of Ukraine, Institute for Social and Political Psychology at National Academy of Educational Sciences of Ukraine; [Editorial Board: L.A. Naidionova, L.G. Chorna, I.G. Batrachenko, etc.]. – Kyiv: Talkom, 2019. – Issue. 8 (22). – 212 p. – ISSN 2411-1449.

Electronic edition here <https://politpsy.org/index.php/popp/issue/view/10>

Проблемы политической психологии

В статьях сборника исследуются методологические и прикладные проблемы идентичности, политической социализации и формирования гражданской компетентности украинцев. Раскрывается практический потенциал психогеографии, теорий парасоциальности и социальной идентичности в решении сложных общественных ситуаций. В политико-психологическом контексте обсуждаются актуальные для украинского общества вопросы обработки коллективных травм и рефлексии коллективных чувств. Представлены результаты эмпирического изучения образа идеального политического лидера, психологических особенностей функционирования политических коммуникаций, в частности в сети интернет, в процессе восприятия рекламы и др.

Адресуется ученым, работающим в области политической психологии и смежных наук, преподавателям и студентам.

Проблемы политической психологии: сборник научных трудов / Ассоциация политических психологов Украины, Институт социальной и политической психологии НАПН Украины; [ред. коллегия: Л. А. Найденова, Л. Г. Черная, И. Г. Батраченко и др.]. - Киев: Талком, 2019. - Вып. 8 (22). – 212 с. - ISSN 2411-1449.

Режим доступа к электронной версии: <https://politpsy.org/index.php/popp/issue/view/10>

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації
КВ № 22185-12085ПР від 24.06.2016 р.

Літературний редактор: *Т. А. Кузьменко*

Оператори: *І. В. Микитенко, С.Є. Фіськович*

Переклад анотацій (англ.): *Р. М. Ціцікан*

Підписано до друку 05.11.2019 р.

Ум. друк. арк. 12,5.

Тираж 300 пр. Зам. №

Видавець і виготовлювач ТОВ «Талком»

03115, м. Київ, вул. Львівська, 23,
тел/факс: +380 44 424-4069, 424-56-26
E-mail: ukraina.vdk@email.ua

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи
ДК № 4538 від 17.05.2013 р.