

Асоціація політичних психологів України
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України

ПРОБЛЕМИ ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

ТА ЇЇ РОЛЬ У СТАНОВЛЕННІ
ГРОМАДЯНИНА УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ

Збірник наукових праць
Випуск 13

За загальною редакцією
члена-кореспондента НАПН України М. М. Слюсаревського
Упорядники: Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна

Київ – 2012

Рекомендовано до друку вченою радою Інституту соціальної та політичної психології НАПН України (протокол №8/12 від 30 серпня 2012 р.)

Редакційна рада:

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

Редакційна колегія:

*В. О. Татенко, д-р психол. наук (голова);
В. О. Васютинський, В. П. Казміренко, Т. М. Титаренко,
Н. В. Хазратова – доктори психол. наук;
Л. А. Найдьонова – канд. психол. наук (заст. голови);
Л. В. Григоровська – канд. пед. наук*

Збірник входить до переліку фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата психологічних наук (постанова президії ВАК України №1-05/4 від 26.05.2010 р.)

Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України ; за заг. ред. М. М. Слюсаревського ; упоряд. Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна. – К. : Золоті ворота, 2012. – Вип. 13. – 424 с.

Розглядаються теоретико-методологічні проблеми та актуальні завдання політичної психології на сучасному етапі її розвитку. Досліджуються психологічні чинники демократизації політичного життя, соціальних інновацій і трансформацій українського суспільства. Аналізуються феномени, пов'язані з процесами євроінтеграції, болонським процесом, медіасвітою, інформаційною політикою держави: історична пам'ять, віртуальний простір особистості, соціальний капітал, бідність і аутсайдерство, ставлення до національної валюти, міграційна поведінка, уявлення про геополітичну реальність. Наведено результати вивчення соціально-психологічних закономірностей політичних комунікацій і виборчих кампаній в Україні, а також психологічних механізмів активності суб'єктів політичного простору; висвітлено теоретичні та практичні аспекти становлення ідентичності особи в громадсько-політичному просторі її діяльності. Значну увагу приділено політико-психологічним проблемам соціалізації молоді, формуванню особистості в контекстах глобалізації, полілінгвістичності, соціально-економічної нерівності, навчального та професійного розвитку, сільського і міського середовищ.

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

ББК 66.07+88.8

- © Асоціація політичних психологів України, 2012
- © Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2012

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА АКТУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

ДОСЛІДЖЕННЯ ІСТОРИЧНОЇ ПАМ'ЯТІ: КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ

Т. О. Вольфовська, м. Київ

Висвітлено стан розробленості проблеми історичної пам'яті на сучасному етапі. Спираючись на досягнення дискурсивно-аналітичного наукового напрямку, автор статті пропонує основний акцент перенести на дослідження “тексту” історичної пам'яті, який представлений інтерпретаційними полями історичного минулого, що відображають смислові позиції його нараторів (суб'єктів взаємодії).

Ключові слова: полідисциплінарний підхід, нарративні інтерпретації, інтерпретаційні поля історичного минулого, культурні структури.

Проблема. Історична пам'ять є важливою складовою культури, транслятором її ціннісно-смислових характеристик із покоління в покоління. У стрімкому потоці інформації та складному контексті сучасного буття вона виступає як система орієнтирів для пошуку нових смислів, значень, ідеалів. Сьогодні в соціально-політичному просторі з'являються все нові й нові суб'єкти взаємодії (національні, наднаціональні та політичні утворення), а глобальні світові процеси справляють усе більший вплив на узвичаєні (усталені) структури життєвого світу особистості. Трансформації традиційних механізмів та каналів трансляції історичного минулого актуалізують пошук додаткових ресурсів національних практик і потребують сучасних інтерпретацій минулого, його переосмислення та продуктивних рефлексій історичних подій, ідей, осіб.

Мета статті: визначити сучасний стан досліджень проблеми історичної пам'яті та запропонувати нові підходи до створення методологічного інструментарію для більш продуктивного вивчення сучасного смислового простору трактувань історичного минулого.

Проблематика пам'яті була актуальною протягом усього періоду існування філософського наукового знання. Платон, Арістотель, Дж. Локк, І. Кант, Г. Гегель, К. Маркс, Ф. Ніцше, М. Гайдеггер та інші дослідники у своїх працях зверталися до феномена пам'яті як до важливої

теоретико-методологічної проблеми. Поява у XIX ст. соціологічної науки сприяла розвитку нового дискурсу теми пам'яті, де останній було надано статусу соціального явища, яке розглядалося під кутом зору існування колективних уявлень. Пізніше, уже в 1925 р., під впливом теоретичних і методологічних ідей Е. Дюркгайма, М. Хальбвакс вводить в науковий обіг поняття “колективна пам'ять”.

Одночасно із соціологічним напрямом дослідження феноменів пам'яті розвивається не менш потужний – *психологічний*. У працях П. Жане, П. Блонського, Ф. Бретано, В. Вундта, У. Джеймса, З. Фрейда, К. Юнга, Е. Фромма феноменові пам'яті як складовій соціального буття індивіда відводиться значуща роль. Звернення до тематики пам'яті бачимо в роботах О. Асмолова, Л. Виготського, О. Леонтьєва, О. Лурії, Ж. Піаже, С. Рубінштейна, де акцентується на ролі пам'яті у формуванні пізнавальної діяльності особистості. Л. Виготський і О. Лурія, розробляючи соціальну концепцію пам'яті, виокремлюють поняття “культура на пам'ять”.

Завдяки дослідженням нейрофізіологів свого часу з'явилися такі поняття, як “слід”, “енграма”, “домінанта”, обґрунтовані в царині мнемонічної психології О. Ухтомським і О. Лурією. Сьогодні ці поняття використовують не тільки психологи, а й філософи, історики (В. Лядіс, В. Румянцева). У сучасних наукових текстах поряд з вищезазначеними трапляється також поняття “хронотоп”.

Феномен пам'яті не залишається поза увагою дослідників *феноменологічного* напрямку (А. Шюц, Е. Гідденс, П. Бурдьє, Н. Луман, П. Бергер, Т. Лукман), які активно аналізують зв'язки соціальної пам'яті з повсякденними практиками, різносторонньо висвітлюють проблеми, пов'язані із значенням пам'яті в ідентифікаційних процесах, та розглядають механізми трансляції досвіду минулого.

Окрім активного утвердження соціологічного і психологічного підходів до аналізу феноменів пам'яті, помітно розширилося останнім часом і культурологічне поле досліджень. Згідно з *культурно-семіотичною* парадигмою, обґрунтованою в працях Ю. Лотмана, Я. Ассмана, І. Рюзена, феномен пам'яті вивчається через систему ставлень до засобів масової комунікації, які змінюються в різних історичних періодах і формують різні типи уявлень про минуле.

З культурно-семіотичним підходом тісно пов'язаний *структуралістський*, представниками якого є К. Леві-Стросс, М. Фуко, Ж. Лакан, Р. Барт. Ці дослідники вивчають культурологічні структури, які не зазнають впливу часу і пронизують усі страти соціального буття. У працях представників *постструктуралістської* парадигми, серед яких Ж. Бодріяр, Ж. Дерріда, П. Нора, Ф. Анкерсміт, динаміка трансформації феноменів соціальної пам'яті розглядається в просторових параметрах

(“топологія соціальної пам’яті”). Більш докладно “топологічний” варіант висвітлюється в працях П. Нора і Ф. Артога.

Як бачимо, вивчення такого складноструктурованого і багаторівневого феномена утруднюється через те, що існуючий на цей час доробок у цій галузі належить до різних наукових дисциплін і методологічних напрямів. Це спричинює утворення широкого діапазону понять, які концептуалізують феномени соціального конструювання історичного минулого (“групова/індивідуальна пам’ять”, “соціальна пам’ять”, “культурна пам’ять”, “колективна пам’ять”, “національна пам’ять” тощо). Розширення та ускладнення категоріального апарату поняття історичної пам’яті спонукає дослідників змінювати акценти в науковому дискурсі і продовжувати пошук нових підходів до його вивчення.

У своїй праці “Колективна пам’ять” французький соціолог Моріс Хальбвакс обгрунтував концепцію колективної пам’яті, акцентуючи на її соціальній зумовленості та маркованості. На його думку, складний процес взаємодії спогаду й повторення як основи функціонування пам’яті зумовлює виникнення узагальнених ідеальних образів, на основі яких формуються концептуальні схеми, або “соціальні рамки”, котрі обмежують і впорядковують спогади індивіда.

Колективна пам’ять простягається далеко за межі автобіографічної (індивідуальної) і забезпечує трансляцію знань про минуле від покоління до покоління. Якщо стара домінуюча еліта залишає історичну сцену, образи минулого можуть бути замінені новими, які належать уже новій соціальній групі, що досягла влади [1].

Нові ідеї щодо феномена колективної пам’яті виклав послідовник М. Хальбвакса П’єр Нора в мнемоефекті “Простір пам’яті”. Згідно з його теорією, колективна пам’ять концентрується і репрезентується у так званих місцях (просторах) пам’яті, які є не лише географічними пунктами, а своєрідними точками зіткнення, в яких формується і комеморизується пам’ять суспільства. Головна функція цих “місць” – збереження групової пам’яті. За П. Нора, створення й усвідомлення особистістю “місць пам’яті” є головним чинником формування групової ідентичності. Досліджуючи зміну цих місць, можна простежити зміну історичної самосвідомості й колективної ідентичності певної соціальної групи [2].

На нашу думку, серед досліджень феномена історичної пам’яті в рамках концепцій “колективної пам’яті” М. Хальбвакса, “місць пам’яті” П. Нора та інших підходів, присвячених мнемоефектам, продуктивним інструментарієм у дослідженні може стати використання доробку французької школи дискурсивного аналізу (М. Фуко, Ж. Дерріда, Ж. Лакан та ін.). У процесі дискурсивного структурування соціально-політичного простору суспільство завжди звертається до свого уявного минулого, конструюючи свою нарацію про власну історію. За М. Фуко, минуле постійно змінюється

ся в сучасних дискурсах. Історична спадщина завжди реінтерпретується різними генераціями, тому інтерпретаційні моделі минулого не можуть бути фіксованими і назавжди усталеними. Запровадивши поняття “контрпам’ять”, дослідник у своїх працях сфокусував увагу на проблемі маніпуляції комеморативними практиками для досягнення політичних цілей та свідомого впливу на процеси комеморації з боку держави.

Зазначимо, що в джерелах, де досліджується феномен історичної пам’яті, найбільш опрацьованим є сегмент “політики пам’яті”. У ньому пам’ять розглядається як інструмент управління індивідуальною і суспільною свідомістю. Науковці активно аналізують різні соціальні проекти, які мають на меті формування уявлень, цінностей і знань про минуле з певною політичною акцентуацією (Л. Нагорна, І. Савельєва, А. Полетаєв, Ж. Тощенко та ін.).

Так звана політика пам’яті полягає в здійсненні владними структурами контролю над конструюванням знань та уявлень про минуле, який проводиться через інтерпретацію та організацію історичної освіти (держзамовлення на підручники, в яких викладено офіційний курс історії для навчальних закладів), форми міфологізації (відзначення державних свят, символіка, меморіали), топонімічні назви (перейменування населених пунктів, вулиць) тощо. Отже, в наукових джерелах, які базуються на класичних наукових парадигмах соціологічного, філософсько-історичного та психологічного напрямів, *історична пам’ять* найчастіше визначається як система ставлень (або уявлень) особистості/певної групи/спільноти до історичних подій/осіб/ідей, які репрезентовано в стереотипах, міфах, традиціях, символах, трансльованих моделях поведінки, формах знань тощо, що утворюють унікальну систему орієнтирів щодо осмислення, інтерпретацій та реконструкцій історичного минулого. Зміст феномена розкривається через його функції: когнітивну (запам’ятовування, збереження та відтворення важливої суспільно-історичної інформації), ідентифікаційну, адаптивну, інтегративну, комунікативну, конструювальну, світоглядну.

Звернімо увагу й на те, що останнім часом значно активізувалися дослідницькі розробки, присвячені вивченню феномена історичної пам’яті в контексті регіональних відмінностей. Наукове поле цих досліджень, яке раніше було представлене в бінарних опозиціях на кшталт “схід – захід”, поступається новим напрямом: наразі актуалізується вивчення не стільки стереотипів сприйняття “іншого” в представників різних регіонів, скільки рівня знань та уявлень одне про одного, живих практик взаємодії.

На наше переконання, для наукового дискурсу схема інтерпретацій сходу країни як російськомовного, проросійськи налаштованого, схильного до лівих сил і авторитарного стилю управління і протиставлення йому українськомовного, зорієнтованого на європейський вибір, демократично-ліберального і схильного до правих сил західного є занадто спрощеною,

адже історично закорінені регіональна структура нинішньої України набагато складніша за ті біполярні моделі, які часто представляються в наукових джерелах.

Загалом вивчення феномена історичної пам'яті утруднюється наявністю численних інтерпретаційних площин, що потребує *полідисциплінарного* підходу. Незважаючи на популярність і велику кількість наукових праць на пострадянському науковому просторі, які пов'язані з темою конструювання минулого, можна констатувати, що бракує фундаментальних системних розробок, які давали б дослідникам ефективний методологічний інструментарій для вивчення феномена історичної пам'яті в складному контексті політичних взаємодій сьогодення. Занурення трактувань історичного минулого в сучасний смисловий простір потребує переміщення вивчення історичної пам'яті в площину з новими парадигмальними координатами, в яких можуть бути актуалізовані запити на створення такого методологічного інструментарію.

Відмітною рисою соціальної психології останніх десятиріч є посилення інтересу до проблем формування соціальних знань як конструювального елемента повсякденного буття. Спираючись на філософські та соціологічні концепції знань щодо психологічного засвоєння індивідами практик соціальної взаємодії (Е. Дюркгайм, М. Вебер, Дж. Мід, А. Шюц, Л. Вітгенштейн, Т. Кун, Г. Гарфінкель, М. Фуко), психологи намагаються розробляти *власні теоретичні моделі* наукових знань для пояснення та конструювання соціального досвіду.

З огляду на вищезазначене вважаємо за доцільне в нашому дослідженні запропонувати *міждисциплінарний синтезований підхід*, який має базуватися на теоретико-методологічних засадах різних наукових напрямів, що дасть змогу визначити феномен історичної пам'яті у відповідному тезаурусі сучасних соціогуманітарних знань. Серед таких напрямів – соціально-конструкціоністський (К. Герген, Р. Харре), дискурсивно-аналітичний (Т. ван Дейк, М. Біллінг, Е. Лакло, Дж. Поттер, М. Уетрелл, І. Паркер), соціокультурна семіотика (К. Гірц, Ю. Лотман, Я. Ассман), герменевтика (Х.-Г. Гадамер, Д. Брунер, Г. Шпет), наративний (Ч. Пірс, Дж. Остін, М. Бахтін, Ф. де Соссюр, М. Фуко, Н. В. Чепелева, Т. М. Титаренко), наративістська філософія історії (Ф. Анкерміт, Л. Мінк, Х. Уайт, А. Данто), культуральна соціологія (Дж. Александер).

Основні принципи психологічного підходу, який дістав назву *соціального конструкціонізму*, щодо вивчення проблем, пов'язаних із соціальним конструюванням реальності, було означено в працях К. Гергена і Р. Харре наприкінці минулого сторіччя. Соціально-конструкціоністський підхід вирізняється тим, що категорія мови/комунікацій розглядається як динамічна форма соціальних практик. Індивід перебуває в постійній динамічній взаємодії із соціальним світом. Політична реальність структуру-

ється в дискурсі, у процесі якого виникають локальні, відносно стійкі, але *історично і культурно* рухливі “форми розуміння світу і реальності” [3, с. 58].

У *дискурсивно-аналітичному напрямі*, який у сучасній науці належить до провідних, мова є базовим концептом, навколо якого вибудовуються основні засади цієї парадигми. У процесах взаємодії мова допомагає не тільки створювати смисли і значення про політичну реальність, а й конструювати їх. У цьому сенсі, як стверджують Л. Філліпс і М. Йоргенсен: “мова не просто канал передавання інформації..., а “механізм”, який відтворює і в результаті створює соціальний світ” [4, с. 26]. Продукування текстів розглядається як форма соціальної дії. У контексті текстового аналізу такі дії можна назвати *дискурсивними*, а методи аналізу текстів – *дискурсивним аналізом*. Безсумнівно, що так званий наративний поворот у методології соціогуманітарних знань відкриває шлях до широкого застосування *наративу як специфічного способу дискурсивного моделювання реальності*.

Визначаючи *історичну пам'ять як інтерпретацію історичного (національного) минулого*, основний акцент пропонуємо перенести на дослідження “тексту” історичної пам'яті, який представлений інтерпретаційними полями історичного минулого, що відображають смислові позиції його нараторів (суб'єктів взаємодії). Ці поля виступають водночас схемами (моделями) продукування та конструювання соціальних і політичних практик. Глумачений таким чином феномен історичної пам'яті наділяється усіма властивостями “тексту” і передбачає надалі врахування у його дослідженні основних характеристик, які ми означили як хронотопність, множинна інтерпретативність, метафоричність, суб'єктність, суб'єктивність, багаторівневність.

У конструюванні смислів реального буття, навколо яких вибудовуються поля інтерпретацій історичного минулого, задіяні культурні структури. У новій науковій парадигмі постмодерністського напрямку – культуральній соціології – натрапляємо на поняття “культуральні структури”. За Дж. Александером, який є представником цього напрямку, культура має автономний статус, що суттєво впливає на розвиток соціальних інститутів і взаємодій, а *культуральні структури* визначаються ним як внутрішні, латентні, здебільшого несвідомі механізми діяльності індивідів, сформовані в контексті відносно стійких смислів соціального буття. Ці смисли структуровані і соціально продукуються. У своїй праці “Смисли соціального життя. Культуральна соціологія” дослідник представляє новий теоретико-методологічний підхід для пояснення ролі смислів соціального буття, який допомагає глибше зрозуміти динаміку сучасного соціуму, її амбівалентність. Згідно з Дж. Александером, сучасне суспільство інтерпретується як текст, смисл якого змінюється залежно від його трак-

тувань. У культуральній соціології поняття “наротив” використовується в значенні *смыслу у формі дискурсу*, який за умови багаторазових повторень перетворюється на стереотип, що сприяє в подальшому формуванню колективних уявлень певного світоглядного напрямку [5].

Спираючись на теоретичні напрацювання представників соціокультурного та герменевтичного напрямів (К. Гірц, Ю. Лотман, Х.-Г. Гадамер, Д. Брунер та ін.), вважаємо, що у становленні сучасного інтерпретаційного поля історичної пам’яті задіяно два типи базових структурних елементів, які умовно можна означити як:

- **константи** – культурні структури, що забезпечують смислову спадкоємність у часі через покоління (стереотипи, міфи, традиції, символи, моделі поведінки тощо);

- **декодери** – наротивні структури, які актуалізують і конструюють смисли теперішнього часу.

Зазначимо, що, незважаючи на різні функції, які виконують базові структури, означені нами як “константи” і “декодери”, у створенні сучасного інтерпретаційного поля історичного минулого, їм належить однаково значуща роль. На нашу думку, ті культурні компоненти, що не зазнають впливів часу і мають міфологічне підґрунтя, утворюють своєрідну канву, на якій “розгортаються” нарації суб’єктів політичної взаємодії сьогодення. Треба зазначити, що так звана константність культурних структур, представлених стереотипами, міфами, традиціями, що передаються з покоління в покоління, визначається насамперед тим, що ці культурні структури не зазнають суттєвих змін протягом століть і базуються на архаїчних (архетипових) матрицях, які мають “надкультурні і позачасові типології всезагального психічного” [6, с. 3].

У цьому контексті заслуговують на увагу дослідження О. Шерман. Вивчаючи політичні стереотипи, вона дійшла висновку, що на формування стереотипів щодо держави впливають архаїчні уявлення про ідеальну форму світоустрою, представлені в межах бінарної опозиції “своя” – “чужа” територія, де в основі стереотипу державної влади, як верховної, лежать уявлення про ієрархію міфічного Макрокосмосу, а в основі стереотипу глави держави – архетипи Царя, Героя (Воїна), Творця (Будівника) тощо. У кожному разі очільник держави постає не просто як персона, що очолює суспільну піраміду, а як утілення Ладу, гарант нормального життя, здатний подолати будь-яку кризу або взагалі не допустити її виникнення [7, с. 99–107]. Влада має гарантувати існування певного Ладу, якому протистоїть Хаос у різних формах – від зовнішньої агресії до економічної кризи. Аналізуючи поняття “стабільність” як гарантію непорушності духовних підвалин буття суспільства, О. Шерман трактує його як “осучаснений” еквівалент Ладу, який повинен забезпечувати

щоденну життєдіяльність громадян в усіх основних видах функціонування [там само].

Усі міфологеми, пов'язані з бінарною організацією світу, походять з праісторичних часів. Так, у християнстві цей поділ представлений у вигляді бінарної опозиції “рай” – “пекло”. На думку О. Шерман, традиційні уявлення про рай багаторівневі. Існування самого раю можна подати в стереотипах про державу в її *часових* вимірах – минулому, теперішньому і майбутньому. Рай може ототожнюватися як з певними етапами історичного минулого, наприклад утраченим “золотим віком”, так і з майбутнім (“побудова комунізму”, “демократичне суспільство” тощо).

До найпоширеніших дискурсів, які представлені серед традиційних, усталених, належать *військові*. Архаїчні підвалини цього дискурсу залишаються незмінними, як і його базовий *міф про Героя*. Військові наративи мають свої незмінні сценарії: Хаос вторгається в особі хтонічних істот, які тимчасово здобувають перемогу; потім хтонічні істоти починають руйнувати Лад, відтак Хаос торжествує (радикальна зміна цінностей, “імперія зла”). Як правило, усе завершується перемогою Героя, який відновлює Лад [там само].

Політична реальність конструюється суб'єктами політичної взаємодії в дискурсі, який постійно змінюється. Непростий контекст символічно-дискурсивного простору інтерсуб'єктної взаємодії вітчизняний дослідник В. Васютинський пропонує досліджувати як складову низки контекстів: індивідуально-суб'єктного, соціально-інтерсуб'єктного, соціально-ситуативного і соціально-семантичного [8, с. 86]. На його думку, суб'єкт інтерпретує світ за допомогою наявних інтерпретаційних засобів, які він опанував завдяки попередньому досвідові соціального та індивідуального розвитку. Розширити діапазон інтерпретаційних можливостей він може двома шляхами: або шляхом корекції індивідуального досвіду в процесі та під впливом інтерсуб'єктної взаємодії (що буває частіше), або шляхом власного творчого виходу за межі набутого (що трапляється рідше) [там само, с. 94].

Завдяки наративу відбувається переосмислення соціокультурного і власного досвіду, виникає нове бачення подій, які раніше не усвідомлювалися чи не сприймалися з якоїсь причини, розширюється дискурсивний простір особистості. Важливим, на наше переконання, є те, що в процесі породження наративу здійснюється переосмислення не тільки, наприклад, історичних подій (як у нашому випадку), а й відбувається рефлексія подій власного життя особистості, що сприяє вибору нею відповідних життєвих стратегій та формуванню актуальних соціальних і політичних практик.

Висновки. Отже, вивчення історичної пам'яті потребує на сучасному етапі полідисциплінарного підходу. Ідеться про залучення інструментарію, який поєднував би здобутки соціально-конструкціоністського

напряму і дискурсивно-аналітичні методи. Це дало б змогу досліджувати “тексти” історичної пам’яті, представлені інтерпретаційними полями історичного минулого, що відображають смислову різноманітність сучасного соціально-політичного простору.

У дослідженні сучасного інтерпретаційного поля історичного минулого будемо враховувати його основні характеристики (хронотопність, інтерпретативність, метафоричність) та параметри (зорієнтованість у майбутнє – зацикловання на минулому, відрефлексоване минуле – застрягання в полі травматичних подій, традиція – інновація, раціональне – архетипове тощо).

Література

1. Хальбвакс М. Коллективная и историческая память [Електронний ресурс] / М. Хальбвакс // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. – 2005. – №2–3 (40–41). – С. 12–35. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/ha2.html>.
2. Нора П. Всемирное торжество памяти [Електронний ресурс] / П. Нора // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. – 2005. – №2–3 (40–41). – С. 37–51. – Режим доступа : <http://magazines.russ.ru/nz/2005/2/nora22.html>.
3. Герген К. Движение социального конструктивизма в современной психологии / К. Герген // Социальная психология: саморефлексия маргинальности: Хрестоматия. – М. : ИНИОН РАН, 1995. – С. 51–73.
4. Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод : пер. с англ. / Л. Дж. Филлипс, М. В. Йоргенсен. – Х. : Гуманитарный центр, 2004. – 306 с.
5. Кравченко С. А. Культуральная социология Дж. Александера (генезис, понятия, возможности инструментария) / С. А. Кравченко // Социс. – 2010. – №5. – С. 13–22.
6. Донченко О. А. Феноменология архетипу і соціальні практики / О. А. Донченко // Соціальна психологія. – 2010. – №5 (43). – С. 3–11.
7. Шерман О. М. Політичні стереотипи: місце у політичному процесі та технології формування ЗМІ : монографія / О. М. Шерман. – Львів : Сполом, 2008. – 227 с.
8. Васютинський В. О. Інтеракційна психологія влади / Вадим Васютинський. – К. : Вид-во Київ. славіст. ун-ту, 2005. – 492 с.

Вольфовская Т. А. Исследование исторической памяти: концептуальные основы

Освещено состояние разработанности проблемы исторической памяти на современном этапе. Опираясь на достижения дискурсивно-аналитического научного направления, автор статьи предлагает основной акцент перенести на исследование “текста” исторической памяти, который представлен интерпретационными полями исторического прошлого, отображающими смысловые позиции его нарраторов (субъектов взаимодействия).

Ключевые слова: полидисциплинарный подход, нарративные интерпретации, интерпретационные поля исторического прошлого, культурные структуры.

Volfovs'ka T. O. Study of historical memory: the conceptual foundations

The article describes the current state of art in the research of historical memory. On the basis of findings of the discourse and analytical scientific trend the author proposes to shift the main accent at studying "the text" of historical memory which is represented by interpretation fields of historical past that reflect its narrators' (interaction subjects') sense positions.

Key words: multidisciplinary approach, narrative interpretations, interpretation fields of historical past, cultural structures.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ МІЖСУБ'ЄКТНОЇ ІНТЕРАКЦІЇ В КОМАНДАХ

В. В. Горбунова, м. Житомир

Обґрунтовується методологічна необхідність соціально-психологічного дослідження рольової інтеракції в командах у її особистісно-ціннісній сутності. Аналізуються основні погляди на природу соціально-психологічних ролей, наводяться докази щодо їхньої буттєво-ціннісної природи. Соціально-психологічні ролі розглядаються як соціальна презентація психологічної сутності особистості.

Ключові слова: командні ролі, командна інтеракція, міжособистісні ролі, соціально-психологічні ролі, ціннісний зміст ролей.

Проблема. Взаємини у командах, які розгортаються на тлі спільної діяльності, не можуть аналізуватися поза межами нормативно-рольової регуляції. Вимоги до компетенцій, функційної спеціалізації, послідовності виконання певних завдань та інші "діяльнісні межі", яких немає, приміром, у дружніх стосунках чи "спілкуванні за інтересами", задають певний перелік власне соціальних, конвенційних ролей. Якщо йтиметься про професійно-виробничу команду, матимемо перелік професійних ролей, фіксованих у штатному розкладі; про музичний гурт – функційних ролей, пов'язаних із потребою в певній інструментальній чи вокальній партії; про сімейну команду (на прикладі дитячих будинків сімейного типу) – статусно-нормативних, подекуди аскриптивних, заданих статтю, віком, становищем, суспільними приписами.

Однак під час командної діяльності люди взаємодіють не автоматично – відповідно до посад та обов'язків, сліпо виконуючи функції, розв'язуючи завдання, вирішуючи проблеми, досягаючи результату, – вони роблять це, керуючись ціннісними уявленнями про командні взаємини і працю. Так, візуалізуючи взаємини театральних акторів під час вистави на рольовій діаграмі, Я. Морено зображує кожного цілісним колом, поділеним на дві складові – роль і особистість [1]. Зв'язки між акторами на цій діаграмі також подвійні: стосунки, зумовлені характером

ролей, і стосунки міжособистісні. Отже, командна інтеракція (а саме вона унаочнена Морено) є подвійною за своєю сутністю: нормативно-рольовою (акторська сценарна взаємодія у наведеному вище прикладі) та ціннісно-рольовою (міжособистісні взаємини, зумовлені симпатіями/антипатіями, оцінками, поцінуванням тощо). Саме така подвійність сприяє емоційній силі та розмаїтості подій, що розгортаються на тлі командних взаємин, та вимагає від дослідників аналізу не лише рольової картини взаємин, а і їхнього сутнісного, власне психологічного змісту.

Мета статті: обґрунтування методологічної необхідності дослідження міжособистісних ролей у команді в їхній особистісно-ціннісній сутності.

Більшість рольових теорій, що розроблялися в межах соціологічної традиції, пов'язаної насамперед з іменами Т. Парсонса і Р. Лінтона, попри перспективність з погляду аналізу особистості в соціальному, стосунковому вимірі, піддаються психологічній критиці через абсолютизацію впливу соціальних директив та зводять розуміння людської природи до певного нормативно-стереотипного набору статусно-рольових реакцій.

Збереження продуктивної лінії в дослідженні рольової поведінки людини Б. Г. Ананьєв убаचाє в поєднанні соціологічного із психологічним та, власне, соціально-психологічним аспектами аналізу [2]. Усі три згадані плани аналізу ролей так чи інакше реалізуються в межах концепцій, що розробляються в традиціях символічного інтеракціонізму Дж. Міда. Провідна ідея – соціальність, інтеракційність людської природи, самості, її соціально-рольова сутність як рефлексія власних ролей в очах інших людей та можливість прийняття ролей інших. Саме на цих методологічних засадах розвиваються постмодерністські драматургічні моделі (І. Гофман, М. Сільвер, Дж. Сабіні, Дж. Паррот), в яких, однак, з'являється ризик втрати меж між особистістю і її ролями, людським життям і сценічною грою. Так, К. Джерджен, ілюструючи постмодерний світогляд, зазначає: “Багато хто вірить, що за масками ховається справжня особистість, що рольові ігри – фікція... що ми маємо припинити розігрувати ролі і стати такими, якими є насправді. Але якщо ви починаєте сумніватись, що за роллю сховане справжнє Я, і відчуваєте, що імідж, маска і є справжнім обличчям, – ви входите в новий світ постмодерної свідомості” [3, с. 59].

Автор рольового підходу в соціальній психології особистості П. П. Горностай пропонує вирішувати цю проблему через аналіз різних вимірів ролей: нормативно-функціональний, особистісно-соціальний, життєво-часовий та поведінковий. У такий спосіб кожна роль означається через систему біполярних конструктів, що поглиблюють її розуміння і створюють можливості для всебічного аналізу, у тому числі й урахування

соціальних та індивідуальних, суб'єктних характеристик. Спираючись у такому аналізі на соціальність, інтеракційність, діалогічність людської природи, дослідник наголошує на унікальності та неповторності життєвого, а отже, і рольового досвіду кожного, пропонуючи вживати поняття соціально-психологічної ролі як такої, що є “ключовою ланкою в розв’язанні проблеми соціально-індивідуального дуалізму, ... інтегруючим, синтезуючим началом у вивченні соціально-психологічної природи особистості” [4, с. 14]. При цьому він конкретизує соціально-психологічні ролі як “особистісні”, “міжособистісні”, “життєві”, “внутрішні”, пов’язуючи їх із життєвим світом людини та наголошуючи тим самим на їхній особистісній природі на протигагу, зокрема, біологічним, ритуальним чи акторським ролям, що мають іншу регулятивну основу.

“Найособистіснішим” П. П. Горностай називає визначення Я. Морено, за яким роль – це “актуальна в даний момент й оприявлена форма, якої набуває наша самість” [1, с. 207]. Самість, Я, особистість, характер, – перелічує Я. Морено поняття, що вживаються для позначення утворень, які оприявнюються в ролях. Зауважимо, що цінності також належать до цього переліку. Ілюстрацією до того, що ролі мають ціннісний зміст, слугує і спостереження Морено за однією акторкою, яка не могла грати без суфлера одну єдину роль – роль Еліди в драмі Ібсена, оскільки та була сповнена для неї особистісним змістом і значенням; зіграти дослівно означало відмовитися від того ціннісного суголося, що наповнювало її. Ще одним “моренівським” феноменом, що підтверджує ціннісну природу ролей, є ефект так званого залипання на ролі, коли в ході психодраматичної гри учасники групи, вибрані на ролі “допоміжних я”, відчувають таку ціннісну конгруентність з якоюсь із ролей протагоніста, що, власне, грають самих себе. У наведених прикладах йдеться про сценічні та психодраматичні ролі. Що ж тоді говорити про ролі життєві, партитуру яких розписує сам суб'єкт?

На ідеї про те, що соціально-психологічні ролі мають ціннісний зміст і що в ході рольової самопрезентації, самоявлення іншим здійснюється щось на кшталт ціннісної екстеріоризації, поведінкового, діяльнісного унаочнення змістів свідомості, натрапляємо і в Дж. Келлі [5]. Центральне для теорії поняття “особистісний конструкт” багато психологів, зокрема дослідники ціннісно-сислової свідомості З. С. Карпенко [6] і Д. О. Леонт'єв [7], трактують як близьке до понять смислу та цінності людської свідомості. Роль же в розумінні Дж. Келлі – це поведінковий патерн, який безпосередньо пов’язаний із системою особистісних конструктів. Дослідник зазначає, що ролі “спираються” на систему конструктів, “випливають”, “виникають” із неї. З позицій термінологічної близькості йдеться про те, що життєві ролі тісно пов’язані із цінностями, базуються і конструюються на їх основі.

Міркування щодо буттєво-ціннісних основ соціально-психологічних ролей подибуємо і в концепції особистісної суб'єктності К. О. Абульханової-Славської, де вибудовується лінія суб'єктного спричинення від виконавця ролей до головної дійової особи; у теорії особистості І. С. Кона, у межах якої обстоюється унікальність структури та поєднання ролей особистості; у концепції життєтворчості Л. В. Сохань, за якою людина покликана шукати природні для себе способи самовираження і творити власні життєві ролі.

У соціально-психологічному дослідженні видається перспективним зосередитися на аналізі індивідуального, суб'єктно-ціннісного змісту ролей. “Унаочненим аспектом того, що відоме нам як “Я”, є ролі, через які воно діє” [1, с. 215], – зазначає Я. Морено. Отже, логічно припустити, що саме особистісні цінності, морально-етичні переконання та пріоритети конкретної людини є тим, що творить її ролі, забезпечує їхню змістову унікальність та неповторність. Адже, незважаючи на певну соціально-рольову заданість, усі матері, вчителі, лікарі – різні, як і різна їхня справедливість, чутливість, турботливість, толерантність тощо.

Зауважимо, що П. П. Горностаї характеризує ціннісно-сміслові ролі як такі, що “пов'язані з особистісним смислом і життєвими цінностями” [8, с. 31]. Розвиваючи його ідею про психологічні виміри ролей, можна говорити, що ціннісно-смісловий вимір має кожна соціально-психологічна роль, біполярність же полягає в соціально-індивідуальній дуалістичності. З одного боку, соціальна природа ролей накладає свою ціннісну структуру, певним чином нормуючи людську поведінку; з другого – ціннісний зміст свідомості людини зумовлює ту змістову специфіку, яка вкладається в індивідуальне розуміння ролей та презентується в їхньому виконанні. Відому метафору Я. Морено про те, що кожна роль складається із двох частин – колективного знаменника та індивідуального диференціала, можна взяти за ілюстрацію дуалістичності ролей у їхньому ціннісно-смісловому вимірі. Зауважимо, що можна говорити про ціннісний зміст не лише тих соціально-психологічних, життєвих ролей, які мають соціальні еквіваленти, а й власне особистісних та міжособистісних, часто оригінальних у своїй суб'єктивній семантиці, наприклад “людини, що досягає усього власною працею” або “людини, що завжди приходиться на допомогу”.

За такого розуміння з'являються нові перспективи у дослідженні не лише індивідуального змісту та значення кожної з репертуару соціально-психологічних ролей особистості, а й ідентифікації та змістового аналізу тих “неперетравлених ціннісних інтроєктів” (у перлзовському розумінні), які стереотипізують, деформують життєві ролі, роблять їх ригідними, зближують із соціальними рольовими шаблонами, загалом – лежать в основі рольових дисгармоній та перешкоджають рольовій самореалізації

особистості в різних сферах її життя. Так, Г. Лейтц [9] зауважує, що “слабкість особистості” прямо пропорційна силі ідентифікації людини зі своїми соціальними ролями. П. П. Горностай [8] пов’язує цю слабкість із бідністю внутрішнього світу; додамо, продовжуючи його думку, – із бідністю її суб’єктно-ціннісного змісту.

Аналізуючи сутність соціально-психологічних ролей, П. П. Горностай стверджує, що саме в них, за їхньою допомогою людина презентує себе в соціумі, у міжособистісній взаємодії, утілює себе в більшості сфер життєдіяльності. При цьому дослідник наголошує, що “природа особистості, звичайно, не зводиться до психологічних ролей; в її основі розглядаються такі феномени, як самість, ідентичність, самосвідомість, цінності, смисли” [там само, с. 8]. Близькими до такого базис-презентаційного розуміння людини в її ціннісно-рольовій сутності є ідеї О. Г. Асмолова [10] про “план змісту” (сміслові утворення, мотиви, життєві цілі, загальна спрямованість) і “план вираження” (прояв особистості в діяльності) особистості; Б. С. Братуся [11] – про “особистісно-смісловий” (загальний зміст життя, ставлення до себе, інших) та “індивідуально-виконавчий” (реалізація смислових орієнтацій у конкретній діяльності) рівні структури особистості; Д. О. Леонтєва [7] – про “смісловий” (внутрішній світ) та “експресивно-інструментальний” (зовнішні способи взаємодії зі світом) рівні структурної організації особистості. При цьому Д. О. Леонтєв прямо вказує на те, що як структури другого рівня він розглядає “поряд з рисами характеру і здібностями також ролі, включені людиною у свій репертуар” [там само, с. 159]. Отже, соціально-психологічні ролі – це не що інше, як соціальна презентація психологічної сутності особистості, своєрідні оприявнювачі її внутрішнього, життєвого, ціннісного за своєю природою, світу.

Незважаючи на те, що найвідоміші психологічні моделі командотворення центруються на аналізі та розбудові рольової структури команди (модель діяльнісних, колективних та індивідуальних ролей у команді Дж. Адайра, теорія командних ролей М. Белбіна, модель командного колеса Ч. Маргерісона і Д. МакКена, програмно-рольовий підхід до керівництва науковим колективом М. Г. Ярошевського), у жодній з них ролі не вивчаються виключно у їхній нормативній, безособистісній представленості. Так, рольовий трикутник Дж. Адайра, окрім діяльнісних ролей, пов’язаних із безпосередніми функціями та завданнями (шукач інформації, координатор, критик, активатор, виконавець тощо), містить *колективні*, орієнтовані на підтримку командної єдності (натхненник, гармонізатор, залагоджувач конфліктів тощо), та *індивідуальні*, що відображають очікування, цінності та особистісні проблеми кожного, подекуди деструктивні і руйнівні для групи (домінатор, плейбой, агресор тощо), ролі [12]. Що ж до дев’ятки командних ролей М. Белбіна, то в ос-

нову їх виокремлення автором покладено здібності, мотиви та цінності; він навіть пише про рольову самореалізацію як оволодіння релевантними особистісним якостям командними ролями [13]. Командне колесо Ч. Маргерісона і Д. МакКена, попри жорстку прив'язку командних ролей до базових виробничих функцій, також зорієнтоване на аналіз індивідуальних потреб, зокрема через встановлення особистісної типології за Д. Кейрсі (див. [14]). У програмно-рольовому підході М. Г. Ярошевського рольова поведінка взагалі розглядається як така, що має глибокий особистісно-психологічний смисл та зміст [15].

Як бачимо, дослідження рольових взаємин у команді, попри всю свою нормативність, неможливе поза особистісним, а отже, і ціннісним контекстом. Так, Т. Шибутані напівжартома зауважує, що письменникам вдається краще за психологів описати людські взаємини тому, що вони приділяють увагу не стільки ролям, статусам та функціям, скільки почуттям і цінностям. Особлива іронія зауваження в тому, що воно міститься у вступі до розділу, присвяченому проблемі рольової взаємодії. Описуючи специфіку останньої, дослідник уводить поняття міжособистісних ролей (пов'язаних з індивідуальними особливостями, почуттями та цінностями людей). Він виходить з того, що в будь-яких групових взаєминах їхні учасники виступають одночасно “як виконавці конвенційних ролей і як неповторні людські особистості” [16, с. 273]. Саме ця, друга, особливість викликає зміни та деформації у, здавалось би, стабільній, соціально унормованій системі конвенційно-рольової поведінки і ланцюговою реакцією поширюється всією групою, утворюючи складну систему міжособистісних взаємин.

Розглядаючи проблему регуляції взаємин, Г. М. Андрєєва доходить висновку, що саме міжособистісні ролі в їхньому оцінно-ціннісному змісті, так, як вони відображаються в пересічній свідомості (“хлопець-друга”, “жертвоне ягня”, “злий викладач” тощо), а не їхня соціально-конвенційна сутність впливають на причини людських вчинків: “мотиви поведінки часто пояснюються картиною стосунків, а зовсім не реальними об'єктивними стосунками, що стоять за цією картиною” [17, с. 90].

Міркування про те, що міжособистісні ролі ще до своєї поведінкової презентації осмислюються, вибудовуються, тобто програються у свідомості людини, займають певне місце в життєвому світі особистості, де також можуть бути де- і реконструйовані, подибуємо і в концепції соціального та культурного атомів Я. Морено. Власне “соціальний атом”, як спільність емоційно, ціннісно значущих для суб'єкта людей, перш за все існує в його свідомості, в уявній реальності. “Зробити крок за поріг соціального атома” – так метафорично зображує Я. Морено ситуацію, коли ми впускаємо у свій життєвий світ іншого, коли він набуває для нас цінності, стає емоційно значущим. Окремо

аналізується ситуація втрати, коли фізична смерть не дорівнює соціальній, а може передувати або, навпаки, іти за фактом зникнення однієї людини із соціального атома іншої: “Життя людей продовжується через їхні соціальні атоми за межі фізичної смерті” [18, с. 111]. На рольовому рівні “соціальний атом” доповнюється культурним: “Культурний атом (ті ролі, в яких людина бачить саму себе і в яких бачить інших у ставленні до власних ролей) має для нас першочергову важливість, оскільки саме з культурного атома пацієнта ми отримуємо картину його внутрішнього світу” [19, с. 120].

Власне рольову, або драматургічну, модель життєвого світу особистості пропонує П. П. Горностай. Міжособистісні ролі поряд із життєвими і уявними є складовими життєвого світу, його окремими структурними компонентами. Важливими елементами життєвого світу є найближче соціальне оточення, якому відповідають міжособистісні ролі (як власні, так і ролі значущих інших людей) [4, с. 17]. Ще раз підкреслимо, що дослідник розуміє соціально-психологічні ролі як функціональні прояви особистості, у яких вона реалізує своє життя, наголошуючи, що ядром життєвого світу особистості є самість, яка не може бути зведеною до ролей. Так, міжособистісні ролі представлені в зовнішній (життєвому середовищі) та віртуальній (міжособистісне інфополе) підструктурах життєвого світу.

Висновки. Дослідження соціально-психологічних ролей у їхньому ціннісно-смысловому вимірі дає можливість не лише підтвердити їх наявність, а й здійснювати змістовий аналіз наслідків процесів своєрідної ціннісно-рольової екстеріо- та інтеріоризації. Першого – як оприявлення ціннісної інтерпретації дійсності, себе та інших у зовнішній поведінково-рольовій презентації. Другого – як поповнення індивідуальної свідомості ціннісним змістом соціально-психологічних ролей. Звісно, рівень суб’єктної активності в ході ціннісно-рольової інтеріоризації, а отже, і частка соціально-/суб’єктно-ціннісного в рольовому репертуарі людини загалом та в кожній з її життєвих ролей зокрема – різні. За допомогою ціннісно-рольового аналізу міжсуб’єктної інтеракції в командах ми можемо не лише реконструювати рольовий репертуар кожного учасника, а й зробити ще один крок до розуміння того, який ціннісний зміст має кожна із соціально-психологічних ролей і як ці цінності виявляються у стосунках цього учасника з іншими людьми.

Література

1. *Морено Я. Л.* Психодрама = Psychodrama / Якоб Морено ; [пер. с англ. Г. Пимочкиной, Е. Рачковой]. – М. : Апрель Пресс : ЭКСМО-Пресс, 2001. – 521 с.
2. *Ананьев Б. Г.* Человек как предмет познания / Борис Герасимович Ананьев. – М. : Наука, 2000. – 350 с.

3. *Gergen K. J.* The decline and fall of personality / Kenneth J. Gergen // *Psychology Today*. – 1992. – Vol. 25(6). – P. 59–63.
4. *Горноста́й П. П.* Психологія ролі самореалізації особистості : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. психол. наук : спец. 19.00.05 “Соціальна психологія; психологія соціальної роботи” / П. П. Горноста́й. – К., 2009. – 32 с.
5. *Келли Дж.* Теорія особистості : психологія личних конструктів / Джордж А. Келли ; пер. с англ. і науч. ред. А. А. Алексеева. – СПб. : Реч, 2000. – 249 с.
6. *Карпенко З. С.* Аксиологічна психологія особистості : монографія / Зіновія Степанівна Карпенко. – Івано-Франківськ : Лілея-НВ, 2009. – 512 с.
7. *Леонтьев Д. А.* Психология смысла. Природа, строение и динамика смысловой реальности / Дмитрий Алексеевич Леонтьев. – М. : Смысл, 2003. – 487 с.
8. *Горноста́й П. П.* Личность и роль : ролевой подход в социальной психологии личности : монография / П. П. Горноста́й. – К. : Интерпресс ЛТД, 2007. – 312 с.
9. *Лейтц Г.* Психодрама: теория и практика : классическая психодрама Я. Л. Морено / Грете Лейтц ; [пер. с нем. А. М. Боковикова]. – Изд. 2-е, испр. и доп. – М. : Когито-Центр, 2007. – 379 с.
10. *Асмолов А. Г.* Психология личности: культурно-историческое понимание развития человека / Александр Асмолов. – М. : Смысл : Изд. центр “Академия”, 2007. – 528 с.
11. *Братусь Б. С.* Аномалии личности / Борис Сергеевич Братусь. – М. : Мысль, 1988. – 304 с.
12. *Adair J.* The concise Adair on teambuilding and motivation / John Adair. – London : Thorogood, 2004. – 144 p.
13. *Белбин М. Р.* Команды менеджеров: секреты успеха и причины неудач : [пер. с англ.] / Р. Мередит Белбин. – М. : НИРО, 2003. – 303 с.
14. *Маргерисон Ч. Д.* “Колесо” командного управления: путь к успеху через систему управления командой : [пер. с англ.] / Чарльз Дж. Маргерисон. – Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2004. – 208 с.
15. *Ярошевский М. Г.* Социально-психологические аспекты руководства научным коллективом / М. Г. Ярошевский // Проблемы руководства научным коллективом / М. Г. Ярошевский, С. Г. Кара-Мурза, В. П. Карцев [и др.] ; отв. ред. М. Г. Ярошевский. – М. : Наука, 1982. – С. 13–49.
16. *Шибутани Т.* Социальная психология / Тамотсу Шибутани ; [пер. с англ. В. Б. Ольшанского]. – М. : АСТ ; Ростов-на-Дону : Феникс, 1999. – 538 с.
17. *Андреева Г. М.* Социальная психология / Галина Михайловна Андреева. – М. : Аспект-пресс, 1998. – 373 с.
18. *Морено Я. Л.* Социометрия: Экспериментальный метод и наука об обществе / Якоб Леви Морено ; [пер. с англ. В. М. Корзинкина]. – М. : Изд-во иностр. лит., 1958. – 289 с.
19. *Moreno J. L.* Psychodramatic Treatment of Psychoses Sociometry / Jacob L. Moreno // *A Journal of Inter-Personal Relations*. – 1940. – Vol. 3 (2). – P. 115–132.

Горбунова В. В. Методологические основы социально-психологического исследования межсубъектной интеракции в командах

Обосновывается методологическая необходимость социально-психологического исследования ролевой интеракции в командах в ее личностно-ценностной сущности. Анализируются основные взгляды на природу социально-психологических ролей, приводятся доказательства в пользу их бытийно-ценностной природы. Социально-психологические роли рассматриваются как социальная презентация психологической сущности человека.

Ключевые слова: командные роли, командная интеракция, межличностные роли, социально-психологические роли, ценностное содержание ролей.

Gorbunova V. V. Methodological foundations of socio-psychological research of intersubjective interaction in teams

The methodological necessity of socio-psychological research of the role interaction in teams in its personality and values essence is explained in the article. The main views on the nature of socio-psychological roles are analyzed. The existentially-value nature of socio-psychological roles is established. The social and psychological roles are considered as a social presentation of the psychological nature of a person.

Key words: team roles, team interaction, interpersonal roles, socio-psychological roles, value content of roles.

**СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПРОБЛЕМИ
ВИНИКНЕННЯ ПРОТИРІЧ У ПРОЦЕСІ СОЦІАЛЬНИХ
ПЕРЕТВОРЕНЬ**

О. В. Губенко, м. Київ

Аналізуються соціально-психологічні аспекти соціально-історичної творчості в умовах революційних трансформацій. Започатковується дискусія щодо суперечностей і парадоксів соціально перетворювальної діяльності, зокрема таких, як протиріччя між метою і засобами, ідеалістами і прагматиками, внутрішні протиріччя владної вертикалі, яка виникає в процесі соціально перетворювальної діяльності. Робиться висновок, що зміст останніх у низці перелічених протиріч полягає в тому, що авторитарно-виконавча вертикаль відкидає ініціативно-творчих людей, які були зачинателями соціальних перетворень, висуваючи на перший план людей виконавського типу, які не здатні на інновації; саме з цієї причини суспільство втрачає здатність до змін.

Ключові слова: психологія соціально-історичної творчості, мета і засоби соціально перетворювальної діяльності, авторитарність.

Проблема. Проблема соціально-історичної творчості перебуває на перетині багатьох соціально-гуманітарних наук, зокрема таких, як історія, соціологія, соціальна психологія, політична економія, культурологія. Вона є однією з найактуальніших та найгостріших проблем сучасності, тому що віддзеркалює як потребу в позитивних соціальних змінах, так і небезпід-

ставні перестороги і сумніви щодо міри перетворень та інновацій з погляду усталених соціальних традицій та норм, а також щодо самої ті якихось соціальних змін та реформ. Утім, звернення до соціально-історичного досвіду людства свідчить як про нагальну необхідність соціальних реформ і перетворень, які розглядаються як нормальний механізм історичного розвитку, так і про необхідність великої обережності й рефлексивного ставлення до цієї необхідності. Зокрема, досвід багатьох революцій в історії людства пов'язаний з великими надіями й сподіваннями, які вони породжували, та розчаруванням і фрустрацією, якими вони обернулися для багатьох спостерігачів та учасників [1–9].

Якщо проблеми соціально-історичних перетворень знайшли своє досить широке вираження в історичних, політологічних, філософських, економічних дослідженнях, то джерел, які містили б психологічний та соціально-психологічний аналіз цієї проблематики, на нашу думку, недостатньо.

Мета дослідження полягає у вивченні саме соціально-психологічних аспектів питання соціальних перетворень.

Соціальна творчість досліджується сьогодні в різних її проявах. Визначення цього феномена дає, зокрема, А. Баркер. На його думку, соціальна творчість – це “діяльність, у результаті якої народжуються інновації” (цит. за: [10, с. 28]). Ю. Козелецький вважає, що людині в процесі творчості притаманна “трансгресія” – прагнення до постійного подолання своїх попередніх досягнень і результатів, бажання вийти за межі того, чого вона вже досягла. Існує й конструктивна трансгресія – дія, яка веде до руйнування вже створеного [11]. Основою соціальної творчості особистості, як зазначає Т. В. Лазутіна, є такі духовні складові особистості, як принципи, ідеали, настановлення, атитюди, духовна любов, духовний досвід, переконання, сакральні цінності, особистісний вибір, духовна праця та деякі інші компоненти, які доповнюються здатністю до розуміння, визнання, довіри, спілкування, самодисципліни і творчого матеріального мислення [12]. Отже, соціальна творчість – це духовно детерміноване солідарне творення людиною таких форм спілкування та суспільних стосунків, а також таких їхніх критеріїв і показників, які сукупно забезпечують ідеальний простір для розгортання універсальної людської природи та продуктивно-творчих сил кожної людської особистості і кожної людської спільноти [там само].

Проблематика соціальної творчості (як і творчості взагалі) була однією з провідних у філософії видатного російського мислителя М. О. Бердяєва. Він розглядав соціальну творчість як драматичну суперечку між суб'єктивними інтенціями творця і об'єктивністю, тобто процесом утілення ідеї в об'єктивну реальність, під час якого, на думку

філософа, ця ідея обов'язково спотворюється та деформується, перетворюючись часом на свою протилежність [13–16]. Одним із проявів об'єктивації і відчуження людської діяльності є соціальна революція, якщо розглядати її як спробу соціальної творчості, результати якої звичайно сильно відрізняються від декларованих на початку цілей революції. На думку російського філософа, усяка революція, усяка соціальна творчість і творча діяльність узагалі проходять як свою завершальну стадію так звану стадію охолодження творчості. Яскраву характеристику процесу охолодження соціальної творчості Бердяєв дав у своїй книзі “Досвід парадоксальної етики”: “Розвиток, удосконалення, розгортання, завершення творчості є вже її погіршення, охолодження, падіння вниз, старість. Це видно у долі творчих геніїв і творчому русі духу в історії, в історичному розвитку, у долі пророцтва і святості у світі, у долі всіх осянянь, усіх інтуїцій, усіх першородних ідей. За творчим горінням духу не можна порівняти християнство розвинене і розгорнуте з першохристиянством; не можна порівнювати тих, хто заснував життя на пророцтвах, із самими пророками. Не можна порівнювати розвинений францисканський орден з вогнем любові св. Франциска. Не можна порівнювати розвинений протестантизм XVII, XVIII і XIX століть, що пройшов через Меланхтона, з полум'яним горінням, полум'яним духом Лютера. Не можна порівнювати охолоджені результати всіх революцій світу з полум'яністю і горінням у момент їх зародження. Не можна порівнювати марксистів з Марксом, не можна порівнювати толстовців з Толстим. Не можна порівнювати яку б то не було систему охололених та осілих ідей з геніальністю та полум'яністю їхніх пеших провісників” [14, с. 211].

Революція породжує протиріччя і парадокси – соціально-етичні, соціально-політичні, соціально-психологічні і, нарешті, соціально-економічні. Розглянемо деякі з них.

1. Протиріччя між визвольними цілями і авторитарними засобами соціальної творчості (або парадокс революційної диктатури): полягає в протиріччі між гуманістичними цілями соціально перетворювальної діяльності і негуманістичними засобами, що нерідко застосовуються для їх реалізації. Мовою радикальної соціології цей парадокс звучав би так: для перемоги революції та захисту її завоювань потрібна жорстка диктатура (“диктатура пролетаріату”, за Марксом [5] і Леніном), але ця ж диктатура веде до авторитарного переродження і загибелі революції (“термідору”, за Троцьким [6], узурпації влади з боку нової революційно-бюрократичної держави, що виникає на руїнах старої, за Бакуніним [2] і Кропоткіним [4]).

Однією з причин, що ускладнюють встановлення контролю над результатами своєї діяльності з боку колективного суб'єкта соціальної дія-

льності, тобто широких мас людей, які беруть у ній участь, є труднощі, пов'язані з необхідністю координації і синхронізації багатьох волей. Ця координація потрібна для того, щоб поставити процес і результати своєї діяльності під усвідомлений і повноцінний (наскільки це можливо, не порушуючи певних спонтанних соціальних процесів) колективний контроль.

Стикаючись із труднощами такої координації в історії, ми можемо спостерігати явище, яке умовно можна назвати статистичним відчуженням. Під ним слід розуміти інерцію великих мас людей, які гасять зусилля окремих людей або невеликих їх груп надати волям мільйонів людей одного цілеспрямованого напрямку, одного вектора одночасно. Проте в результаті інерції, що породжується законом великих чисел, гасяться зусилля не тільки меншості, а й самої більшості людей, якщо вектори їхніх волей направляються нехай навіть на високі соціально корисні цілі, але в різних напрямках.

Одним словом, виникає хаотичний броунівський рух нескоординованих волей величезної маси учасників соціально-психологічного процесу, що безперервно стикаються. У результаті такої невпорядкованої хаотичної активності рівнодіюча всіх векторів активності складається і призводить до зовсім не тих результатів сукупної соціальної діяльності, на які розраховував кожен з її учасників. Статистичне відчуження пов'язане з проявами таких статистично-механічних аспектів соціальної форми руху, як закон великих чисел, броунівський рух, векторна геометрія. Синхронізації вищеописаного броунівського соціально-історичного руху теоретично можна досягти такими шляхами:

А. Насильницьким “випрямленням” та авторитарним направленням і спрямуванням волі мас до однієї мети, коли воля меншості примусово, насильницькими засобами нав'язується більшості. Меншість монополізує право на соціальну творчість, відсторонюючи від творчості більшість. Суспільство поділяється на дві частини, одна з яких вивищується над іншою. Але в цьому разі ми отримуємо те саме відчуження реальності соціуму від широких мас історично активних суб'єктів, яке ми намагаємося подолати.

Б. Ненасильницьким культурно-пропагандистським подоланням соціальної броунізації, коли синхронізація волей більшості учасників історичного процесу досягається шляхом пропаганди та популяризації певної соціальної ідеї або парадигми з послідовним і поступовим залученням усе більшої кількості переконаних прихильників на бік цієї ідеї. З часом досягається домінування соціальної парадигми, яку більшість людей приймають усвідомлено і добровільно. Суспільство приходять до стану культурної гегемонії, коли соціально позитивна політична сила досягає своїх просоціальних цілей, спираючись на добровільну підтримку своєї більшості (або принаймні найбільш активної частини) суспільства. У

цьому полягала ідея культурної гегемонії видатного італійського політичного діяча і мислителя А. Грамші. Треба сказати, що такий шлях подолання статистичного відчуження, мабуть, найбільш плідний, оскільки він уникає абсолютизації насильства і пов'язаних із ним проявів дегуманізації суспільства.

Аналізуючи проблему насильства в соціально перетворювальній діяльності, хотіли б відзначити парадокс, пов'язаний з його застосуванням у соціальній творчості. Соціальна творчість є дією, що змінює реальність, але для її реалізації в історії, як правило, застосовується жорстка авторитарна виконавча влада, яка спирається на насильство і тим самим перетворює процес соціальної творчості і його результати на свою протилежність – на незмінну реальність, відчужену від суб'єктів дії і непроникну для їхньої активності. Революційна диктатура створюється і діє задля захисту й перемоги революції. Без диктатури революція не може ні захистити себе, ні перемогти, ні реалізувати свої цілі в суспільстві. Але вона ж, перемагаючи, і губить революцію.

2. Суперечності владної вертикалі. Механізм негативної соціальної селекції. Як, власне, діє цей механізм? Авторитарна вертикаль спирається на бездумних виконавців. Відбираючи і розставляючи на місцях бездумних людей виконавського типу, вона відтісняє людей ідейного, ініціативного типу, унаслідок чого з часом і гине. Нікому стає відповідати на нові виклики часу новими ініціативами та інноваціями, оскільки до керівництва авторитарною вертикаллю в наступних поколіннях приходять ті самі бездумні виконавці, які за визначенням не здатні на нові ідеї та ініціативи.

Переродження гуманістичної соціально перетворювальної діяльності керівників революції в негуманістичну, відчужену від суб'єктів перетворення – широких народних мас – відбувається через механізм негативної соціальної селекції керівників та організаторів революційного процесу.

Цей механізм діє таким чином. Усяка диктатура (незалежно від того, яку мету вона перед собою ставить) передбачає створення й утвердження жорсткої виконавчої вертикалі. Цій вертикалі потрібен інший тип людей порівняно з початковим періодом революції, коли в її керівному ядрі домінував шар революційних ідеологів-ідеалістів, які мали ініціативний характер і діяли за переконаннями, а не за чієюсь вказівкою “згори”. Для підтримки діяльності владної авторитарної вертикалі революційної диктатури потрібні безініціативні і покірливі виконавці, які рішуче й енергійно виконували б будь-який наказ, що надходить “згори”, і не замислювалися над тим, чи відповідає він революційним ідеалам, чи ні. Таким чином, диктатура “роздвоюється” на вузький верхній шар керівників, що присвоюють собі виключне право на соціальну творчість, і всіх інших,

чий соціальний горизонт обмежений тільки і виключно виконавською діяльністю. Авторитарна вертикаль, відбираючи і розставляючи на місцях людей виконавського типу, відтісняє людей ініціативного типу, у крайніх випадках навіть знищує їх, побоюючись непередбачуваних дій з їхнього боку. (Найцінніше для владної вертикалі – це завжди покірні і передбачувані виконавці-роботи.)

Так сталося з більшовиками першого покоління (“ленінською гвардією”) під час сталінських репресій, так було з керівниками компартії Китаю “першої хвилі” під час “культурної революції”, так сталося з представниками першого ліберального етапу Великої Французької революції – жирондистами і монтаньярами, яких радикальні революціонери-якобінці відправили на гільйотину.

З часом перше покоління виконавців приходить до влади, замінюючи залишки революціонерів-ініціаторів, які вибувають природним шляхом, і підбирає для своєї вертикалі виконавців другого покоління, у яких креативні, інтелектуальні та вольові прояви вже відсутні повністю; ті так само відбирають і розставляють виконавців третього покоління з ще більш вираженою деградацією управлінських якостей.

Таким чином, протягом кількох поколінь революційна бюрократична еліта вироджується під дією механізму негативної соціальної селекції, оскільки відбирає не кращих, а найневизначніших і “найусередненіших” керівників, які не мають яскравих лідерських рис. Через брак креативності та ініціативи з боку своїх керівних еліт створена революцією соціальна система втрачає здатність продукувати інноваційні імпульси до розвитку і з часом стикається з небезпекою відмирання і розпаду, що й сталося свого часу з радянською системою.

Отже, негативний соціальний відбір призводить до формування політичної еліти і прошарку керівників-виконавців зі звуженою свідомістю, не здатною вийти за горизонт раз і назавжди засвоєних революційних ідеологічних догматів і стереотипів соціальної дії. Такі політичні еліти можуть здійснювати лише виконавські соціальні акти, породжувати і підтримувати лише усталену соціальну реальність, але не здатні на творчий розвиток соціальної системи відповідно до нових історичних викликів.

3. Протиріччя між ідеалістами-новаторами і виконавцями-прагматиками (Дон Кіхотами і Санчо Пансами). Під час революції виникає суперечність між ідеалістами-новаторами, які є ініціаторами першого етапу революції, етапу “розплавлення” старих соціальних відносин та інститутів і їх перетворення в нові, і виконавцями-прагматиками. Виконавці-прагматики виступають на перший план і відтісняють ідеалістів-новаторів на другому етапі революції, етапі “кристалізації”, затвердження

та стабілізації нових суспільних відносин, які перетворюються з творчої змінної реальності, що бурхливо розвивається і спонтанно організується на основі соціальної творчості широких мас, у нетворчу реальність, застиглу, відірвану від мас і таку, що протистоїть їм як щось чуже і непроникне для їхніх творчих імпульсів. (Про виконавців-конформістів другого етапу революції і їх ставлення до ідеалістів-новаторів першого етапу можна сказати словами одного з героїв роману М. Сімашка “Спокута Дабіра”: “І не потрібні їм стали старі правдолюбці...” [17, с. 123].

Протириччя між цими соціально-психологічними типами діячів революції тісно пов’язане з розглянутим вище парадоксом, що полягає в суперечності між гуманістичними цілями і негуманістичними засобами соціально перетворювальної діяльності.

4. Парадокс розкріпаченого самолюбства. Революція, крім усіх інших завдань, вирішує ще й завдання психологічне: надає “компенсацію” пригнобленим “рабам” за їхнє ущемлене століттями самолюбство. Їхнє самолюбство розкріпачується, їх “Я” звільняється, не стримуване більше старою ієрархією, побудованою на страху, рабській покорі та пригніченні. Але розкріпачення самолюбств нерідко веде до їх розбещення. Кожен починає хотіти (як у казці про старого і золоту рибку), щоб його воля стала законом для оточуючих, і навіть, можливо, для всіх.

Таким чином, розкріпачене самолюбство, якщо не працюють механізми самообмеження, веде до розбещення “Я”, що породжує гостру конкуренцію і боротьбу між розбещеними “Я”. У результаті цієї боротьби найсильніше “Я”, найсильніше самолюбство нав’язують свою волю іншим “Я”. А відтак знову встановлюється система гноблення, коли самолюбство небагатьох або одного реалізується за рахунок обмеження самолюбства більшості. Якщо розкріпачення самолюбств трансформується в розбещення самолюбств, не стримуване тепер страхом, ієрархією і прищепленою з дитинства звичкою до покорі (які на перший час знищуються революцією), то неминуче відроджується необхідність у деспотії.

Разом з тим, якщо немає внутрішніх важелів самообмеження “Я”, що добровільно пригнічують прагнення авторитарно нав’язувати свою волю іншим, то неминуче виникають і набирають чинності зовнішні інстанції примусового придушення і приборкання “Я”. Ідеться про особливі інстанції. Це ієрархія, що впорядковує правила взаємодії багатьох “Я” і ставить “Я” в певні рамки. Це “деспот”, “владика”, що присвоює виключно собі право придушувати волі інших. Це, урешті-решт, монополія на насильство і примус з боку держави.

Якщо вищесказане нами є справедливим, то, як не сумно це констатувати, причиною гноблення й існування держави є не тільки зовнішні соціальні причини. Не тільки поділ праці на працю керівну і виконавчу,

що історично виникають у процесі спеціалізації і поділу праці; не тільки захоплення правлячими класами монополії на насильство, як це історично сталося; нарешті, не тільки існування антагоністичних класів і необхідність утримувати цей антагонізм у межах єдиного цілого за допомогою державного примусу.

Ще однією, останньою, причиною існування держави і гноблення особистості є психологічна причина, а саме відсутність або недосформованість механізмів самоприборкання самолюбств, що веде до їх розбещення і, як наслідок, виникнення зовнішнього примусу як знаряддя стримування людського свавілля і розбещеності. Нехай і дуже поганого знаряддя, але останнього, яке оберігає суспільство від самознищення в процесі гоббсівсько-дарвінівської “боротьби всіх проти всіх”, що розгортається на арені розбещених сваволь, які зловживають свободою, дарованою революцією. І виникає примус як наслідок цієї ситуації і з тієї самої причини, з якої ця боротьба всіх проти всіх розгортається.

5. Протиріччя ідейно-інтелектуальне: між творчими шуканнями революційної думки і догматизмом усталеної революційної ідеології. Маса мобілізують і ведуть до мети усталені і догматизовані ідеї. Потреби безпосередньої соціальної дії вимагають ідеологічних положень, викладених як інструкції до дії, які приймаються без обговорення. Масова соціально перетворювальна дія нетерпима до атмосфери дискусії, атмосфери наукової лабораторії, тим більше, що соціальні перетворення дуже часто здійснюються в “бойових” умовах гострих соціальних антагонізмів і соціально-політичного протистояння, іноді жорстких громадянських конфліктів, коли для дискусій немає часу.

Умови “бойових дій” вимагають мобілізації мас і беззаперечного дотримання планів-схем соціальної дії, “накреслених” у революційній ідеології. Це визначає непорушний, застиглий характер соціально перетворювальної ідеї, яка стає догматичною і втрачає присмак творчих шукань та креативності. Ідеї кристалізуються, “кам’яніють” і стають нерухомими. Крім того, абсолютний і жорсткий характер ідеологічних догм мобілізує волю, позбавляючи її від сумнівів та нерішучості, які бувають властиві розуму, який не впевнений остаточно в істинності ідей, які він сповідує. Отже, догмати мобілізують маси краще, ніж творчі дискусії. Так вони концентрують волю на меті, що дає змогу акумулювати енергію соціальної дії. Це, так би мовити, корисні, з прагматичного погляду, ефекти догматичної ідеології. Але догматизм втрачає зворотний зв’язок з реальністю. Тому саме в догматизмі приховуються зародки майбутнього переродження революційної ідеї у догмат, відірваний від життя, у реакційну ідею.

Дискусії, сумніви, творчі пошуки здатні оновити революційну ідею, але при цьому потреба у творчому оновленні соціально перетворювальних

ідей стикається з непримиренним догматизмом ідеології. Творча рефлексія має свої переваги і недоліки, які є зворотним боком її переваг. Вона веде до нових соціальних істин, але, гальмуючи волю і породжуючи сумніви, розфокусує та демобілізує індивідуальну та соціальну волю. Але коли творчі пошуки ведуть до відкриття нових принципів соціальної організації, вони сприяють породженню віри в нові соціальні ідеали і впевненості в їх здійсненні.

6. Парадокс власності і парадокс державного втручання в економіку. До суттєвих негативних наслідків веде монополізм і в економічному житті. Економічні монополії знищують чесну і рівну конкуренцію, гальмуючи тим самим просування економічно обдарованих індивідів і стримуючи розвиток приватної ініціативи та народного господарства в цілому. До формування економічного монополізму призводять дві причини: розвиток приватної власності і посилення державного втручання в економіку. Перша причина полягає в необмеженому розвитку приватної власності, який веде до концентрації й централізації власності, коли один власник або невелика їх група поглинають дрібну і середню власність більшості членів суспільства. Таким чином, на одному полюсі суспільства концентруються економічна власність і багатство, а на протилежному – пролетаризовані прошарки суспільства, які не мають власності на засоби виробництва. Цей різновид монополізму є нічим іншим, як доведеним до краю принципом приватної власності. Принцип приватної власності, доведений до граничної межі, породжує економічний монополізм над суспільством. Таким чином, вільний розвиток власності, який допускається і здійснюється заради свободи суспільства, загрожує його свободі. Тут ми маємо справу з *парадоксом власності*. Він полягає в тому, що приватна власність є економічним оплотом особистісної і суспільної свободи. Але її необмежений розвиток загрожує свободі особистості і суспільства. Доведений до граничної межі принцип приватної власності знаходить своє екстремальне вираження в системі економічної несвободи, побудованої на економічному монополізмі.

Другою причиною, яка породжує економічний монополізм, є державне втручання в економіку. Тут ми спостерігаємо *парадокс державного втручання в економіку*. Він полягає в тому, що держава заради свободи суспільства має обмежувати приватну власність, беручи її під свій контроль. Але обмеження приватної власності, якщо воно супроводжується поглинанням її значної кількості з боку держави, породжує загрози для свободи особистості і суспільства. Таким чином, одержавлення економіки, яке здійснюється заради свободи суспільства, загрожує його свободі.

Оптимальний розвиток сучасної економіки суспільства багато в чому залежить від того, чи вдасться політикам, економістам та політич-

ним психологам певним чином подолати ці два парадокси. Неправильне вирішення парадокса власності призводить до розвитку “дикого капіталізму” з усіма його наслідками, а неправильне вирішення парадокса державного втручання – до розвитку тоталітарного державного соціалізму з своїми негативними наслідками для людини і суспільства.

Висновки:

1. Важливим завданням стає на сьогодні розроблення концепції *колективного управління власністю*, тобто управління і не індивідуально-особистісного, і водночас не анонімно-безособового. Іншими словами, в ній мають поєднуватися моменти, які зазвичай складно поєднуються в реальній практиці управління – як ринкового, так і державно-“соціалістичного”, а саме особистісні і громадські інтереси. Дотепер здебільшого відбувалося так: або власність служила особистим егоїстичним інтересам, що призводило до повного нехтування інтересів усіх, або вона ставилася на службу інтересам держави, що виступала від імені спільних інтересів, зневажаючи при цьому інтереси особистості і придушуючи її ініціативу.

2. Суспільство гостро потребує наразі створення концепції соціального підприємництва, у якій особиста ініціатива не придушувалася б, як у тоталітарно-державному соціалізмі, і не розбещувалась, як у “дикому” капіталізмі, а служила б інтересам суспільства, інтересам усіх.

Література

1. Гегель Г. В. Система наук. Ч. 1. Феноменология духа / Георг Вильгельм Гегель. – Санкт-Петербург : Наука, 2002. – 443 с.
2. Бакунин М. А. Государственность и анархия. Издание социально-революционной партии / Михаил Александрович Бакунин. – 1873. – 28 с.
3. Каутский К. Большевизм и государственное рабство / К. Каутский // Антология мировой политической мысли : в 5 т. – М. : Мысль, 1997. – Т. 2. – С. 113–115.
4. Кропоткин П. История Великой Французской Революции / П. Кропоткин. – М. : Наука, 1979. – 576 с.
5. Маркс К. Конспект книги М. Бакунина “Государственность и анархия” // Карл Маркс и Фридрих Энгельс. Сочинения. – 2-е изд. – Т. 18. – М., 1956. – С. 579–624.
6. Троцкий Л. Д. Преданная революция / Л. Д. Троцкий. – М. : НИИ культуры, 1991. – 256 с.
7. Достоевский Ф. М. Легенда о Великом Инквизиторе (Роман “Братья Карамазовы”) / Ф. М. Достоевский // Собрание сочинений : в 15-ти т. – Ленинград : Наука, 1991. – Т. 9-10.
8. Струк Е. Н. Творчество – инструмент преодоления социальных пределов современного общества [Электронный ресурс] / Е. Н. Струк //

- Аналитика культурологии: электронное научное издание / Тамбов. гос. ун-т им. Г. Р. Державина. – 2011. – Вып. 3 (21). – Режим доступа: <http://analiculturolog.ru/journal/new>.
9. *Хайек Ф. А.* Дорога в рабство / Ф. А. Хайек. – М. : Новое изд-во, 2005. – 264 с.
 10. *Веселый А.* Россия, кровью умытая : роман / Артем Веселый // Избранные произведения / Артем Веселый. – М. : Современник, 1977. – 510 с.
 11. *Козелецкий Ю.* Человек многомерный (Психологическое эссе) / Ю. Козелецкий. – К. : Лыбедь, 1991. – 288 с.
 12. *Лазутина Т.В.* Духовная основа социального творчества личности : автореф. на соискание учен. степени филос. наук / Т. В. Лазутина. – Красноярск, 2010. – 20 с.
 13. *Бердяев Н. А.* О рабстве и свободе человека. Опыт персоналистической философии / Н. А. Бердяев. – Paris : YMCA-Press, 1939. – 224 с.
 14. *Бердяев Н. А.* Опыт парадоксальной этики / Н. А. Бердяев. – М. : АСТ ; X. : Фолио, 2003. – 701 с.
 15. *Бердяев Н. А.* Философия свободы. Смысл творчества / Н. А. Бердяев. – М. : Правда, 1989. – 607 с.
 16. *Бердяев Н. А.* Царство Духа и царство Кесаря / Н. А. Бердяев. – М. : Республика, 1995. – 383 с.
 17. *Симашко М.* Маздак. Повести Черных и Красных песков : сборник / Морис Симашко. – Алма-Ата : Жазушы, 1974. – 429 с.

Губенко А. В. Социально-психологические аспекты проблемы возникновения противоречий в процессе социальных преобразований

Анализируются социально-психологические аспекты социально-исторического творчества в условиях революционных трансформаций. Дается начало дискуссии относительно противоречий и парадоксов социально преобразующей деятельности, в частности таких, как противоречие между целью и средствами, идеалистами и прагматиками, внутренние противоречия властной вертикали, которая возникает в процессе социально преобразующей деятельности. Делается вывод, что содержание последних в ряду перечисленных противоречий заключается в том, что авторитарно-исполнительная вертикаль отвергает инициативно-творческих людей, которые были зачинателями социальных преобразований, выдвигая на первый план людей исполнительского типа, не способных к инновациям; именно по этой причине общество утрачивает способность к изменениям.

Ключевые слова: психология социально-исторического творчества, цель и средства социально преобразующей деятельности, авторитарность.

Gubenko O. V. Social and psychological aspects of the problem of contradictions in the process of social transformation

The article analyzes the social and psychological aspects of social and historical creativity under the conditions of revolutionary transformations. Contradictions and

paradoxes of social-transforming activity, such as the contradiction between the aim and the means, idealists and pragmatists, the internal contradictions of the power vertical, which appears in the process of social-transforming activity, are discussed. The content of these contradictions is that authoritarian-executive vertical rejects initiative-creative people who were initiators of social changes. It is outlined that people of performing type who are not capable to produce innovations are promoted. For this reason, society loses its ability to change.

Key words: psychology of social and historical creativity, purpose and means of social transforming activity, authoritarianism.

ПРОБЛЕМА ТИПОЛОГІЗАЦІЇ УЯВЛЕНЬ ПРО ГЕОПОЛІТИЧНУ РЕАЛЬНІСТЬ

О. Ю. Дроздов, м. Чернігів

Аналізується проблема виокремлення типів уявлень про геополітичну реальність. Пропонується авторська типологія, яка містить шість типів геополітичної свідомості і геополітичних ментальних карт світу: біполярний, “оточена фортеця”, монополярний, “фантомний синдром”, поліполярний та “світ без кордонів”. Описано тенденції поширення геополітичних ментальних карт світу монополярного, біполярного та поліполярного типів.

Ключові слова: геополітична свідомість, геополітична ментальна карта, типологія.

Проблема. Той факт, що усвідомлення багатьох політичних явищ практично завжди передбачає той чи інший просторовий (територіально-географічний) контекст, або “фон”, є підставою для того, щоб вести мову про феномен геополітичної свідомості (ГПС). Його ми визначаємо як форму відображення подій та явищ “політичного світу” крізь призму “географічного світу” шляхом ототожнення певного географічного простору з конкретною політикою, яка там проводиться [1]. Оскільки ГПС виступає феноменом світоглядного рівня, її повноцінне наукове вивчення потребує, серед іншого, створення і використання певних класифікацій. Останнє впливає із самого факту багатоманітності суб’єктивних образів світу в цілому та уявлень про геополітичну реальність зокрема. Досліджуючи політичні та геополітичні орієнтації громадян, вітчизняні і російські науковці використовують переважно політологічні класифікації, в основі яких лежать суто ідеологічні критерії. Найвідомішою є типологія, що побудована за політико-географічним принципом “Захід – Схід” (“Європа/США – Азія/Росія”), і де, відповідно, виокремлюються “прозахідні” (“проєвропейські”, “проамериканські”), “проросійські”, “євразійські” та інші типи. Коріння цієї традиції сягає XIX ст., коли в суспільно-політичній думці Росії оформилися напрямки “західників” і

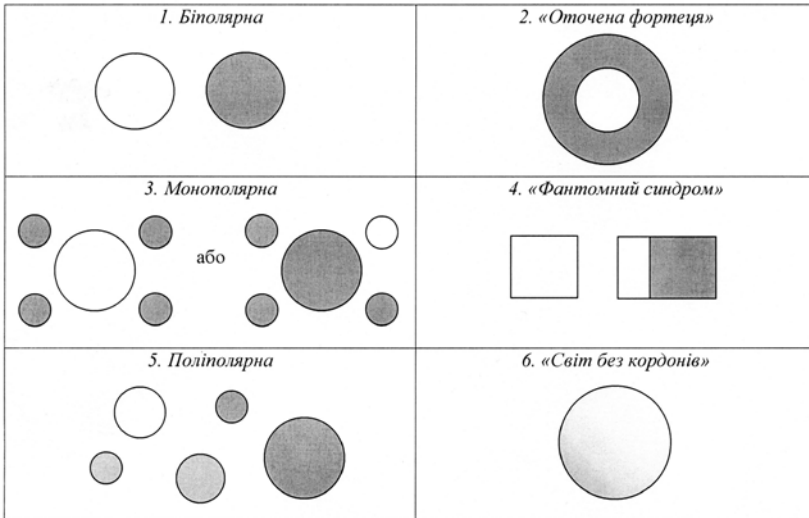
“слов’янофілів”. Але, якщо виходити з того, що ГПС у першу чергу є психологічним, а не політичним феноменом, то постає необхідність у використанні власне психологічних критеріїв та класифікацій.

У психології вже існує певний досвід створення типологій образів (картин) світу. Наприклад, О. Івашкін згадує “конструктивний”, “деструктивний” та “індиферентний” образи світу [2], а М. Абрамова – “прості гармонійні” та “складні суперечливі” [3]. Існують й інші типології, але більшість із них, на наш погляд, мають у цілому загальний характер, адже в них відобразилася традиція радянських і російських психологів досить широко тлумачити феномен образу світу. Відповідно, виокремлені в них типи часто не відображають специфіку саме геополітичної реальності, а тому їх застосування для аналізу ГПС видається недоречним.

Мета статті: теоретичний аналіз проблеми виділення психологічних типів образів (уявлень) геополітичної реальності.

Досягнення вищезазначеної мети, на наш погляд, має починатися з вирішення питання про зміст та форми прояву ГПС. Іншими словами, слід визначити, про типологію якого конкретно явища йтиметься. Вивчаючи погляди людини на світ (зокрема політичний), дослідники оперують широким колом понять: “образ світу” (О. Леонтьєв, С. Смирнов, В. Петухов), “картина світу” (Р. Редфілд, С. Лур’є), “модель світу” (С. Дружилов, М. Смутьсон), “політико-географічний образ” та “геополітичний образ” (Д. Замятін, В. Колосов), “геополітичні бачення (погляди)” (Г. О’Туатейл, Г. Діджкінк), “геополітичні коди” (Дж. Геддіс), “іконографія простору” (Ж. Готтман), “зовнішньополітичний менталітет” (С. Чугров) тощо. Але, під кутом аналізу ГПС, найперспективнішою, на наш погляд, є наразі концепція “ментальних/когнітивних карт”, розроблена американськими науковцями (Е. Толмен, Р. Даунс, Д. Сті). Згідно з їхніми уявленнями, “когнітивні карти” (суб’єктивні образи або уявлення певного простору) слід розглядати як результат “ментального картографування”, тобто комплексу когнітивних процесів набуття, кодування, зберігання, відтворення та маніпуляції інформацією про навколишній простір [4]. Використання терміна “геополітична ментальна карта” (ГПМК) видається нам цілком адекватним і логічним із двох причин. По-перше, як уже зазначалося вище, усвідомлення геополітичної дійсності передбачає своєрідне “прив’язування” політичних уявлень, знань та оцінок до певного простору. Образ останнього також завжди має наочно-схематичний “картоїдний” характер. По-друге, завдяки вивченню географії в середній школі географічна свідомість індивіда (картографічна за своєю сутністю) набуває певної систематичності раніше, ніж політична. Тому саме просторові (географічні) уявлення виступають своєрідним “каркасом” ГПМК, а політичні образи, знання та оцінки є швидше своєрідним “наповнювачем” цього “каркасу”.

Структуру ГПМК складають уявлення щодо геополітичних суб'єктів (акторів). Ними передусім є держави (країни), їх союзи, певні регіони – тобто колективні суб'єкти, які одночасно мають як географічні, так і політичні риси. Усвідомлення існування та взаємодії цих колективних суб'єктів у геополітичному просторі передбачає приписування їм певних ідентифікаційних (“ми-вони”, “наші-не наші”) та статусно-рольових характеристик (“ведучі-ведені”, “друзі-вороги” тощо). Отже, критерієм виділення типів ГПМК можуть бути статус і характер взаємовідносин колективних суб'єктів “Ми” (власна країна, регіон) та “Вони” (усі інші). Виходячи із цього, ми запропонували “плітний” варіант соціально-психологічної класифікації з наступними шістьма типами ГПМК¹. Умовно сутність виділених типів ГПМК зображено на наведеному нижче рисунку.



Білий колір фігур відповідає конструкту “Ми”, темний – “Вони”

Рис. Схематичні зображення характеристик різних типів ГПМК

1. **Біполярний тип ГПМК** – передбачає сприймання політичного світу як арени боротьби двох таборів: “Ми” (“Нас”) і “Вони” (“Їх”), а географічного світу, відповідно, як “наших” і “не наших” територій. Класичним прикладом може бути образ світу, що існував у ГПС багатьох

¹ На наш погляд, описані далі типи ГПМК загалом відображають і відповідні типи ГПС (хоча ГПС є більш широким поняттям, ніж ГПМК, і їх не можна вважати синонімічними).

покоління громадян СРСР. Його базовими компонентами, як відомо, були непримиренно конфліктуючі “соціалістичний табір” (на чолі із СРСР) та “імперіалістичний Захід” (на чолі із США). При цьому всі інші країни (так званого третього світу) усе одно класифікувалися за мірою їх близькості до одного з полюсів – як ті, що обрали “прогресивний соціалістичний шлях розвитку”, або як “країни-сателіти США”.

Підкреслимо, що біполярний тип картини світу зберігся і після розвалу СРСР та прорадянського блоку, але він набув дещо інших форм. Так, у свідомості багатьох мешканців західних країн поширені уявлення про протистояння “благополучного цивілізованого” Заходу (Півночі) і “бідного, нецивілізованого” Сходу (Півдня). Інший варіант цієї картини передбачає, що всьому “цивілізованому світові” загрожує “міжнародний тероризм”. Так само в сучасному мусульманському світі поширюються уявлення про те, що природним ворогом “світу ісламу” є “грішний світ західного невір’я”. В усіх цих випадках маємо справу з доволі простою за своєю сутністю схемою ототожнення “Нас” і “Них” відповідно із “Добром” і “Злом”. Специфічним різновидом цього образу світу є зворотна модель “У нас усе погано – у них усе добре”, яка мала місце, наприклад, у суспільній свідомості радянських громадян наприкінці 1980-х років.

2. **ГПМК типу “оточена фортеця”.** Ізраїльський дослідник Д. Бар-Тал визначає такий світогляд як психологічний стан, що базується на переконанні членів групи в тому, що весь інший світ має щодо них негативні інтенції (наміри). Незважаючи на те, що було виявлено незначну кореляцію між вираженістю цієї свідомості і параноїдальними тенденціями та етноцентризмом, дослідники наголошують на необхідності розрізнення цих феноменів [5]. У цілому симптоми “оточеної фортеці” дещо нагадують раніше описаний біполярний тип, але з тією відмінністю, що тут не передбачається еквівалентність “Ми” і “Вони”: останні завжди більше, а “Ми” в цьому світі залишені сам на сам із зовнішніми загрозами (немає союзників). Такий світогляд був типовим для більшовиків за часів Громадянської війни та перших років існування СРСР – “Весь світ проти Радянської Росії (Союзу)”. У сучасних умовах цей тип ГПМК досить поширений серед громадян Ізраїлю – країни, яка перебуває в оточенні ворожих арабських держав. Є дані, що аналогічне сприймання власних країн поширюється серед західноєвропейців, які зіткнулися з проблемою масової імміграції іноземців (передусім мусульман).

3. **Монополярний тип ГПМК** передбачає, що одна (звичайно власна) країна виступає центром світу (у політичному, економічному, культурному, релігійному, географічному плані тощо), тобто своєрідним “пупом Землі”. Фактично, в основі цього типу світогляду лежить схема

“центр-периферія”, яку російська дослідниця С. Лур’є відносить до імперської світоглядної традиції [6]. Справді, така картина світу була притаманна мешканцям ряду імперій, зокрема Давньоримської, Візантійської та Китайської (остання не випадково визначалася як “Піднебесна”), і зумовлювала відповідне сприймання інших частин світу (як менш розвинутих “варварів”). Основою такого світогляду в минулому був яскраво виражений етноцентризм. Після падіння Константинополя в XV ст. та появи відомої тези про Москву як “третій Рим” на роль центру “православного світу” починає претендувати й Росія (спочатку на рівні державної ідеології, згодом – на рівні суспільної).

Можна помітити, що вищеописана картина світу не лише збереглась, а й поширилася, з певними “модифікаціями”, у ГПС багатьох громадян розвинутих країн Заходу: “центром” світу для них тепер є ЄС/США (“оплот цивілізації, демократії...”), а периферією – колишні країни СНД, держави “третього світу” (Азія, Африка, Латинська Америка), які сприймаються як джерела “нестабільності”, “корупції”, “злочинності”, “авторитаризму” тощо. Отже, як раніше, так і нині рівень цивілізованості “країни” пропорційний відстані від “центру” (раніше – географічній дистанції, у наш час – культурній і політичній).

Чимало поширення монополярний образ світу набув серед значної частини політиків і громадян США, які впевнені, що їхня держава є природним світовим лідером (або, щонайменше, “першою серед рівних”), а тому вона стоїть вище за інші країни. Але соціально-психологічну основу цього світогляду становить не так етноцентризм, як комплекс месіанських ідей, упевненість у вищому призначенні власної держави (“збереження” і “поширення” демократії та ін.). Слід також зазначити, що з кінця XX ст. надзвичайно поширеним стає специфічний варіант монополярної ГПМК, який передбачає визнання одного світового політичного полюса (США) серед громадян інших країн та регіонів (Європи, Азії тощо).

Своєрідним варіантом монополярної моделі світу можна вважати колоніальний тип. Науковці по-різному визначають сутність психології колоніалізму (або так званої колоніальної ментальності). Одні фахівці вважають, що це форма свідомості мешканців колоній і постколоніальних країн. Зокрема, за визначенням Е. Девіса і С. Оказакі, колоніальна ментальність є формою “інтерналізованої пригніченості”, яка проявляється у несвідомому прийнятті дискримінації власної групи, культури тощо [7]. Інші фахівці наголошують, що це форма свідомості мешканців як колоній, так і метрополій (тобто в межах системи “керуючі – підлеглі”). Останні мають бажання отримувати різні політичні та економічні вигоди за рахунок інших, підконтрольних їм територій [8]. У цьому випадку такий тип світогляду, у принципі, можна визначити як “імперський”. А якщо згадати тези З. Фрейда, Е. Фромма та інших

науковців про взаємозв'язок відносин панування-підкорення, то можна вести мову про “колоніально-імперський” тип ГПС. Так, англійці впродовж тривалого часу вважали себе “законними” і “природними” господарями Індії, тоді як багато індійців визнавали першість Великої Британії в політичному, економічному, культурному та інших аспектах. Прикладом прояву цього типу ГПС на сучасному етапі можуть бути світоглядні настановлення представників політико-економічних еліт Заходу, які сприймають інші країни світу передусім як джерело дешевих природних ресурсів та робочої сили для забезпечення “золотого мільярда”.

4. **ГПМК типу “фантомний синдром”.** Своєю назвою цей тип завдячує відомому в клінічній психології синдрому, коли пацієнт відчуває біль або дискомфорт в ампутованих, тобто реально не існуючих, кінцівках. На наш погляд, в окремих випадках аналогічна ситуація має місце на політико-психологічному рівні – коли серед значної частини еліт та населення однієї держави поширюються ностальгічні настрої за “втраченими територіями”, які перейшли до складу інших держав або здобули незалежність. Яскравими прикладами “фантомного синдрому” є сприймання поляками ряду “втрачених” західноукраїнських земель (так званих східних кресів), росіянами – Криму, сербами – Косова, японцями – частини Курильських островів і т. ін. (через історико-політичні перипетії останніх століть цей перелік можна продовжувати і продовжувати). Іноді цей синдром поєднується з імперсько-колоніальною свідомістю – у випадку переживання мешканцями метрополій втрати “своїх” колоній. Прикладом може бути гостра емоційна реакція багатьох французів на прагнення Алжиру отримати незалежність, яка врешті-решт вилилась у так звану алжирську війну 1954 – 1962 років. Певні ознаки “фантомного синдрому” мали місце у 1940 – 1960-х роках у суспільно-політичній думці британців, які сприймали остаточний розвал своєї імперії (“Британського світу”) і, відповідно, втрату Британією статусу супердержави як втрачений “золотий вік”. Можна помітити, що схожі настановлення мали та й досі мають місце серед частини населення пострадянських республік щодо колишнього СРСР.

5. **Поліполярний (поліцентричний) тип ГПМК.** Характеризується усвідомленням суб'єктом складної, багатоцентричної структури геополітичної реальності. Це проявляється не лише у визнанні існування країн та регіонів із різною політичною, економічною та культурною специфікою, а й у толерантному ставленні до самого факту одночасного співіснування “різних світів”. Відповідно, цей тип ГПМК передбачає більш-менш диференційовані уявлення та оцінки “Інших”, а сам світ постає у вигляді мозаїки, що складається з “великих” і “маленьких”, “світлих” і “темних” фрагментів.

Зазначимо, що результати низки наших досліджень дають підстави, аби визначити ГПС вітчизняних студентів як близьку до поліполярної. Зокрема, ми реконструювали ГПМК світу студентів Чернігівщини, яка виявилася такою: основні політичні полюси символізують США і Росія – країни з найбільшою військовою (США – ще й економічною), а отже, і політичною могутністю. Іншими складовими політичного світу є блоки відносно впливових економічно розвинутих держав Заходу (Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія,) та Сходу (Китай, Японія), блок менш розвинутих, неоднозначно оцінюваних східноєвропейських країн (Україна, Білорусь), блок ворожих недемократичних і небезпечних для проживання країн Сходу (Ірак, Іран, Афганістан) та “бідна Африка” [9].

6. *ГПМК туну “світ без кордонів”*. Ця картина світу сформувалася наприкінці ХХ ст., ставши наслідком процесів глобалізації. Її сутність представляють постмодерністські тези про те, що сучасний глобальний політичний простір втрачає чітку визначеність (визначеність кордонів, ієрархічність структури, топографічну визначеність), а замість цього формується багатостороння, децентралізована, неупорядкована, хаотична модель світу [10]. Поступове “стирання” адміністративно-політичних кордонів веде до перетворення світу на одне “велике село”. Іноді науковці визначають цей тип свідомості як “глобальний” [11], або “планетарний” [12]. Поряд із тим деякі дослідники пропонують розрізняти їх. Зокрема, на думку Д. Беттельгейзе, глобальна свідомість пов’язана з осмисленням глобалізаційних процесів (тобто охоплює сферу переважно геополітичних, соціально-екологічних і екологічних аспектів). Сутність же планетарної свідомості полягає в здатності до осмислення та сприйняття об’єднаного світу, універсальних (“загальнолюдських”) норм та цінностей.

На наш погляд, тип “світ без кордонів” притаманний передусім інтелектуалам і представникам політико-економічних еліт країн Заходу, тоді як серед звичайних громадян цей світогляд поширений значно менше. Підтвердженням цього можуть слугувати дані багатьох досліджень, які свідчать про наявність у європейців “ментальних кордонів” між власним регіоном та іншими. Так, результати міжнародного дослідницького проекту “*EuroBroadMap*” (стартував у 2008 р. під патронатом Єврокомісії і ставив за мету вивчення уявлень про Європу серед мешканців європейських та неєвропейських країн) показали, що найбільш актуальним у свідомості респондентів є “південний кордон”, що відокремлює Південну Європу від Північної Африки (тобто фактично відокремлює “багату Північ” від “бідного Півдня”). Другим за значущістю виявився “східний кордон”, який найчастіше уявлявся за східними кордонами держав Балтії, Білорусі та України. Цікаво, що таке уявлення про “закінчення

Європи” було поширене не лише серед респондентів із країн Заходу, а й у Росії, а також ряді країн Азії та Африки [13].

Значимо, що за своїм змістом деякі вищеописані типи відповідають типам образів (моделей) світу, що були виокремлені російськими дослідниками Г. Малюченко і В. Смирновим [14]. Виходячи з двох параметрів, за якими може сприйматися соціальна реальність (її інтегрованість та упорядкованість), вони запропонували виділяти чотири типи моделей:

1) “хаотична” – світ уявляється як неупорядкований і непередбачуваний, як такий, що не має єдиних законів, правил; у цьому світі “кожен сам за себе”;

2) “антагоністична” – світ сприймається як арена постійної боротьби Добра і Зла, світлого і темного начал;

3) “механістично-технократична” – світ являє собою упорядковану систему, єдиний взаємопов’язаний “механізм”, кожен елемент якого повинен чітко виконувати свою роль, функції (інакше порушиться світовий порядок);

4) “організмична” – світ сприймається як єдиний живий організм, як великий дім або родина, у якій живуть різні люди з різними позиціями та цілями і головною метою якої є збереження гармонії.

Як бачимо, зазначені типи, у принципі, можуть характеризувати й геополітичне сприймання світу. Так, “антагоністична” модель нагадує біполярний тип ГПМК (“ми проти них”), “хаотична” модель є близькою до постмодерністського образу світу “без чітких меж і кордонів”. Близьким до “механістичної” моделі є монополярний (імперсько-колоніальний) світогляд, з уявленнями про “провідні” країни, яким належить керувати, і території, які повинні “забезпечувати” перші або наслідувати їх. “Організмична” ж модель світу, що нагадує пацифістські концепції “миру в усьому світі”, є близькою до поліполярного типу ГПМК.

У контексті запропонованої нами типології цікавими видаються дані кроскультурного дослідження Т. Стефаненко, Н. Малишевої та О. Тихомандрицької. Було з’ясовано, що політичний світоустрій у свідомості російських студентів має біполярний характер і базується на протиставленні Росії та США. Разом з тим картина світу в уявленнях американських студентів мала однополярний характер (центр впливу – США), а в їхніх однолітків з Китаю, України та Узбекистану – багатополлярний [15].

Цікавими також є результати дослідження Фонду Бертелсманна (2007), що ставили за мету виявити регіональні особливості уявлень про світові “супердержави” – своєрідні центри-“полюси” сучасного політичного світу (табл.) [16]. Як бачимо, опитані в усіх країнах найчастіше згадували

про одну державу (США), що ілюструє один із варіантів моноцентричної ГПМК. Водночас, якщо звернути увагу на різницю між показниками статусу США та інших держав, можна побачити ознаки як біполярних (серед росіян), так і поліполярних (серед німців) моделей світу.

Таблиця
Уявлення мешканців великих країн про “супердержаву”, у %
(згідно з даними Bertelsmann Foundation, 2007)

Країна-перцептор	Уявляються супердержавами					
	США	Китай	Росія	Японія	ЄС	Велика Британія
Бразилія	65	26	10	33	12	12
Китай	94	65	45	19	32	42
Франція	85	59	24	37	43	26
Німеччина	90	69	70	56	81	40
Індія	79	33	29	28	5	33
Японія	70	36	16	19	20	16
Росія	68	24	58	22	13	27
Велика Британія	92	78	65	60	76	74
США	86	56	30	40	26	40
Загалом	81	50	39	35	34	34

Висновки. Суб’єктивні образи геополітичної реальності відображені в “геополітичних ментальних картах” (ГПМК), які виступають продуктом та одночасно індикатором геополітичної свідомості (ГПС). Можна виділити шість соціально-психологічних типів ГПМК, що пов’язані з відповідними типами сучасної ГПС: біполярний, оточена фортеця, монополярний, фантомний синдром, поліполярний та світ без кордонів. Запропонована класифікація, безумовно, не вичерпує всі можливі варіанти геополітичного світогляду, а тому потребує уточнень та корекції за результатами емпіричних досліджень.

Література

1. Дроздов О. Геополітична свідомість як психологічний феномен / Олександр Дроздов // Соціальна психологія. – 2010. – № 5. – С. 26–37.
2. Ивашкин А. Г. Влияние образа мира личности на ее политические предпочтения : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01 “Общая психология, история психологии” / А. Г. Ивашкин. – Сочи, 2003. – 146 с.
3. Абрамова М. А. СМИ и формирование картины мира личности / Абрамова М. А. // Глобалистика-2009: пути выхода из глобального кризиса и модели нового мироустройства : материалы Междунар. науч. конгресса (г. Москва, 20-23 мая 2009 г.) : в 2-х томах. – М., 2009. – Т.1. – С. 386–389.

4. *Downs R. M.* Image and Environment: Cognitive Mapping and Spatial Behavior / Downs R. M., Stea D. – Chicago : Aldine Publishing Co., 1973. – 439 p.
5. *Bar-Tal D.* Beliefs About Negative Intentions of the World: A Study of the Israeli Siege Mentality / Bar-Tal D., Antebi D. // *Political Psychology*. – 1992. – Vol. 13. – №4. – P. 633–645.
6. *Лурье С. В.* От древнего Рима до России XX века: преемственность имперской традиции / Лурье С. В. // *Общественные науки и современность*. – 1997. – № 4. – С. 123–133.
7. *David E. J.* Colonial mentality: a review and recommendation for Filipino American psychology / David E. J., Okazaki S. // *Cultural Diversity and Ethnic Minority Psychology*. – 2006. – Vol. 12 (1). – P. 1–16.
8. *Nandy A.* The psychology of colonialism: sex, age, and ideology in British India / Nandy A. // *Psychiatry*. – 1982. – Vol. 45. – №3. – P. 197–218.
9. *Дроздов О. Ю.* Особливості геополітичних уявлень студентської молоді / О. Ю. Дроздов // *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць*. – К., 2010. – Вип. 10. – С. 141–150.
10. *Смоляков В. А.* Постмодернизм о трансформации политического пространства-времени в эпоху глобализации / В. А. Смоляков // *Социальные и гуманитарные науки на Дальнем Востоке*. – 2005. – № 4 (8). – С. 64–75.
11. *Номеровская Г. В.* Становление глобального сознания: философский анализ : дис. канд. филос. наук : 09.00.08 “Философия науки и техники” / Номеровская Г. В. – М., 2006. – 166 с.
12. *Беттельгейзе Д. Д.* Феномен планетарної свідомості: філософсько-антропологічний аспект : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. філос. наук : 09.00.04 “Філософська антропологія, філософія культури” / Д. Д. Беттельгейзе – Х., 2007. – 20 с.
13. EuroBroadMap: Visions of Europe in the World [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.eurobroadmap.eu/~euro_drupal/node/4
14. *Малюченко Г. Н.* Социально-психологический анализ целостных представлений о мире : [монография] / Малюченко Г. Н., Смирнов В. М. – Саратов : Изд-во Саратов. ун-та, 2006. – 155 с.
15. *Стефаненко Т. Г.* Образ России в многополярном мире: кросскультурный аспект / Стефаненко Т. Г., Малышева Н. Г., Тихомандрицкая О. А. // *Ананьевские чтения* – 2011. Социальная психология и жизнь : материалы науч. конф. 18-20 октяб. 2011 г., Санкт-Петербург. – СПб., 2011. – С. 247–248.
16. *Имидж России в мире: количественный и качественный анализ* [Електронний ресурс] / Кобзева С. В., Халтурина Д. А., Коротаев А. В., Качков Д. М. // *ПОЛИС*. – 2009. – № 5. – Режим доступу : http://www.perspectivy.info/rus/desk/imidzh_rossii_v_mire_kolichestvennyj_i_kachestvennyj_analiz_2009-12-29.htm

Дроздов А. Ю. Проблема типологизации представлений о геополитической реальности

Анализируется проблема выделения типов представлений о геополитической реальности. Предлагается авторская типология, содержащая шесть типов геополитического сознания и геополитических ментальных карт мира: биполяр-

ний, “окруженная крепость”, монополярный, “фантомный синдром”, полиполярный и “мир без границ”. Описаны тенденции распространения геополитических ментальных карт мира монополярного, биполярного и полиполярного типов.

Ключевые слова: геополитическое сознание, геополитическая ментальная карта, типология.

Drozdov O. Yu. The problem of classification of geopolitical reality representations

The problem of classification of geopolitical reality representations is analyzed. The author typology, which contains six types of geopolitical consciousness and geopolitical mental maps of the world (bipolar, “encircled fortress”, monopolar, “phantom syndrome”, polypolar, “world without borders”) is proposed. The tendencies of spreading of monopolar, bipolar and polypolar types of geopolitical mental maps of the world are described.

Key words: geopolitical consciousness, geopolitical mental map, typology.

**СТРУКТУРА АНАЛІЗУ МОТИВАЦІЙНОГО ДИСКУРСУ
СУЧАСНОГО ПОЛІТИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА**

В. О. Климчук, м. Житомир

Визначається поняття мотиваційного дискурсу як складового елемента дискурсу політичного. Описуються рівні мотиваційного дискурсу та важливість його аналізу для розуміння суті політичних перетворень (або їх відсутності). Презентується схема критичного дискурс-аналізу Н. Феркло у застосуванні до вивчення мотиваційного дискурсу макрорівня.

Ключові слова: мотивація, мотиваційний дискурс, дискурс-аналіз, соціальний конструкціонізм.

Проблема. Зміст, спосіб мислення та світосприймання людей кожної епохи, за М. Фуко, формуються сукупністю припущень, упереджень, типів мислення (епістемою). Кожна епістема створює свій дискурс як множину концепцій, практик, вірувань, у які занурена людина [1]. Таким чином, дискурс за визначенням має потужну владну характеристику: практично неможливо, перебуваючи в певному культурно-історичному дискурсі, вийти за його рамки, а тому людина конструює свій життєвий світ з елементів того дискурсу, до якого вона належить. Така позиція досить близька до однієї з основних ідей соціального конструкціонізму: психіка та особистість є продуктом, сконструйованим у рамках певних дискурсів (К. Джерджен [2]), яку підтримує антрополог Дж. Уайт. На його думку, саме в процесі дискурсу відбувається вплив індивідуального досвіду на формування суспільного і навпаки – вплив суспільного досвіду

на конструювання індивідуального [3]. Схожа тема звучить і в культурно-історичній концепції Л. С. Виготського.

Одним із елементів таких дискурсів є “мотиваційний дискурс” як: 1) дискурс, у якому або собі, або Іншому пояснюються/конструюються причини вчинків, цілі, прагнення, наміри тощо (вузьке значення); 2) елементи текстів (у т. ч. й екстралінгвістичні), в яких імпліцитно представлені мотиваційні конструкти та концепції особистості, групи, суспільства і які справляють вплив на конструювання мотиваційних тенденцій оточення (широке розуміння). Аналізуючи проблему мотивації в означеному контексті, можна також відмітити близьке поняття про концептуальні *моделі мотивації* (поряд із моделями Я, особистості, емоцій), які Дж. Уайт вважає за такі, що існують у суспільстві і впливають на процес соціального конструювання реальності [3], а також його думку про мотиваційні властивості дискурсу: шляхом проговорювання людиною своїх уявлень, надання їм об’єктивованої форми, останні можуть стати стимулом для неї самої або ж інших людей. Подібний підхід розвиває Е. Сіван [4], розглядаючи мотивацію як результат соціальної домовленості між учасниками інтеракції, і Д. Хіккі, презентуючи соціально-конструкціоністську модель мотивації [5].

Роль мотиваційного дискурсу у розвитку суспільства свого часу була вивчена у масштабних дослідженнях Д. Макклелланда [6, с. 456-520], які були організовані з метою вивчення суспільних мотиваційних тенденцій і колективної мотивації. Основна увага приділялася колективній мотивації досягнення успіху як предиктора економічної успішності організації або ж країни, а також колективним владним та афіліативним потребам. На основі аналізу історичних джерел, використання спеціальних систем контент-аналізу давніх текстів і рисунків та зіставлення отриманих даних із генезисом стародавніх цивілізацій Д. Макклелланд і колеги роблять висновки: 1) такі колективні мотиваційні тенденції існують, 2) вони мають тісний зв’язок з економічним розквітом і занепадом. У зв’язку із цим виникає потреба аналізу сучасного політичного середовища, яке, незважаючи на увагу суспільства і науковців до політичних процесів, є маловивченим з точки зору його мотиваційно-дискурсивних характеристик, які, власне, і створюють ті макро-дискурси, в яких ми живемо і конструємо свої мікромотиваційні дискурси. Важливим у цьому контексті є також поняття владної мотивації, вивчене В. О. Васютинським у контексті його концепції інтеракційної психології влади [7].

Мета статті: проаналізувати сучасні підходи до дискурс-аналізу і на їх основі розробити структуру аналізу мотиваційних дискурсів політичного середовища.

Поняття “мотиваційного дискурсу” в політичному контексті

Дискурс як мультидисциплінарний термін. Уперше поняття дискурсу майже одночасно вжили у 50-х роках ХХ ст. Е. Бенвеніст і З. Харріс (за Т. Мілевською [8], О. Л. Міхальновою [9]). Е. Бенвеніст, застосовуючи традиційний для французької лінгвістики термін у новому значенні, говорить про дискурс як характеристику “мовлення, присвоєного тим, хто говорить”, розуміючи під ним експлікацію позиції того, хто говорить. З. Харріс також розробляє метод дистрибуції щодо надфразових одиниць, закладаючи розуміння дискурсу як послідовності висловлювань, відрізка тексту, більшого ніж речення. Відповідно, у філософії та лінгвістиці акцент робиться на другому розумінні, чим підкреслюються владні та структуровальні характеристики дискурсу. Якщо ж говорити про пост-некласичну психологічну науку, то тут акцент зміщується в бік першого визначення, і центром стає людина, занурена в дискурс, яка і сама цей дискурс може продукувати (Дж. Поттер [10]).

За визначенням А. В. Вашкевича, “дискурс – раціонально організований і соціокультурно детермінований спосіб вербальної артикуляції іманентно-суб’єктивного змісту свідомості і екзистенційно-інтимного змісту досвіду” [11]. У цьому контексті важливим є виділення рівнів дискурсу. Зокрема, Т. ван Дейк [12] говорить про дискурс-контекст (макрорівень, дискурс як соціальна формація) і про дискурс-дію (мікрорівень, комунікативна подія або ж її продукт); В. І. Карасик [13] виділяє персональний та інституціональний дискурси; О. Л. Міхальова [9], взявши за основу терміни Ж. Бодріяра “дискурс об’єкта/дискурс суб’єкта”, говорить про дискурс суб’єкта як спосіб мовлення, який експлікує систему змістових і формальних характеристик, властивих саме тому, хто виступає мовцем, і про дискурс об’єкта як вербалізацію певного ментального простору, що ґрунтується на загальноприйнятих способах інтерпретації певних соціальних феноменів.

Поняття дискурсу і психологія політики. У політичному контексті варто звернутися до праць М. Фуко, в яких він розглядає владні характеристики дискурсу і дискурсивні практики [1], а також М. Пешо, представника французької школи дискурс-аналізу [14]. За М. Пешо, дискурс – це точка, в якій “зустрічаються” мова та ідеологія, а дискурс-аналіз – аналіз ідеологічних аспектів використання мови і реалізації в мовленні ідеології. Дискурсивний процес Пешо описує як систему відношень парафраз, синонімів та метонімій з ідеологічними символами, а ідеологічні структури – як зв’язку між індивідуальними і соціальними моментами. Він вводить поняття “ефект суб’єктності”: люди, які вважають себе джерелом дискурсу, займають ілюзорну позицію, бо насправді і дискурс, і люди як його суб’єкти є наслідком ідеологічного позиціонування.

Мотиваційний дискурс у політичному контексті. З огляду на відкриття Д. Макклелландом колективних мотиваційних тенденцій до домінування мотивації досягнення успіху чи уникання невдачі постає питання про їх походження і джерело. Відповідь на нього можна отримати, звернувшись до поняття дискурсу (як джерела мотиваційних тенденцій) та ідеї соціального конструкціонізму П. Бергера, Т. Лукмана [15], К. Джерджена [2] (як механізму їх конструювання на макро- та мікрорівнях дискурсу). Отже, можна говорити про мотиваційний дискурс як фрагмент цілісного суспільно-політичного дискурсу країни, в якому відбувається соціальне конструювання персональних мотиваційних тенденцій особистості (макромотиваційний дискурс) і як мотиваційну мову особистості (термін Дж. Саллівена [16]), в якій презентуються її персональні мотиваційні тенденції, свідомі і несвідомі мотиваційні концепції та конструкції (мікромотиваційний дискурс).

Дискурс-аналіз (ДА) як метод аналізу мікро- та макродискурсів

Загальне розуміння та завдання дискурс-аналітичних методів. Н. Філліпс і С. Харді [17] зазначають, що *завданням* дискурс-аналізу є аналізувати тексти в рамках дискурсів, локалізуючи їх в історичному і соціальному контекстах, у зв'язку з чим виникає необхідність вивчення конкретних діючих осіб, відношень і практик. Саме в такий спосіб у дискурс-аналізі пов'язуються текст, дискурс і контекст. Характеризуючи ДА, дослідники називають його не так методом, як методологією, яка ґрунтується на соціально-конструктивістських підходах до вивчення соціальної реальності. Якщо інші якісні методології працюють на розуміння та інтерпретацію соціальної реальності як даності, то ДА спрямований на вивчення способів її виробництва: він вивчає, як мова конструює феномени, а не як вона їх відображає чи розкриває.

Ще одна важлива характеристика ДА – його рефлексивність у тому сенсі, що академічний дискурс теж конститує певну реальність, і тому ДА звертає увагу на соціально сконструйовану природу самих дослідницьких категорій.

Види та підходи до дискурс-аналізу. М. Йоргенсен і Д. Філліпс виділяють три підходи до дискурс-аналізу: 1) теорія дискурсу Е. Лакло і Ш. Муффа, 2) критичний дискурс-аналіз Н. Феркло та 3) дискурсивна психологія [21]. У *теорії дискурсу Е. Лакло і Ш. Муффа* ключовим поняттям є боротьба дискурсів. Логіка теорії така: дискурс формує соціальний світ за допомогою значень; мова мінлива, а тому значення теж ніколи не є постійними; жоден дискурс тому не є замкнутим і завершеним, він постійно змінюється в процесі контакту з іншими дискурсами; різні дискурси залучені до постійної боротьби за домінування. *Критичний дискурс-аналіз* представлений підходом Н. Феркло, який наполягає, що дискурс є одним із багатьох аспектів соціальної практики. Основна тема

КДА у варіанті Н. Феркло – дослідження змін дискурсу: використання мови ґрунтується на ранніх структурах дискурсу; механізмом, за допомогою якого один текст залучає елементи і дискурси інших текстів, є інтертекстуальність; шляхом комбінування елементів різних дискурсів, яке використовується у мові, можна змінювати дискурс і як наслідок – соціальний і культурний світ. Метою використання КДА є вивчення того, як і ким конструюється наш соціальний і культурний світ, за допомогою яких текстів та інтертекстів створюються і відмирають дискурси. Т. ван Дейк [18] говорить про КДА як про метод, сфокусований на домінуючому впливі елітних груп та інституцій і на тому, як вони встановлюють, легітимізують чи репродукують тексти і мову. *Дискурсивна психологія* вивчає використання людьми доступних дискурсів для створення та обговорення своїх уявлень про світ і своєї ідентичності та соціальних наслідків цього. Це підхід до соціальної психології, в якому розроблено спеціальний тип дискурс-аналізу для дослідження способів формування і змін особистості, її думок і емоцій у процесі соціальної взаємодії. У ДП акцент робиться на тому, що люди – водночас і продукти дискурсу, і його творці в специфічних контекстах взаємодії. У цьому контексті дискурс розуміється як контекстуальне використання мови. Ідеологами дискурсивної психології стали Дж. Поттер і М. Уезерелл [10], а одним із конкретних методів, який у її рамках використовується, – *конверсаційний дискурс-аналіз*.

Т. ван Дейк виділяє *семантичний дискурс-аналіз*, який вивчає відношення між послідовністю фраз у дискурсі і послідовністю суджень, які лежать в їх основі, і наскільки значення цих послідовностей є функцією значення складових цих фраз чи суджень [19]. Він же розробляє *функціональний дискурс-аналіз*, який включає: 1) лінгвістичний компонент, котрий має справу з граматичними та іншими функціональними відношеннями текстових структур, “функціональний аналіз тексту” і 2) широкий, міждисциплінарний компонент, який аналізує функціональні відношення між цими текстовими структурами і різними контекстуальними структурами, такими як пізнання, інтеракція, і навіть структурами макрорівня, соціальними чи культурними, “функціональний текст-контекст аналіз” [20].

Структура аналізу мотиваційного дискурсу сучасного політикуму

Мікро- та макрорівні аналізу мотиваційного дискурсу. Взявши до уваги результати аналізу поняття дискурсу та його похідного – мотиваційного дискурсу, узагальнивши підходи до дискурс-аналізу, можемо виділити два рівні аналізу мотиваційного дискурсу – макро- та макрорівень, які співвідносяться, відповідно, із широким та вузьким розумінням мотиваційного дискурсу. *Мотиваційний дискурс на*

макрорівні (як фрагмент цілісного суспільно-політичного дискурсу країни, в якому відбувається соціальне конструювання персональних мотиваційних тенденцій особистості) може бути вивчений за допомогою *критичного дискурс-аналізу*. *Мотиваційний дискурс на мікрорівні* (як мотиваційна мова особистості, в якій презентуються її персональні мотиваційні тенденції, свідомі і несвідомі мотиваційні концепції та конструкції) аналізуватиметься засобами дискурсивної психології, зокрема з використанням *конверсаційного дискурс-аналізу*. Перспективними є також методи наративного аналізу – типологічний аналіз наративів, наративне інтерв'ю Ф. Шюце, ССRT-аналіз Л. Люборські. Структуру аналізу мотиваційного дискурсу на мікрорівні ми плануємо представити в наступних публікаціях, у цій же роботі основну увагу звернемо на розробку структури аналізу мотиваційного дискурсу на макрорівні.

Структура критичного дискурс-аналізу Н. Феркло. В його основі лежить система критичного дискурс-аналізу Н. Феркло, описана М. Йоргенсен і Д. Філліпс [21].

Перший етап – вибір проблеми дослідження. КДА призначений для критичного соціального дослідження, яке сприяє зменшенню нерівності та несправедливості в суспільстві. Відповідно, точка відліку – проблема, яку дослідження покликане вирішити: вона може бути сформульована людьми і стосуватися певних потреб або може бути ідентифікована дослідником як “викривлення” – невідповідність між реальністю і уявленням людей про цю реальність, яке стало ідеологією.

Другий етап – формулювання основних питань дослідження. Основний принцип – дискурсивні практики перебувають у діалектичній єдності із соціальними практиками, які, за Н. Феркло, можуть бути недискурсивними. Тому починають формулювати питання із соціальної практики, яку також необхідно маркувати, спираючись на дисципліни, які її вивчають. Основна мета – показати зв'язок між дискурсивними практиками і більш широкими соціальними та культурними змінами. Допомогти сформулювати питання може також тримірна модель Н. Феркло, яка включає: 1) текст; 2) процеси продукування і споживання тексту (дискурсивні практики); 3) соціальні практики, яким належить комунікативна подія.

Третій етап – вибір матеріалу дослідження. Вибір матеріалу залежить від: 1) питань дослідження; 2) знання дослідника про релевантність матеріалу певній соціальній сфері чи інституції; 3) доступності матеріалу.

Четвертий етап – транскрипція. Необхідна тоді, коли матеріалом є бесіда, інтерв'ю, діалог – певна мовленнєва форма, яку для аналізу слід транскрибувати. Що саме транскрибувати – визначається знову ж таки питаннями дослідження. Існує багато систем транскрипції; найчастіше використовують повну систему Г. Джефферсона для детального

мікролінгвістичного аналізу та спрощену систему Г. Джефферсона для менш детального аналізу тексту.

П'ятий етап – аналіз. Він проводиться на основі тримірної моделі “текст–дискурсивні практики–соціальні практики”. Аналіз ДП – аналіз того, як продукується і споживається текст. З точки зору продукування – простежуються етапи його виробництва, які зміни текст проживає у ході його створення; аналізуються інтертекстуальні ланцюжки. З точки зору споживання – вивчається, як читачі інтерпретують текст. Ширший підхід – вивчення, на основі яких дискурсів створено текст (інтердискурсивність) і як у ньому використовуються інші тексти (інтертекстуальність). Аналіз тексту проводиться, щоб з'ясувати, як дискурси активуються текстом і як “підводять” та забезпечують певну інтерпретацію. Для аналізу використовуються такі інструменти: інтеракційний контроль (стосунки між співбесідниками); етос (як за допомогою міміки, жестів, мови конструюються ідентичності); метафори; вибір слів; граматика (особливо – транзитивність, номіналізація, модальність). Аналіз соціальної практики проводиться у двох напрямках: 1) дослідження відношень між дискурсивною практикою і порядком дискурсу; 2) визначення соціальної матриці дискурсу – тих не-дискурсивних елементів, у які вбудований дискурс. Саме аналіз відношень між дискурсивною і соціальною практиками дає змогу сформулювати основні висновки дослідження.

Шостий етап – результати. Основна мета КДА – критичне усвідомлення мови – усвідомлення людьми суті дискурсивної практики, в якій вони беруть участь, розуміння того, як дискурсивні практики змінюють соціальні структури і розподіл влади. Якщо дослідник ставить саме таку мету, то має подбати, щоб результати були доступні для людей, на яких спрямоване дослідження.

Орієнтири аналізу мотиваційного дискурсу політикуму на макрорівні. Використовуючи описану систему критичного дискурс-аналізу для аналізу мотиваційного дискурсу сучасного політикуму, наведемо основні орієнтири, вписавши їх у шість кроків цієї системи та координати тримірної моделі взаємодії текстів, дискурсивних та соціальних практик. Зазначимо, що на сьогодні описані орієнтири є радше гіпотезами, ніж доведеними твердженнями; робота над ними – ще попереду.

Отже, на *першому кроці* орієнтирами для формулювання проблем можуть стати такі “викривлення”, як “зовнішньомотиваційна ідеологія” та “ідеологія мотивації уникання невдач” населення; відсутність “дискурсу мотивації афіляції”; примітивізація та редукція “мотиваційної мови” і “мотиваційних концептів” у політичних текстах до рівня базових потреб (у термінології А. Маслоу).

Загальним орієнтиром *другого кроку* може стати взаємодія соціальних (долання кар’єрних шаблів у політиці; виконання/невиконання

законів; поведінка політиків під час слухань у Верховній Раді) та дискурсивних практик (формування передвиборних текстів та їх сприймання виборцями; пояснення своїх учинків політиками; вибір і генезис текстів у процесі трансляції їх через ЗМК). Більш конкретним є, приміром, питання про дії/акції/заяви певних політичних сил та продукувані і сприйняті в такий спосіб мотиваційні дискурси.

На *третьому кроці* обраним матеріалом можуть бути: тексти політичних заяв та політичної реклами, її відеоряд; виступи в ЗМК; діалоги під час дискусій та інтерв'ю; життєписи політиків тощо. Транскрипція, яка здійснюється на *четвертому кроці*, має враховувати основні мотиваційні маркери, прикладом яких для мотивації досягнення можуть бути системи Д. Макклелланда і Г. Гекгавзена. На основі проведеної транскрипції можна приступати до *п'ятого кроку*: 1) лінгвістичного аналізу тексту на основі вивчення домінуючих мотиваційних тем, конструювання мотиваційної ідентичності тощо (приміром, фраза “ми підніmemo зарплати” конструює у споживача дискурс ідентичності “зовнішньомотивованого працівника”, а фраза “ми не хочемо більше розрухи і дефолту” – ідентичність людини з мотивацією уникання невдачі); 2) вивчення відношень між виявленою дискурсивною практикою і порядком дискурсу; 3) визначення соціальної матриці мотиваційного дискурсу (приміром, соціальна матриця “віри в доброго царя” конструює зовнішню мотивацію та деконструює мотивацію досягнення успіху у споживачів дискурсів, у рамках такої матриці створених).

Висновки. Незважаючи на доведений факт прямого зв'язку між суспільними мотиваційними тенденціями і економічним розвитком країни, механізми розвитку та способи функціонування цих мотиваційних тенденцій є маловивченими. Привернення уваги до поняття мотиваційного дискурсу, розглянутого на мікро- та макрорівнях, у комплексі з ідеями соціального конструювання реальності відкриває шлях до розуміння цих процесів. Зважаючи на те, що конструювання-деконструювання мотивації особистості відбувається саме на макрорівні дискурсу (глобально – у політичному дискурсі), використання критичного дискурс-аналізу є необхідним для вивчення дискурсу мотиваційного. Розробивши структурні та змістові орієнтири його застосування в цьому контексті, дістаємо відтак можливість відстежувати взаємодії між мотиваційними елементами політичних текстів, дискурсивними та соціальними політичними практиками і, в кінцевому підсумку, сприяти розвитку в суспільстві “критичного усвідомлення мови” (Н. Феркло) та “трансдискурсивного позиціонування” (М. Фуко), завдяки чому в рефлексивної особистості з'являється шанс вийти за межі нав'язаного політикумом мотиваційного дискурсу і набути здатності обирати дискурси або ж самостійно їх конструювати.

Література

1. Фуко М. Слова и вещи. Археология гуманитарных наук / Мишель Фуко. – М. : Прогресс, 1977. – 405 с.
2. Gergen K. J. The place of the psyche in a constructed world / K. J. Gergen // *Theory & Psychology*. – 1997. – № 7 (6). – P. 723–746.
3. White G. M. *Ethnopsychology* / G. White; Eds. Theodor Schwartz, Geoffrey M. White, Katherine A. Lutz // *New direction in Psychological Anthropology*. – Cambridge : Cambridge University Press, 1994. – P. 38–39.
4. Sivan E. Motivation in social constructivist theory / E. Sivan // *Educational Psychologist*. – 1986. – № 21. – P. 209–233.
5. Hickey D. T. Motivation and contemporary socio-constructivist instructional perspectives / D. T. Hickey // *Educational Psychologist*. – 1997. – № 32. – P. 175–193.
6. Макклелланд Д. Мотивация человека / Д. Макклелланд. – СПб. : Питер, 2007. – 672 с.
7. Васютинський В. Інтеракційна психологія влади / Вадим Васютинський. – К. : Вид-во Київ. славіст. ун-ту, 2005. – 492 с.
8. Милевская Т. Дискурс и текст: проблема дефиниции [Электронный ресурс] / Татьяна Милевская. – Режим доступа : <http://www.teneta.ru/rus/me/milevskatedcourseandtextdfh.htm> 2002.
9. Михалёва О. Л. Политический дискурс: Специфика манипулятивного воздействия / О. Л. Михалёва. – М. : URSS, 2009. – 256 с.
10. Поттер Дж. Дискурс-анализ как метод исследования естественно протекающей речи / Дж. Поттер // *Иностранная психология*. – 2004. – № 10. – С. 96–100.
11. Вашкевич А. В. Дискурс / А. В. Вашкевич // *История философии: Энциклопедия*. – Минск : Интерпрессервис ; Книжный Дом, 2002. – 1376 с.
12. Dijk T. *Ideology: A Multidisciplinary Approach* / T. Dijk. – London : Sage, 1998. – 384 p.
13. Карасик В. И. О типах дискурса / В. И. Карасик // *Языковая личность: институциональный и персональный дискурс* : сб. науч. трудов. – Волгоград, 2000. – С. 5–20.
14. Пешё М. Контент-анализ и теория дискурса / М. Пешё // *Квадратура смысла: Французская школа анализа дискурса*. – М., 1999. – С. 302–336.
15. Бергер П. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / П. Бергер, Т. Лукман. – М. : Медиум, 1995. – 323 с.
16. Sullivan J. Three roles of language in motivation theory / J. Sullivan // *Academy of Management Review*. – 1998. – Vol. 13, № 1. – P. 104–113.
17. Phillips N. What Is Discourse Analysis? / N. Phillips and C. Hardy // *Discourse Analysis: Investigating Processes Of Social Construction*. – Thousand Oaks, CA : Sage, 2002. – P. 1–18.
18. Dijk Teun A. van. *Principles of critical discourse analysis* / Teun A. van Dijk // *Discourse & Society*. – Sage (London. Newbury Park and New Delhi), 1993. – Vol. 4 (2). – P. 249–283.
19. Dijk Teun A. van. *Semantic Discourse Analysis* / Teun A. van Dijk // *Handbook of Discourse Analysis*. – 1985. – Vol. 2. – P. 103–136.

20. *Dijk Teun A. van. Issues in functional discourse analysis / Teun A. van Dijk // Liber Amicorum for Simon Dik / H. Pinkster (Ed.). – Dordrecht : Foris, 1990. – P. 27–46.*
21. *Йоргенсен М. В. Дискурс-анализ. Теория и метод: пер. с англ. / М. В. Йоргенсен, Л. Дж. Филлипс. – 2-е изд., испр. – Х.: Гуманитарный центр, 2008. – 352 с.*

Климчук В. А. Структура анализа мотивационного дискурса современной политической среды

Определяется понятие мотивационного дискурса как составляющего элемента дискурса политического. Описываются уровни мотивационного дискурса и важность его анализа для понимания сути политических преобразований (либо же их отсутствия). Представляется схема критического дискурс-анализа Н. Феркло в приложении к изучению мотивационного дискурса на макроуровне.

Ключевые слова: мотивация, мотивационный дискурс, дискурс-анализ, социальный конструкционизм,

Klimchuk V. O. The structure of analyses of the motivational discourse of contemporary political environment

The concept of motivational discourse as an element of political discourse is defined in the article. The levels of motivational discourse and importance of its analysis for understanding of the essence of political transformations (or their lack) are described. The scheme of critical discourse analysis offered by N. Fairclough, applied to analysis of the motivational discourse of macro-level, is proposed.

Key words: motivation, motivational discourse, discourse analysis, social constructionism.

РОЛЬ ОСОБИСТІСНОГО ЧИННИКА В ПОЛІТИЦІ

А. О. Овчаров, м. Київ

Висвітлюється роль особистісного чинника в політичному житті. Розглядаються типології влади і типи політичних лідерів. Визначається зв'язок між психологічними особливостями політика і соціальним середовищем, яке формує його поведінку, адекватність певних типів політиків існуючим у суспільстві системам влади. Аналізується еволюція владної системи в Україні за період незалежності.

Ключові слова: влада, політичний лідер, особистісний чинник.

Проблема. Актуальність дослідження полягає в тому, що у вітчизняній політиці суб'єктивний особистісний чинник відіграє набагато більшу роль, ніж у традиційних західних демократіях. Це зумовлено низкою причин, зокрема незрілістю громадянського суспільства в Україні і ментальними особливостями українського соціуму. Тому до влади приходять політики з певними типологічними рисами, які дозволяють їм адаптувати-

ся в специфічних умовах перехідного етапу від авторитарної влади до демократичної.

Мета статті: проаналізувати конкретні типи політиків, психологічні риси яких відповідають різним типам влади – тоталітарної, авторитарної, ліберальної та демократичної; дослідити особливості еволюції вітчизняного політикуму періоду незалежності.

Людям, що відносять себе до сфери політики, дуже імпонує витончене визначення цього заняття: “Політика – це мистецтво можливого”. Їм подобається проводити паралелі з мистецтвом – поняттям, яке асоціюється у свідомості більшості з речами духовними, тонкими і піднесеними. Мистецтво за визначенням не може бути грубим, брудним і корисливим. Тому більшість публічних політиків у спілкуванні з народом дають ясно зрозуміти, що “брудна політика” (маються на увазі розправи з опонентами, корупція, фальсифікації) жодним чином їх не стосується.

Об’єктивний аналіз реального становища в цій сфері формує в суспільній свідомості дещо інше бачення політики і політиків. Тоді наведений вище афоризм більше відображає об’єктивну реальність у такому перефразованому вигляді: “У політиці можливо все”. Останнє визначення, з одного боку, виглядає дуже оптимістично. У тому розумінні, що політика є універсальний метод, за допомогою якого можна розв’язати всі проблеми – економічні, соціальні, морально-етичні. З другого ж боку, напрошується зовсім інший, дещо сумний, висновок, навіть з присмаком фатальності. Мається на увазі, що в політиці всі методи прийнятні, а моралісти і люди із слабкими нервами хай відійдуть убік. Тобто нормальною практикою є маніпулювання суспільною свідомістю; політичні вбивства; шантаж; підкуп виборців, опонентів, урядовців; тиск на журналістів, суспільні організації, судові інстанції.

Характер соціуму і характер політика, сформованого в цьому соціумі, – речі взаємопов’язані. Тип державного устрою, тобто тип влади; характер економічних відносин, або відносини між державною і приватною власністю; культурні традиції, що включають національні, етнічні, релігійні особливості, мистецтво (літературу, театр, кіно, живопис) та інші прояви цієї сфери, – усе це формує менталітет народу і ментальність мислення окремих його представників.

Крім глобалізаційних процесів, що впливають на більшість суспільних сфер, існують відносно локальні чинники, що зумовлюють поведінку конкретних політиків у конкретному суспільстві. У зв’язку із цим виникає необхідність виокремлення основних чинників, що справляють вплив на локальну політичну сферу.

Щоб скласти більш чітке уявлення про характер державної влади та різних її типів, пропонуємо скористатися типологією, відповідно до якої

виокремлюють тоталітарний, авторитарний, ліберальний і демократичний типи влади. Слід зазначити, що наведені типи в чистому вигляді у світі трапляються досить рідко. Можна говорити лише про відносну відповідність конкретного державного правління якомусь із названих типів, або, більш коректно, – про наявність у даному суспільстві змішаного типу влади, наприклад: тоталітарно-авторитарного, авторитарно-ліберального, ліберально-демократичного тощо. Другий нюанс пов'язаний зі стереотипами щодо наведених типів влади й абсолютизацією термінів. Зокрема, характеризуючи тоталітарну владу, більшість дослідників наводять приклад СРСР сталінського і хрущовсько-брежневського періодів. Як його демократичні антиподи називають США або країни Європейської Співдружності.

Такі підходи видаються нам дещо спрощеними. Певною мірою до тоталітарного типу суспільств належать такі країни, як Північна Корея, Куба, більшість теократичних і монархічних ісламських держав, багато африканських військових режимів, Китай і ряд інших. Але чи можна проводити чіткі аналогії між ними? Це риторичне запитання рівною мірою можна адресувати авторам, що “навішують” політичні ярлики різним суспільствам. У сучасному світі існують монархії, в яких політичне життя реалізується на демократичних принципах, і країни “народної демократії”, де поняття прав і свобод громадян насправді – пустий звук.

Наразі спостерігається стійка тенденція поступової лібералізації політичної влади в глобальному масштабі. СРСР був практично останньою імперією давньоримського типу. Його розпад став причиною виникнення на цьому геополітичному просторі півтора десятка держав з ознаками всіх названих вище чотирьох типів влади. Відносно демократичними державами можна вважати країни Прибалтики; ліберальними – Україну, Грузію, Вірменію; авторитарними – Росію, Білорусь, Казахстан, Азербайджан, Киргизію, Молдову; тоталітарними – Туркменістан, Узбекистан, Таджикистан. Кожний народ підсвідомо прагне реалізувати той тип політичної влади, який спирається не стільки на штучні адміністративно-територіальні й ідеологічні норми і принципи, скільки на соціокультурні базиси, що складаються століттями і тисячоліттями, зокрема мовні, релігійні, етнічні.

Що ж до реалізації індивідуально-особових устремлінь у сфері політики, то тут працюють дещо інші механізми. Оскільки політика в загальному вигляді є опосередкованим методом впливу на соціальне середовище як об'єкт, долучитися до неї прагнуть у першу чергу об'єктно орієнтовані особистості, на відміну від суб'єктно орієнтованих. У психології перший тип прийнято називати екстравертним, тобто спрямованим зовні, другий тип – інтровертним, відповідно більше зосередженим на внутрішньому житті. Ці психологічні терміни, як і деякі інші, що викори-

стовуються до сьогодні, увів в обіг свого часу Карл Густав Юнг [1], чим значною мірою “полегшив” життя дослідників і фахівців у сфері людського мислення і поведінки.

Судячи з праць Юнга, він мало цікавився політикою, але був великим знавцем свідомої і несвідомої сфер психіки людини, безвідносно до сфери її діяльності. Психологічний досвід підтверджує: що “екстравертніша” особистість, то більших успіхів вона може досягти в політиці. Екстраверт-політик свідомо і підсвідомо прагне впливати на соціум – питання тільки в тому, якими засобами він досягає цього впливу. Звідси випливає потреба в класифікації політиків за характером їхнього впливу на оточення.

Найбільш яскраво виражені в суспільному житті такі типи: реформатори, харизматики, прагматики і традиціоналісти [2]. Кожний тип політика виконує свою програму, ініційовану певною домінуючою в його психіці психологічною функцією. Ці функції також мають екстравертну спрямованість, визначаючи стратегію і тактику поведінки політика.

Для типу *реформатора* характерні спрямованість на новачі в політиці, використання нестандартних підходів і рішень у політиці, уміння альтернативно мислити. Найрозвиненішою психологічною функцією особи реформатора є інтуїція, що наділяє таку особу креативним мисленням, здатністю генерувати ідеї і сприяти їх реалізації в суспільстві.

Найсприятливіше середовище для політиків-реформаторів у суспільствах з ліберальною або демократичною системою влади. Вони малоадаптовані в тоталітарному або авторитарному середовищі через неконформістські тенденції в мисленні і поведінці. Реформатори починають заявляти про себе в країнах з перехідною економікою в разі зміни політичного режиму від авторитарного до ліберального як еволюційним шляхом, так і революційним. Частіше за все реформатори схильні до технократичного мислення. Вони тяжіють до різного роду концепцій, проєктів і програм, підкріплених науковими викладами, розрахунками і цифрами. Їхня мова зазвичай насичена спеціальною термінологією, яка для середнього обивателя часто є чинником перевантаження.

Будучи захопленими своїм баченням перебудови суспільства, такі політики погано чують співбесідника або опонента. З ними важко вести дискусію. Проте люди, що добре знаються на психології, майстерно граючи на потрібних струнах реформатора, уміють отримувати із спілкування з ним користь для себе. Маючи хороше аналітичне мислення, бачення перспективи, такі політики часто романтичні, довірливі, прямолінійні. Цим можуть скористатися як у своєму оточенні, так і в стані супротивника.

Тому, узявши багатообіцяльний старт, реформатор не може довго утримуватися на потрібному рівні. Спочатку електорат, застимульований

райдужними проектами, виказує йому могутню підтримку. Потім, побачивши, що особливого поліпшення їхнього життя не настає, прихильники реформатора починають відходити від нього і віддавати свої симпатії його опонентам. Будучи лібералом щодо своїх владних повноважень, реформатор, перебуваючи при владі, не надає великого значення контролю за виконанням своїх розпоряджень. Серед членів його команди наростають суперечності і розбіжності. Найближчі соратники починають боротися за виключне право “близькості до тіла” і, відповідно, за отримання додаткових владних повноважень. Первинна дружна команда починає розпадатися. Тому політичне життя в реформаторів досить коротке.

Політики-*харизматики* – явище, що все рідше спостерігається в розвинених цивілізованих суспільствах. Харизматичні лідери впливають переважно на емоційну сферу людської психіки, тобто на ірраціональну її компоненту. Для цивілізованих же суспільств більш характерний раціональний стиль мислення і поведінки. Цього цивілізовані громадяни очікують і від своїх обранців. Надлишок їхніх витіснених у підсвідомість емоцій виплескується на стадіонах і концертах зірок, під час богослужінь. Тому яскраві харизматики в цивілізованих країнах виявляють себе переважно у сфері мистецтва, шоу-бізнесу і релігії.

У країнах, що розвиваються, з перехідною економікою, харизматичні лідери мають успіх у суспільстві. Народ, якому набридли десятиріччя одноманітної ідеологічної “жуйки” на зборах, у засобах масової інформації, легко “ловиться” на популізм і демагогію політиків-харизматиків, котрі грають на струнах патріотизму, націоналізму, антиглобалізму, антиамериканізму, відродження культури, пошуку національної ідеї тощо.

Гарним живильним ґрунтом для харизматиків стає релігія. Що ортодоксальнішим і нетерпимішим є в даному соціальному середовищі який-небудь релігійний культ або конфесія, то більша вірогідність появи в ньому поводитирів, вождів, пастирів і кумирів, у тому числі і в політиці. Щодо цього лідером є ісламський світ, представлений найбільшою кількістю теократичних режимів. За ним іде християнство, причому частка харизматиків більшою мірою виявлена в його католицькій і православній гілках і менше – у протестантизмі. Третя світова релігія – буддизм – найбільш толерантна, і її вплив на політику маловідчутний.

Якщо використовувати юнгівський типологічний підхід до аналізу кількісного представництва певних типів особистості у сфері політики, то очевидно, що найважливішою психологічною функцією для названої соціальної діяльності є екстравертованість. Екстраверти, орієнтовані на зовнішній світ, найбільш ефективні в методах впливу на соціум – як на окремі соціальні групи, так і на суспільство в цілому. Що “екстравертована” особистість, то більше вона схильна маніпулювати людьми – як в особистих, так і в суспільних інтересах.

Кінець радянської епохи, що збігся з розвалом СРСР, започаткував в Україні зміну тоталітарної влади на авторитарну – за першого президента, зберігши вплив партійної і комсомольської номенклатури. Тісні зв'язки та спільна пострадянська корпоративна етика породили відповідний клановий принцип кадрового добору. У першу чергу цей принцип сприяв реалізації політики тіньового роздержавлення і дикої приватизації. Політика владного невтручання в економічні процеси та несвоєчасна лібералізація економічних відносин призвели до різкої майнової поляризації і криміналізації суспільства.

Прихід до влади президента Леоніда Кучми посилив авторитарні тенденції та структурні зміни в політиці та економіці. На зміну партійно-номенклатурному принципу прийняття управлінських рішень прийшов авторитарно-сімейно-клановий. Підбір кадрів, особливо на ключові посади, здійснювався за принципом домінування особистої відданості та належності до “сім’ї” над професійністю і незаангажованістю. Розподіл владних посад у виконавчій, законодавчій і судовій гілках гарантовано забезпечувався за рахунок використання адміністративного ресурсу. Практикувався контроль над ЗМК у вигляді “темників”, морального, матеріального та фізичного тиску на незалежних журналістів і представників опозиції.

Наступний етап, пов'язаний з “майданними” подіями, можна умовно назвати умовно ліберальним. Президент Віктор Ющенко, претендуючи на роль духовного лідера, намагався культивувати традиційні цінності, характерні для XVI–XVII століть, які сприймалися як архаїчні на тлі сучасних постіндустріальних і постмодерних реалій. Водночас авторитарні тенденції збереглися в характері призначень, коли владні функціонери, призначені минулою владою, масово замінювалися представниками нових провладних партійних структур. Принцип професійності відігравав при цьому другорядну роль.

Ліберальні тенденції більшою мірою виявлялися в системі рад та органах місцевого самоврядування. Опозиція одержала більше можливостей впливати на політичні процеси і прийняття рішень. Адміністративний тиск на ЗМК та підприємців зменшився. Незалежні журналістські розслідування якщо не зовсім унеможливлювали, то дещо мінімізували прийняття владою кулуарних політичних рішень і реалізацію тіньових економічних схем та оборудок.

Нарешті, зміна владної верхівки 2010 р. призвела до повернення авторитарних тенденцій більш жорсткого характеру. Зважаючи на анархічний і пасивний менталітет соціуму, авторитарне управління певною мірою могло б виконувати контрольні та координаційні функції успішніше, ніж ліберальне, якби не його виражений клановий характер, що передбачає надання переваг одній групі (партії, сім’ї).

Таким чином, за часи незалежності ми не мали у владі особистостей реформаторського типу зі стратегічним мисленням. Це були тактики консервативного, *традиційного* штибу з більш або менш вираженими корисливими інтересами. Досить цинічно психологію українського *прагматизму* віддзеркалює лозунг “Укради сам і дай вкрасти іншому”.

Зазначимо, що міф про існування в Україні демократичного суспільства мусується з часів здобуття нею незалежності. Та проскочити певні еволюційні етапи між тоталітаризмом і демократією неможливо. Тим більше, що характерною рисою демократичного устрою є наявність контролю над владою – і не з боку політичних партій, а переважно з боку громадських організацій, завдяки яким і забезпечується той рівень прозорості управління, що не дозволяє владі різних рівнів безкарно зловживати своїм становищем та маніпулювати суспільною свідомістю.

У демократичних суспільствах функціонування місцевих владних структур здійснюється за принципом самоврядування. Принцип виборності домінує над принципом призначення, а в кадровій політиці принцип професійності – над принципом партійної і кланової належності чи особистої відданості.

Органи самоврядування в Україні проходять наразі початкову стадію свого розвитку. Вони ще не мають достатньо історичного досвіду, особистої та професійної культури і реальних механізмів реалізації економічної, соціальної та культурної політики, особливо в регіонах. Тому реальними носіями влади є партійні структури, діяльність яких ґрунтується не на ідеологічних засадах, а вмотивована перспективами впливу на внутрішньо- та зовнішньополітичні процеси, а також на розподіл матеріальних ресурсів.

Різке посилення конкурентної боротьби між українськими партіями веде до поглиблення існуючого розколу в суспільстві, унеможливує його консолідацію і посилює відцентрові тенденції. У владу йдуть здебільшого не реформатори, професіонали чи харизматики, а прагматики, керуючись кон'юнктурними міркуваннями і тактичними цілями.

Висновки. Політична культура в нашому суспільстві несе на собі відбиток особистісних психологічних рис політичної еліти. Зміна політичної верхівки впливає на характер суспільних трансформацій. Тип політичного лідера є більш значущим соціально-психологічним чинником, ніж програмні засади, що декларуються провладними політичними партіями та носіями партійних ідеологем.

Література

1. Юнг К. Г. Психологические типы / К. Г. Юнг. – СПб. : Ювента ; М. : Прогресс-Универс, 1995. – 617 с.

2. *Холод В. В.* Політологія / В. В. Холод. – Суми: Університетська книга, 2006. – 480 с.
3. *Розмозер Г.* Кризис либерализма / Г. Розмозер. – М. : ИФ РАН, 1996. – 298 с.

Овчаров А. А. Роль личного фактора в политике

Освещается роль личного фактора в политической жизни. Рассматриваются типологии власти и типы политических лидеров. Определяется связь между психологическими особенностями политика и социальной средой, формирующей его поведение, адекватность конкретных типов политиков существующим в обществе системам власти. Анализируется эволюция властной системы в Украине за период независимости.

Ключевые слова: власть, политический лидер, личный фактор.

Оvcharov A. O. Role of personal factor in policy

The role of personal factor in political life is analyzed at the article. Typologies of power and types of political leaders are examined. It is determined a connection between psychological features of politicians and social environment which forms his behavior, adequacy of certain types of politicians to the systems of power which exist in society. Evolution of the power system in Ukraine for the period of independence is analyzed.

Key words: power, political leader, personal factor.

К ВОПРОСУ О ПРЕДМЕРЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ И НЕ ТОЛЬКО: ПОПЫТКА МЕТОДОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

А. А. Очеретяний, г. Севастополь

Осуществлена попытка анализа учебной литературы с точки зрения объекта и предмета политической психологии. Предложены некоторые методологические подходы к определению этих базовых категорий психологической науки, показаны их системная целостность и диалектическое единство. Делается шаг в направлении отделения объекта и предмета политической психологии от всех системных образований, не имеющих психического характера; приводится их возможное толкование.

Ключевые слова: объект и предмет науки, методология, система практикология, субъект политики.

В современном обществе много нерешенных и, по всей вероятности, не решаемых, во всяком случае сегодня, *проблем*. И не решаемых по той основной причине, что их предпосылки, а может быть, и причины, заложены в нашей психике. Мы привыкли считать, что наука является отражением в общественном сознании процессов общественной жизни. Но мы никак не можем осознать, что состояние общественной науки, от-

ношение к ней не только влияют на общественные процессы, но и детерминируют развитие последних.

Если мы хотя бы бегло просмотрим учебники и учебные пособия, то увидим, что их авторы представляют науки с разной, зачастую противоречивой трактовкой предмета науки, ее понятийного аппарата. Нередко категории философии преподносятся как собственные категории той или иной общественной науки. Многочисленные определения сущностей одного и того же явления, зачастую несовместимые, представляются как научное достижение. В учебниках и учебных пособиях авторы констатируют, а преподаватели с восхищением доносят до студентов мысли о том, что в современной науке имеют место более сотни определений сущности личности, десятки определений политики, культуры....

Если бы такая ситуация существовала в естествознании, то мы до сих пор сидели бы в каменном веке. Не эти ли процессы в общественном знании и отношении к нему являются причиной того, что наша страна по многим показателям общественного развития находится на задворках мирового социального прогресса? Риторический вопрос. Но пора и задуматься.

Цель статьи: провести методологический анализ имеющейся учебной литературы для более четкого определения объекта и предмета политической психологии, разработать методологические подходы к трактованию этих базовых категорий.

Проблема эта в современной общественной науке имеет несколько аспектов. С одной стороны, развитие общественных наук, использование в практике их выводов и рекомендаций представляют собой в большей степени удел научной общественности (ученых, научных организаций, академических учреждений), чем практиков. Государство, его учреждения, формулируя задачи общественного развития, не исходят из той непреложной истины, что решение всецело зависит от того, в какой степени эти задачи имеют научное основание и обоснование. Выдвигая задачу реформ в экономике, изменяя кардинально форму собственности, переводя в одночасье указом сельское хозяйство на путь частного производства, реформируя образование, преобразуя политическую систему по западному образцу, государственные и политические деятели, принимая соответствующие решения, вряд ли обращались к науке, ставили перед ней и ее академическими институтами задачи спрогнозировать возможные последствия. Луч света науки в царстве жизни не освещает ее истинный путь; он светит, иногда мерцает в лоне самой науки.

А общественная наука, с другой стороны, поражена постоянной болезнью роста, перманентным кризисным состоянием, суть которого прежде всего в том, что в современной науке функционируют достаточно

развитые методологические отрасли знания (философия, общая теория систем, теория информации, кибернетика и т.д.), но они функционируют в большей степени в своем кругу, решая частные методические задачи, не принося ничего существенного в общественные науки. Это одна, но достаточно серьезная и затянувшаяся болезнь роста, вышедшая за пределы исторического смысла. Ее суть была убедительно раскрыта Л. Выготским.

Вторая сторона этого затянувшегося кризиса проявляется в том, что у нас нет собственно единой науки: той же философии, социологии, экономической теории, политологии, истории, а есть взгляды отдельных ученых на те или иные социальные процессы. При этом ученый то или иное событие, явление трактует, и на это он имеет право, так, как ему видится, как он видит или способен видеть. Но социальный смысл науки, в которой работает ученый, – не собственная вотчина, а общественное достояние. Ученый развивает науку на том научном материале, который создавался десятками и сотнями лет его предшественников и который он субъективизировал в процессе обучения и самообучения. К тому же ученый должен думать не только об истине, которую он пытается обосновать, но и о том, как и каким образом открытая истина может быть использована в практической жизни, как и какую пользу она принесет обществу, людям.

Становление любой отрасли научного знания тесно связано с развитием ее логической структуры, основными компонентами которой являются объект науки, ее предмет, законы, методы, функции, понятийный аппарат вместе с его категориями. Основу этой логической структуры составляет предмет исследования. Он выделяется из объекта науки как абстрагированная совокупность закономерных процессов объективного или субъективного характера. Реальность, исследуемая учеными в виде предмета науки, должна быть четко разъяснена ими читателям.

При этом развитие науки и ее становление определяются тем, удалось ли ученым-исследователям (и в какой мере) найти общую точку зрения на саму сущность предмета. Различное толкование сущности предмета исследования, законов и категорий, методов исследования не только не украшает науку, но и свидетельствует о пребывании ее в состоянии неопределенности. И куда тот или иной путь выведет – сказать трудно. Но *один* из них должен быть истинным.

Научные споры, вне всякого сомнения, предполагают различные представления и толкования предмета науки. Но если знания, претендующие на науку, представлены читателю, практическому работнику в виде методологической основы их деятельности, исследователи должны дать однозначные и истинные, или близкие к таковым, трактовки предмета науки, ее категорий, законов. В противном случае значимость науки стремится к нулю. Ее невозможно использовать ни в методологическом, ни в практикологическом отношениях (практикологическими являются

такие знания, которые при их использовании могут быть опредмечены в реальные явления действительности [1, с. 76].

Проблема в области политической психологии состоит не только в том, что исследователи этой чрезвычайно важной отрасли научного знания еще не подошли к общему толкованию сущности предмета науки, но и в том, что отдельные из этих толкований, как представляется автору, не вписываются в сферу психологических знаний. Возможно, это пока не болезнь науки, а кризис в ее развитии, становлении.

Какие взгляды существуют по вопросу объекта и предмета в современной психолого-политической мысли, представленной читателю в виде учебников и учебных пособий по политической психологии?

Д. В. Ольшанский в учебнике “Политическая психология” утверждает, что “предмет политической психологии в целом – это политика как особая человеческая деятельность, обладающая собственной структурой, субъектом и побудительными силами” [2, с. 39]. В качестве “основных политических объектов” в учебнике названы “психология внутренней политики”, “психология внешней политики и международных отношений”, “военно-политическая психология” [там же, с. 45].

Коллектив авторов (под общей редакцией А. А. Деркача и др.) исходит из того, что объектом политической психологии выступают “политика, политическая сфера жизни общества”, а предметом – “закономерности, механизмы, условия и ориентиры политики как социально-политического феномена” [3, с. 47].

А. И. Пирогов рассматривает объект политической психологии как “совокупность психологических проявлений в мире политического, неразрывную связь между политическими и психологическими процессами” [4, с. 23]. Предмет автор предлагает ограничить “закономерностями, механизмами, условиями и факторами политики как социально-политического феномена” [там же, с. 25].

П. С. Гуревич не акцентирует внимание читателя на объекте и предмете науки. Он дает определение политической психологии как области психологии, изучающей “психологические компоненты – настроения, мнения, чувства, ценностные ориентации, а также их особенности в политической жизни” [5, с. 6].

Уважая право авторов на личный взгляд на ту или иную проблему политической психологии, необходимо выразить некоторые сомнения в корректности приведенных выше толкований.

Во-первых, представлять политику с ее закономерностями, механизмами, факторами и, тем более, с ее **ориентирами**, объектом или предметом вряд ли целесообразно, так как политика с ее закономерностями и прочими приведенными авторами свойствами является сферой исследо-

вания политологии, даже если она (политика) является продуктом психики и неразрывно связана с ней.

Во-вторых, в связи с вышесказанным объект и предмет политической психологии выходят далеко за пределы психических процессов, что вызывает необходимость включать в сферу исследования политической психологии сугубо социальные или чисто политические процессы. Это, безусловно, снижает значимость и функциональное предназначение объекта и предмета политической психологии в собственной методологии.

В-третьих, отсутствует необходимая системно-логическая взаимосвязь между объектом и предметом науки. Предмет науки не существует вне объекта, он является составляющей частью объекта.

В-четвертых, можно частично согласиться с трактовкой функциональной сущности политико-психологической науки, данной П. С. Гуревичем. Но не следует ограничивать предмет политической психологии эмоциональной сферой человека. Не менее важно, а может быть и более важно, место в объекте и предмете политической психологии должны занимать мышление и другие когнитивные состояния и процессы.

Решение любой познавательной задачи, и тем более основной для развития науки, каковой является проблема объекта и предмета, неразрывно связано с теми теоретическими положениями, которые находятся вне данной науки, но выступают методологической основой ее изначального развития.

К основным методологическим принципам, на основе которых можно было бы анализировать, трактовать сущность объекта и предмета политической психологии, можно отнести следующее.

1. Объект и предмет политической психологии в их изложении, трактовке должны выступать, относиться один к другому как целое и часть. Объект – целое, предмет – его часть. Объект (целое) – то, что познается, предмет (часть) – то, что исследуется. Предмет – абстрагированная часть целого – объекта. Предмет исследования как явление реальности вне объекта не существует. Но ученый в своем сознании вычленяет и исследует его в целях познания объекта. И если мы задаем себе вопрос: что исследуется в науке – предмет или объект, близким к истинному будет ответ: исследуется предмет с целью познания объекта.

2. Объект и предмет следует рассматривать как системы. Объект – система со всеми ее составляющими элементами и связями между ними: закономерными и незаконными, необходимыми и случайными, временными и постоянными, существенными и несущественными. Объект – то, что дает нам реальность. Объект – объективное образование, и мы должны представить, понять его таким, какой он есть. И таким, какой он есть, мы должны его познать. Предмет – иная система, иная реальность, уже относительно субъективная. Субъективная по той причине, что она

представляет собой абстрагированную часть объекта. Мы не можем исследовать в том или ином явлении абсолютно все. Мы вычленим из объекта как системы то, что детерминирует его (объекта) формирование, функционирование и развитие. Вычленим закономерное, необходимое, существенное, постоянное – то, что детерминирует существование объекта как целого. И эту абстрагированную часть (предмет) мы исследуем во имя того самого объекта (целого).

3. Объект и предмет политической психологии должны быть представлены психикой человека как субъекта политических процессов. И они (объект и предмет) должны быть отделены от того, что является следствием функционирования психики: от социальных, политических процессов. Последние должны быть фактами, свидетельствами того или иного состояния психики. В психике человека, принимающего какое-либо участие в политической жизни, следует искать объект и предмет политической психологии.

4. Исследование психики вне социальной среды невозможно, как и невозможно ее формирование и функционирование. В этой связи политика, политическая деятельность, политические процессы должны выступать, с одной стороны, как воздействующая на психическое состояние человека среда и определяющая его поступки на любом уровне участия в политических процессах; с другой стороны, политика является ничем иным, как продуктом психики, и процесс формирования этого продукта (политики) в процессе функционирования психики и должен быть сферой исследования политической психологии.

Здесь следует заметить, что для большинства авторов учебников и учебных пособий по политической психологии социально-политическая среда, в которой осуществляется функционирование психики субъекта политики, выступает значительной, если не большей частью по объему изложения. Здесь явно просматривается подмена проблем политической психологии проблемами социологии, политологии, этики.

Так, все авторы учебников и учебных пособий рассматривают проблему политического участия. Да, это, по всей вероятности, центральная проблема политической психологии, как и политологии. Но само участие в политической жизни гражданина, личности, лидера – проблема социально-политическая. Для политической психологии важно дать обоснование: какие психические процессы, свойства с их содержательными характеристиками функционируют и обуславливают это участие, какие свойства психики и на каком уровне – от простого участия (в демонстрации) до участия в выработке и реализации политики, какие психические свойства личности детерминируют то или иное участие, какое и как.

5. Поиск, выяснение, определение и трактовка объекта и предмета политической психологии определяются рядом объективных факторов

(для их исследователя): характером и степенью развития методологической основы научного познания (философии, общей теории систем, теории информации, кибернетики), уровнем развития общей психологии, степенью развития политической науки. Но не менее важен субъективный фактор – позиция исследователя. Во имя чего он ведет познание: во имя самого познания или во имя практики. Сегодня политическая психология по своему содержанию входит в область теоретических наук. В большинстве учебников и учебных пособий психические свойства рассматриваются в плане их проявления в политических процессах. Но, по всей вероятности, политическая психология должна предлагать социальной практике возможности – как повлиять, как развивать, как формировать те или иные свойства психики, которые обеспечивали бы рациональное участие граждан в политических процессах. Скажем, каким должен быть гносеологический образ мира у субъектов политики, ее формирующих; каковы составляющие *интеллекта как основы познания и стража истины* необходимо развивать у будущего политического деятеля; как и в какой степени необходимо развивать и учитывать у потенциальных политических лидеров круг их интересов, на которых основываются их программы; как поднять уровень осознанного участия граждан в политической жизни, который не позволил бы им поддаваться популярным призывам демагогического характера; как вовлечь движение масс в социально-целесообразное участие в политике.

6. Политическая психология должна ответить на вопрос, отнюдь не риторический: почему современные политические процессы, которые призваны рационально организовывать общественную жизнь, оказываются не способными к этому? В чем причина? Естественно – в политике. Но она (политика) – продукт психики! Так где искать причину: в политике или в психике? Даже без ответа на эти риторические вопросы видна значимость политической психологии и сфера ее познания.

7. Значимость психики в общественной жизни, в развитии экономической, социальной, духовной сфер общества такова, что можно было бы сформулировать **основной закон развития общества**, базовой составляющей которого является психика.

Эту идею можно представить в виде следующего алгоритма:

Фр1---Фнг---Фнп---Фр2,

где: Фр1 – факт реальный 1 – явления реальной действительности, доступные отражению, познанию субъектом политики; Фнг – факт научный, гносеологический – отраженные и познанные реальные явления в сознании субъекта политики; Фнп – факт научный прогностический – вообразимые преобразования явлений познанного мира; Фр2 – факт реаль-

ний 2 – преобразованная реальность в соответствии с представлениями, воображением и способностями субъекта политики.

Формально-логическая формула этого алгоритма может быть представлена следующим образом: ***развитие общества есть продолжение мышления субъекта политики.*** Или: развитие общества есть процесс опредмечивания фактов мышления субъекта политики. Или: содержание и уровень развития общества детерминируются содержанием и уровнем развития психики людей. Развитие общества детерминруется не столько закономерностями его развития, сколько степенью их познания субъектом политики.

Этот социальный алгоритм позволяет сделать ряд выводов, связанных с формированием и состоянием психики (представлений, воображения, памяти, мышления и др.) субъекта политики.

Политическая психология должна быть азбукой, настольным учебником для каждого политического лидера – партийного, государственного, понимающего и представляющего психику как фактор, детерминирующий социальные процессы.

Таким образом, ***политический лидер – это социальный инженер.*** Политический лидер – субъект политики, его нужно готовить и пестовать, изучать его реальные и потенциальные свойства. И политическая психология должна подсказать, раскрыть, обосновать, как это делать.

Основанием для дальнейшего рассуждения об объекте и предмете политической психологии может быть определение сущности предмета, данное Н. Н. Слюсаревским, который заметил, что “предметом політичної психології є закономірності становлення та функціонування індивідів, груп і спільнот як суб’єктів політики” [6, с. 9].

Не претендуя на единственно правильное и однозначное решение проблемы о сущности объекта и предмета политической психологии и основываясь на приведенном выше определении предмета науки, автор предлагает несколько отличающуюся от других трактовку сущности предмета и объекта политической психологии.

Из чего следовало бы исходить?

Во-первых, из того, что все социальные процессы, как и их результаты, есть не что иное как следствие деятельности человека, граждан общества. И в основе этой деятельности – психика людей. Вся человеческая история есть не что иное как продукт психики человека, подсознательно или сознательно участвующего в общественном развитии. Таким же продуктом психики является и политика. В этой связи задача политической психологии, по всей вероятности, состоит не в исследовании закономерностей становления и функционирования субъектов политики, а их ***психики.***

Во-вторых, организация общественной жизни в современном цивилизованном обществе осуществляется институтами политической вла-

сти, формирующими политику, которая представляет собой комплексную программу общественного развития, и реализующими ее во всех сферах общественной жизни (внутренней и внешней, экономической, социальной, духовной, кадровой и т.д.). И эта комплексная программа общественного развития является именно продуктом психики. И социальная содержательная целесообразность такой программы всецело зависит от состояния психических свойств субъекта политики.

В-третьих, формирование и реализация политики – не что иное как политическая деятельность, процесс реализации психических образований, свойств и состояний участников этого процесса. И, по всей вероятности, в самой психике следует искать объект и предмет нашей науки.

При этом политическая психология должна не только констатировать факт политический в факте науки, но и то, каким должен быть факт психический для акта политического, чтобы обеспечить общественный прогресс. Политическая психология должна дать ответы на следующие вопросы: какими должны быть у субъекта политики интеллект, память, мышление, воля, характер; какая социальная информация должна быть заложена субъектом политики в его гносеологический образ мира, с тем чтобы его прогностический образ мира, воплощенный в программах, соответствовал закономерностям социального прогресса; каков круг интересов и чувств должен у него быть, чтобы его нравственные позиции не противоречили интересам общества, его граждан. А также еще много других ответов на вопросы, какими психическими свойствами должен обладать субъект политики [7].

Подводя итог рассуждениям по вопросу, поднятому в статье, можно было бы утверждать, что объектом политической психологии выступает психика субъекта политики, предметом – функционирование психики в политических процессах. Но такое определение объекта и предмета и раскрытие их содержания в науке ограничивало бы функции науки, сводило бы ее к констатации психического факта в политических процессах. Социальное предназначение любой науки состоит не только в констатации факта, а в том, чтобы обеспечить социальный прогресс, показать, что же необходимо, если это возможно, изменить в исследуемых психических явлениях, чтобы они (эти явления) приносили человечеству добро. И если речь идет о психике субъекта политики на любом этапе его участия в ней (от выражения своего отношения к политике до ее формирования и реализации), то политическая психология должна, по всей вероятности, не только исследовать возможные состояния психики, но и показать, какой она должна быть и как ее нужно формировать [8].

В этой связи можно было бы утверждать, что *объектом политической психологии является психика субъекта политики, а предметом – закономерности ее формирования и функционирования в*

политических процессах. Речь идет о закономерностях не в плане их объективности, а в плане такого состояния психики, функционирование которой в политических процессах обеспечивало бы прогресс общественной жизни. Политическая психология должна вооружить социальную практику перспективой формирования у гражданина страны, идущего в политику, таких психических свойств, которые воплощались бы в созидательной деятельности.

Какие *выводы* следуют из сказанного?

Во-первых, политическая психология должна быть представлена в учебниках и учебных пособиях читателю, студенту, молодому педагогу и тому, кто просто ею интересуется, не как совокупность взглядов отдельных ученых, а как целостная система научных взглядов на функционирование психики в политических процессах. Она должна иметь единую логическую структуру. Должны быть четко выделены и определены объект и предмет науки, ее закономерности, собственный категоричный аппарат, функции и методы исследования.

Во-вторых, настало время, когда усилия ученых – политических психологов – должны быть направлены не столько на поиск новых научных открытий, сколько на обобщение имеющегося научного материала, формирование общего взгляда ученых на развивающуюся науку.

В-третьих, политическая психология должна выступать не только системой научных взглядов, отражающих психолого-политические процессы в обществе, но и методологической основой образовательно-воспитательной деятельности по формированию гражданина страны, психически и морально готового и способного осуществлять созидательную политическую деятельность.

В-четвертых, было бы полезно и целесообразно организовать серию теоретических семинаров по методологическим вопросам науки с участием ведущих политических психологов. На семинаре следовало бы обсудить теоретико-методологические основы развития политической психологии, ее логическую структуру, сущность ее составляющих, представляемую потребителю, особенно в учебной литературе.

В-пятых, крайне целесообразным является усиление методологического аспекта в подготовке психологических кадров. Представляется необходимым расширить программу по философии (в частности теорию отражения), включить в учебные планы общую теорию систем, теорию информации, кибернетику. Для выпускника-специалиста вместо дипломной работы ввести государственный экзамен по методологическим основам психологии.

Литература

1. *Очеретяный А. А.* Методология: что это? / А. А. Очеретяный // Горизонты образования. – 2009. – № 2. – С. 73–82.
2. *Ольшанский Д. В.* Политическая психология / Д. В. Ольшанский. – СПб. : Питер, 2002. – 576 с.
3. Политическая психология : учеб. пособие для вузов / под общ. ред. А. А. Деркача, В. И. Жукова, Л. Г. Лаптева. – М. : Академ. проект ; Екатеринбург : Деловая книга, 2003. – 858 с.
4. *Пирогов А. И.* Политическая психология : учеб. пособие для вузов. – М. : Академ. проект : Трикта, 2005. – 368 с.
5. *Гуревич П. С.* Политическая психология : учеб. пособие для студентов вузов / П. С. Гуревич. – М. : ЮНИТА-ДАНА, 2008. – 543 с.
6. *Слюсаревський М. М.* Політична психологія як наука: предмет і проблематика / М. М. Слюсаревський // Соціальна психологія. – 2009. – № 5. – С. 3–14.
7. *Очеретяный А. А.* Субъективизация как процесс формирования психики / А. А. Очеретяный // Горизонты образования. – 2011. – № 3. – С. 32–37.
8. *Очеретяный А. А.* К вопросу о политике как профессии / А. А. Очеретяный // Віче. – 2011. – № 8. – С. 13–16.

Очеретяний А. А. До питання про предмет політичної психології і не тільки: спроба методологічного аналізу

Зроблено спробу аналізу навчальної літератури під кутом зору об'єкта і предмета політичної психології. Запропоновано деякі методологічні підходи до визначення цих базових категорій психологічної науки, показано їхню системну цілісність і діалектичну єдність. Робиться крок до виокремлення об'єкта і предмета політичної психології з-поміж усіх системних утворень, які не мають психічного характеру; наводиться їх можливе трактування.

Ключові слова: об'єкт і предмет науки, методологія, система практикологія, суб'єкт політики та ін

Ocheretyanyi A. A. To the question of the subject of political psychology: methodological analysis attempt

This article is an attempt to analyze the educational literature on the subject and the object of political psychology. Some methodological approaches to the definition of these basic categories of psychological science are proposed; their systemic integrity and dialectical unity is shown. An attempt to separate the object and subject of the political psychology among all system entities which are not of mental character is made; for their possible interpretation is proposed.

Key words: object and subject of science, methodology, system practisology, the subject of politics.

РЕФЛЕКСИВНЕ УПРАВЛІННЯ ОБРАЗОМ ІННОВАЦІЙ

О. В. Петрунько, м. Київ

Розглядаються особливості репрезентації суспільних та освітніх інновацій у свідомості населення країни і технології рефлексивного управління цими репрезентаціями. Аналізується образ інновацій у свідомості їхніх адресатів та можливості управління цим образом, а також рефлексивне управління як соціально-психологічний феномен. Показано соціальні та психологічні причини прийняття чи неприйняття інновацій їхніми адресатами і чинники, які регулюють ці процеси.

Ключові слова: суспільні й освітні інновації, репрезентація інновацій у свідомості населення, образ інновацій, рефлексивне управління образом інновацій, рефлексивні технології, рефлексивна культура.

Проблема. Інноваційність як ознака сучасних інформаційних і пост-інформаційних суспільств ініціює дедалі більшу потребу цих суспільств у дальших інноваційних змінах: що інноваційніше суспільство, то більше інновацій воно потребує і, відповідно, тим більше їх продукує. Це пов'язано з високими темпами обігу й оновлення знань; динамізмом соціальних інститутів і соціального життя; одночасністю перебігу множини соціальних процесів, а отже, необхідністю людей одночасно діяти в кількох соціальних реальностях (просторах існування); ускладненням технологічних ланцюгів і соціальних мереж, а отже, і планування та прогнозування результатів індивідуальної і колективної діяльності; необхідністю постійної підтримки внутрішнього гомеостазу людей в умовах високої соціальної активності, включення їх у “безмежні комунікації”, коли повсякденним досвідом стає взаємодія з носіями інших культур, ціннісних систем, моделей світобудови.

У зв'язку з цим головними трендами, які найближчим часом визначатимуть розвиток інформаційних суспільств, експерти світового рівня вважають: 1) появу на світовому ринку нового покоління людей з принципово новими цінностями і моделями мислення; 2) поширення й урізноманітнення нових технологій, спрямованих на формування та узгодження між собою інноваційних ландшафтів суспільств і соціумів у масштабах світового ринку та зміни відносин людей із природою (посилення екологічного фактора, використання енергозберігальних моделей розвитку людства тощо) [1].

Мета статті: розглянути технологічні можливості рефлексивного управління образом інновацій у свідомості їхніх адресатів.

Орієнтація на інноваційний розвиток – це особливий стан розвитку суспільства (як складної соціальної системи), який означає, що його суб'єкти існують, діють, взаємодіють у певному інноваційному середовищі з належними інноваційною культурою й інноваційним контекстом, достатнім рівнем активності і соціального оптимізму його суб'єктів, відповідним інноваційним дискурсом, де ключовою є категорія “інновація”.

Відомий дослідник інноваційних процесів Е. Роджерс запропонував термін “інновація” для позначення: 1) феномена нового (нових ідей, товару, послуги, технології і т. ін.); 2) процесу “дифузії” нового (його технологізації, тобто реалізації певної системи дій з його освоєння і широкого упровадження) [2]. Згодом, зокрема завдяки працям Г. Гарда, Й. Шумпетера, Н. Д. Кондратьєва та інших дослідників, цей термін вийшов за межі техніко-економічного, політичного, військового контекстів, де він уперше був сформульований, і набув значно ширшого, філософсько-онтологічного, значення.

Одна з головних ознак інноваційного середовища – належний рівень рефлексивної культури всіх його суб'єктів, що, як вважає відомий російський дослідник В. С. Лепський, є неодмінною якісною характеристикою інноваційної і загальної культури суспільства [1]. Рефлексивна культура соціальних суб'єктів означає володіння ними засобами активації і організації рефлексії, заснованими на інтелектуальних, ціннісних, гуманістичних засадах; здатність творчо діяти в кризових ситуаціях і в ситуаціях з високим ступенем невизначеності; здатність переосмислювати стереотипи власного досвіду, гнучкість у прийнятті рішень; здатність реалізовувати особисті, комунікативні, інтелектуальні потреби й інтереси згідно із ситуацією і з огляду на потреби й інтереси інших людей. Брак рефлексивної культури призводить до помилок, які гальмують реалізацію інновацій і найчастіше виявляються в тому, що, декларуючи позитивне ставлення й підтримку інновацій, населення насправді показує неготовність до них або чинить їм спротив (від активного протесту до мовчазного неприйняття й ігнорування).

У розвинених постіндустріальних (постінформаційних) суспільствах більшість інновацій реалізується не у сфері виробництва, а в таких традиційно інертних і бюрократизованих сферах суспільного життя, як наука, культура, освіта, і спрямовані вони на виробництво й обіг не матеріального, а ментального (інтелектуального, духовного) продукту.

Це означає, що реалізація інновацій неодмінно передбачає спеціальний (активний і свідомий) вплив одних людей чи соціальних груп (тобто агентів впливу) на структури свідомості і поведінку інших людей чи цільових груп (адресатів, реципієнтів впливу). Мета впливу – зміна (перебудова, ре-формування) усталених ментальних систем і схем (систем знань, уявлень, цінностей, переконань, ставлень, моделей сприймання

світу), емоцій і почуттів, звичних способів і сценаріїв поведінки, звичних умов існування адресатів впливу в напрямі, потрібному агентам впливу.

Така інтервенція не завжди схвалюється адресатами, або й відхиляється ними, для чого є чимало психологічних причин: 1) сталість уявлень, настановлень, цінностей (“керованість традицією”, за Г. Тардом); 2) неготовність змінювати звичні стиль мислення та уклад життя на нові; 3) нерозуміння доцільності змін; 4) природний страх нового і т. ін. Отже, інноваційні зміни можливі за умови спеціального психотехнологічного впливу на адресатів (реципієнтів), спрямованого на зменшення спротиву та активацію чинників підтримки інновації, а саме: 1) усвідомлення адресатами соціальної значущості (соціальної продуктивності) інноваційного розвитку; 2) позитивні уявлення про ресурсне забезпечення інноваційних змін; 3) визнання їх сучасності і своєчасності; 4) позитивна оцінка власних можливостей брати в них участь, віра у власну спроможність впливати на перебіг подій; 5) досвід практичної участі в інноваційному процесі, апробація її результатів і переваг; 6) упевненість у власній безпеці, у захищеності від негативних наслідків інноваційних змін; 7) наповнення інноваційної діяльності особистими смислами і творчим змістом тощо.

Для цього найбільш придатні так звані *рефлексивні технології*, або *технології рефлексивного управління*. Ці технології добре відомі в економічних і гуманітарних прикладних науках, а нині вони дедалі ширше застосовуються у відповідних практиках на всіх рівнях функціонування соціальних систем. І, як відомо, за кілька останніх десятиліть лауреатами Нобелівських премій стали вчені, які обґрунтували необхідність використання знань із рефлексивного управління в таких економічних науках, як інформаційна економіка (Дж. Акерлоф, М. Спенс, Дж. Ю. Стигліц), комунікативна економіка (Д. Ауманн, Ф. Фукуяма, Т. Шеллінг), психологічна й експериментальна економіка (Д. Канеман, В. Л. Сміт).

Згідно з ідеями неklasичної раціональності В. О. Лефевра, рефлексивне управління – це раціональний спосіб передачі адресатові впливу “підстав” (знань та уявлень про навколишній світ і себе самого, а також мотивів, ставлень, оцінок і т.ін.) для ухвалення ним рішень, вигідних агентові впливу. Психологічним механізмом рефлексивного управління (або рефлексивного менеджменту) є рефлексія – одна з трьох (інші дві – діяльність і комунікація) базових форм активності соціальних суб’єктів. Рефлексія – фундаментальна, “наскрізна” категорія багатьох наук, предметом яких є самоорганізація живих (соціальних) систем. Вона інтерпретується як: 1) функція людської свідомості, спосіб і процес продукування і функціонування смислів, об’єктивації їх у вигляді знань, предметів і об’єктів діяльності; 2) базова ознака соціальних суб’єктів, чинник психічного і психосоціального розвитку (В. П. Зінченко, Г. А. Голіцин, В. О. Лефевр,

С. Л. Рубінштейн); 3) механізм регуляції дії і взаємодії, спів-буття з іншими на всіх рівнях існування й функціонування соціальних систем (А. В. Шаров, В. С. Лепський, В. І. Слободчиков, Н. Д. Гордєєва).

Рефлексивний менеджмент – як управління, засноване на рефлексії – незалежно від того, у якій сфері суспільного життя він реалізується, – це управління ментальними феноменами, у тому числі ментальними репрезентаціями світу, що існують у свідомості інших людей (відображена, міжсуб'єктна рефлексія) чи у власній свідомості (саморефлексія). До цих репрезентацій належать образи дійсності, серед яких і образи суспільних інновацій, що склалися у свідомості адресатів на основі доступної їм інформації, отриманої з медіа, соціальних мереж та особистих контактів, та досвіду практичного долучення до ініційованих нею змін.

На відміну від авторів і виконавців, адресати інновації, як правило, неналежно інформовані про її цілі, завдання, очікувані результати і т.ін., а отже, у своєму ставленні до неї покладаються на нечіткі, невпорядковані й суперечливі уявлення про неї. Спонтанний і “множинний” образ інновації, сформований на основі хаотичних уявлень, дуже приблизно репрезентує задум її авторів або й зовсім далекий від цього задуму, але саме він опосередковує ставлення адресатів до інновації, бажання брати участь в її реалізації, поведінку щодо неї, загальну її оцінку.

Якщо для формування образу інновації не докладати спеціальних зусиль, то він формується спонтанно, тривалий час залишається недиференційованим, “розмитим” і є навіть не так образом, як суб'єктивним і погано рефлексованим враженням про інновацію. Це твердження ґрунтується на даних емпіричних досліджень, здійснених науковцями Інституту соціальної та політичної психології НАПН України С. М. Іванченко, П. Д. Фроловим, автором цієї статті та іншими [3; 4], які показали, що доросле населення і молодь мають досить приблизні і суперечливі уявлення про суспільні й освітні інновації, які запроваджуються в Україні. До прикладу: переважна більшість викладачів і студентів ВНЗ, з одного боку, цілком слухно вважають інноваціями в системі освіти Болонську систему, зовнішнє незалежне оцінювання (ЗНО) та комп'ютеризацію навчання (дистанційне навчання, уроки інформатики, електронні підручники замість традиційних і т. ін.), а з другого – відносять до освітніх інновацій і такі суто тактичні кроки з оптимізації навчального процесу, як, наприклад, введення нових форм виробничої практики для студентів, введення нових навчальних курсів, зміни термінів навчання і форм його оплати, дострокове складання іспитів та отримання “автоматів”, нові методи навчання і позааудиторної роботи тощо. До того ж уявлення викладачів і студентів про ці інновації і, відповідно, їхні оцінки вкрай суперечливі. Одні оцінюють Болонську систему як шлях інтеграції в Європейський освітній простір, а інші – як незрозумілу, обтяжливу і непотрібну ініціа-

тиву чиновників. Так само неоднозначно респонденти оцінюють такі новації, як ЗНО і комп'ютеризація навчання, які мають більше противників, ніж приборчників. При цьому всі ці оцінки мають, як правило, не об'єктивний, а суб'єктивний, ставленнєвий характер.

Виходячи з позицій рефлексивного управління, перед інноваційними технологіями постають щонайменше дві задачі: 1) формування бажаного образу інновації у свідомості адресатів; 2) ефективне управління цим образом.

Одна з базових проблем формування образу – “якісні” (а саме, додамо, об'єктивні, несуперечливі, доступні і в належному обсязі) відомості й уявлення про інновацію. Проблема “якісних уявлень” особливо актуальна і надзвичайно ускладнена в гуманітарній сфері суспільного буття, у тому числі у сфері гуманітарної освіти, особливо в умовах сьогодення: з одного боку – в умовах інформаційних множинності й плюралізму, а з другого – в умовах міждисциплінарної і мультипарадигмальної науки, на засадах якої здійснюється сучасна гуманітарна освіта.

За цих умов формуванню систем уявлень та образів не сприяє, зокрема, те, що: 1) широковживані терміни, у тому числі наукові поняття, за одною вербальною оболонкою вміщують неоднакові змісти і смисли; 2) події і явища, у тому числі феномени моралі, тлумачаться по-різному, залежно від ситуації; 3) не існує належного ступеня узгодженості щодо базових, принципівих суспільно значущих питань тощо. Усе це, навпаки, створює істотні перешкоди і потребує спеціального технологічного супроводу, що особливо важливий на початку запровадження інновації, коли вона постає перед адресатами як об'єкт, про який мало що або й нічого не відомо, а ефекти й наслідки її впровадження ще не далися взнаки. На цьому етапі велике значення має ефект першого враження, яке може виявитися хибним, але сильним, стійким і тривалим, таким, що погано піддається корекції.

Як вважає П. Д. Фролов, образ інновації формується під впливом трьох найважливіших чинників: 1) знаннєвого (який репрезентує інформованість про інновацію її адресатів, тих, кому вона адресована); 2) експірієнтального (що репрезентує особистий досвід взаємодії адресатів з інновацією, ставлення до неї, оцінки її результатів і перспектив); 3) соціокультурного (репрезентує систему загальнокультурних і соціальних норм і цінностей, прийнятих у суспільстві, певній культурі, певній спільноті). На думку дослідника, усе це разом створює умови, за яких адресати інновації максимально інформовані про перспективи та очікувані результати, а їхнє ставлення – свідоме, сформоване в дискусіях з фахівцями й представниками різних – опозиційних і “своїх” – груп та підкріплене досвідом практичної участі [4].

Виходячи із цього, для формування бажаного образу суспільних інновацій та успішного управління цим образом не досить одних лише інформаційних впливів на цільові аудиторії – необхідне активне впровадження системи найрізноманітніших соціально-психологічних технологій впливу – інформувальних, промоційних, інтервенційних, або технологій активного соціального втручання, технологій конструювання соціальних мереж, технологій формування інноваційного контексту, “фонових” та інших, об’єднаних методологією рефлексивного управління.

З позицій рефлексивного підходу *управління образом інновацій* передбачає:

1) *управління знаннями й уявленнями* (створення у свідомості адресатів оптимальної системи знань і уявлень про цілі, завдання, очікувані результати і зиски інновації, а також їх активація і збагачення в бажаному напрямі);

2) *управління ставленням* (активація інтересу до інновації, позиціонування новаторських ідей, висвітлення і демонстрація позитивних результатів, створення видимості підтримки їх широким загалом тощо);

3) *управління мотивацією* (промоція інновації, створення мотиваційної готовності з її підтримки, заохочення до застосування нового, до підвищення власної компетентності й долання труднощів на шляху опанування новим);

4) *управління творчістю* (залучення до нетипових засобів розв’язання звичних проблем, імпровізації, експромту, активізація “позиції навчання”, готовності творити нове, долаючи страх соціальних оцінок і критики тощо);

5) *управління рефлексією* (думками, переживаннями, переконаннями, здатністю аналізувати, адекватно оцінювати й інтерпретувати події і явища, поведінку інших людей, явища власної свідомості і поведінки [5].

Пересічний мешканець інформаційного суспільства часто не в змозі впоратися з надміром інформації та знань і належно їх опрацювати. Рефлексія щодо цих знань виявляється заблокованою, унаслідок чого – як природна адаптаційна реакція на множинність і непрогнозованість – згортається пізнавальна і соціальна активність суб’єктів соціального життя [6]. Отже, управління рефлексіями означає розблокування індивідуальної і колективної (групової) рефлексії, активацію рефлексивної позиції суб’єктів інноваційних змін, збагачення індивідуальної і групової рефлексії, нарощування знання, стимулювання надситуативної рефлексивної активності, яке завершується “рефлексивним виходом” або “виходом у нову рефлексивну позицію”, створення активних інноваційних середовищ спільного існування, в якому можливі рефлексивно-дослідницька діяльність і розвиток саморефлексії (В. О. Лефевр, Г. П. Щедровицький, Е. Г. Юдін).

На активацію цих здатностей і спрямовані рефлексивні технології та весь арсенал рефлексивних засобів.

Практичними засобами активації рефлексивної позиції є збагачення громадської думки, науково-практичні семінари, диспути, громадські дискусії, педагогічні слухання, ділові ігри, фокус-групи, тренінг рефлексивної поведінки тощо. Мета цих засобів – інформування суб'єктів інновацій щодо їхніх стратегічних цілей і завдань; створення в них свідомої мотивації підтримувати зміни; широке практичне залучення їх в інноваційні процеси; створення умов для збагачення і розвитку колективної рефлексії; формування впевненості у власній здатності впливати на прийняття рішень, віри в те, що перебіг подій і майбутнє залежать від них самих.

Висновки:

1. Масштабні суспільні інновації представлені у свідомості їхніх адресатів як більш чи менш упорядковані ментальні репрезентації, до яких належать і образи інновацій.

2. Образи інновацій спонтанно складаються у свідомості їхніх адресатів на основі доступної інформації, отриманої від медіа, через соціальні мережі, міжособові та широкі соціальні контакти, а також на основі особистого досвіду практичного долучення до інноваційних змін.

3. Формування бажаного образу суспільних інновацій та управління цим образом – як завдання рефлексивного менеджменту – можливі за умови активного і доцільного застосування системи соціально-психологічних технологій впливу – інформувальних, промоційних, інтервенційних, або технологій активного соціального втручання, технологій конструювання соціальних мереж, технологій формування інноваційного контексту, “фонових” та інших, об'єднаних методологією рефлексивного управління.

4. Методологія рефлексивного управління базується на положеннях про розблокування й активацію індивідуальної та групової рефлексії, стимулювання надситуативної активності, здійснення “рефлексивних виходів” як зміну рефлексивної позиції, створення активних рефлексивних середовищ, де можливі вправління в рефлексивних діях, збагачення уявлень, нарощування об'єктивного знання, розвиток саморефлексії.

5. Рефлексивне управління образом інновації передусім передбачає: менеджмент знань, а також управління ставленням, управління мотивацією, управління творчістю та управління рефлексіями адресатів інновацій

Література

1. *Лепский В. Е.* Рефлексивно-активные среды инновационного развития / В. Е. Лепский. – М. : Когито-Центр, 2010. – 255 с.

2. *Rogers E. M.* Diffusion of innovations / E. M. Rogers. – 3rd ed. – New York : Free Press, 1983.
3. *Іванченко С. М.* Ставлення студентів до нововведень в освіті у контексті Болонського процесу / С. М. Іванченко, О. П. Щотка // Наукові записки Ніжинського державного університету ім. М. В. Гоголя. Серія: Психолого-педагогічні науки. – Ніжин, 2011. – № 2. – С. 47–51.
4. *Фролов П. Д.* Образ інновацій: у пошуках технологій творення / П. Д. Фролов // Вісник Чернігівського університету. – 2010. – С. 307–311.
5. *Найдьонов М. І.* Формування системи рефлексивного управління в організаціях : монографія / М. І. Найдьонов. – К. : Міленіум, 2008. – 484 с.
6. *Лефевр В. А.* Рефлексія / В. А. Лефевр. – М. : Когито-Центр, 2003. – 496 с.

Петрунко О. В. Рефлексивное управление образом инноваций

Рассматриваются особенности репрезентации общественных и образовательных инноваций в сознании населения и технологии рефлексивного управления этими репрезентациями. Анализируется образ инноваций в сознании их адресатов и возможности управления этим образом, а также рефлексивное управление как социально-психологический феномен. Показаны социальные и психологические причины принятия или непринятия инноваций их адресатами, а также факторы, регулирующие эти процессы.

Ключевые слова: общественные и образовательные инновации, репрезентация инноваций в сознании населения, образ инноваций, рефлексивное управление образом инноваций, рефлексивные технологии, рефлексивная культура.

Petrun'ko O.V. Reflexive management of innovations' image

The peculiarities of representations of social and educational innovations in public consciousness and technologies of reflexive management of these representations are considered at the article. It is analyzed the image of innovation in consciousness of their addressees and possibilities of management of this image, and also reflexive management as social and psychological phenomenon. It is demonstrated the social and psychological reasons of acceptance or resistance of innovations by their addressees and factors which regulate these processes.

Key words: social and educational innovations, representation of innovation in public consciousness, image of innovations, reflexive management of innovation's image, reflexive technologies, and reflexive culture.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ЯК ЧИННИКА ГРОМАДЯНСЬКОГО ЗАЛУЧЕННЯ

С. І. Позняк, м. Київ

Представлено результати теоретичного аналізу концептуальних підходів до дослідження соціального капіталу, окреслено його особливості як предмета соціально-психологічного дослідження. Визначено, що соціальний капітал як система індивідуальних та колективних диспозицій,

спрямованих на створення та розвиток соціальної взаємодії, може мати як позитивні, так і негативні наслідки щодо рівня громадянської участі в житті суспільства.

Ключові слова: соціальний капітал, громадянське залучення, індивідуальне та колективне благо, диспозиції, спільні норми та смисли, соціальна довіра, взаємність.

Проблема. Одним із найпоширеніших понять, яким оперують сучасні суспільні науки в дослідженнях соціальної взаємодії та громадянського залучення, є “соціальний капітал”. Зазвичай його розглядають як засіб розв’язання цілої низки соціальних проблем і, за висловом Я. У. ван Дета, як єдиний реальний спосіб примирити вимоги та очікування емансипованих та індивідуалізованих громадян з необхідністю їх залучення до демократичного процесу прийняття рішень [1]. Р. Патнам з цього приводу зазначає: “...соціальний капітал робить нас розумнішими, здоровішими, безпечнішими, багатшими та більше здатними врядувати у справедливій та стабільній демократії” [2, с. 154]. Саме Патнам своєю роботою “Творення демократії: Традиції громадської активності в сучасній Італії” знову привернув увагу економічної, соціальної та політичної теорії до вже відомого в суспільній науці поняття соціального капіталу як фактору соціальної взаємодії (Дж. Кольман), сімейних стосунків (Дж. Бойсджолі, Дж. Дункан і С. Хофферт), ефективної демократії (Р. Патнам) та сталого економічного розвитку (С. Нак і Ф. Кіфер). Як соціально-психологічний чинник і одночасно продукт громадянського залучення¹, дослідження соціального капіталу становить значний інтерес для розвитку теорії політичної соціалізації молоді.

Мета статті: окреслити теоретичні підходи до дослідження соціального капіталу, його концептуалізації як предмета соціально-психологічного дослідження, а також ролі як чинника активізації громадянського залучення.

Широковживане в різних сферах суспільних наук і соціальної практики поняття “соціальний капітал” має багато часом суперечливих визначень. Спільним для них є те, що соціальний капітал розглядається як “акумуляоване багатство”, яке можна “інвестувати” для отримання дивідендів у майбутньому [1], а результатом такого інвестування є мінімізація витрат учасників взаємодії, оскільки в довірливих стосунках досягнення спільного розуміння та згоди вимагає значно менше ресурсів [2; 3].

¹ Громадянське залучення традиційно розглядається як мотивація, інтерес і готовність членів суспільства до громадянської взаємодії, а також їхня безпосередня участь у громадянській діяльності.

Як ресурс соціальної взаємодії, пов'язаний з певною соціальною структурою, соціальний капітал невід'ємний від стосунків між людьми і, на відміну від інших форм капіталу, є спільною власністю суб'єктів взаємодії, а отже, жодний з них не має і не в змозі мати ексклюзивне право на володіння ним [4].

Різні визначення соціального капіталу віддзеркалюють ступінь використання його як ресурсу для загального або індивідуального блага. Р. Патнам, наприклад, вважає соціальний капітал суспільним надбанням, яке сприяє співпраці і підтримці добрих стосунків між членами громади та нації і слугує, таким чином, подоланню соціальних проблем [2]. Як ресурс реалізації індивідуальних потреб та інтересів, соціальний капітал розглядається в контексті мережі соціальних зв'язків, які має індивідуальний актор, і визначається підвищеним власним доступом до інформації, низкою спеціальних умінь та підвищеною владою, які використовуються радше для власної кар'єри, ніж для блага організації або іншої громади.

Основу різних підходів до інтерпретації соціального капіталу складають насамперед праці П. Бурдьє, Дж. Кольмана і Р. Патнама, які містять базові положення щодо концептуалізації цього поняття.

Соціальний капітал, за П. Бурдьє, існує поряд з економічним та культурним капіталом і визначається як сукупність реальних та потенціальних ресурсів, пов'язаних з володінням стабільною мережею більш-менш інституціоналізованих взаємовідносин, що набуваються та підтримуються членством у групі. Група “забезпечує кожного з її членів підтримкою капіталу, яким вони спільно володіють” [5, с. 429]. Обмін забезпечує репродукцію таких груп, оскільки мережі зв'язків не природно дані, а є продуктом індивідуальних та колективних інвестиційних стратегій, свідомо або несвідомо спрямованих на налагодження і репродукцію соціальних зв'язків, які використовуються на короткостроковій або довгостроковій основі. Таким чином, П. Бурдьє надає соціальному капіталові інструментального значення, зосереджуючись на перевагах, які мають ті, що ним володіють, а також на спеціальному структуруванні соціальної реальності створення такого ресурсу [5; 6].

Дж. Кольман підкреслює функціональне значення соціального капіталу і розглядає його як феномен, що складається з певної соціальної структури і підтримує певну діяльність у межах цієї структури. Отже, соціальний капітал – це все, що сприяє індивідуальній або колективній діяльності і визначається мережами та усталеними стосунками, взаємністю, довірою і соціальними нормами. На відміну від інших форм капіталу, які є приватним продуктом, соціальний капітал є суспільним продуктом і невід'ємною рисою структури взаємовідносин між акторами [7].

На думку Дж. Кольмана, соціальний капітал є нейтральним ресурсом, що сприяє вській діяльності, а те, чи підвищується добробут суспільства в результаті цієї діяльності, чи ні, залежить повністю від людей, які його використовують. Дослідник підкреслює, що “певна форма соціального капіталу, що є корисною з погляду сприяння окремим діям, може бути непотрібною або шкідливою для інших” [там само].

Соціальний капітал постає в декількох формах. Перша – *зобов’язання та очікування*, важливим елементом яких є ступінь довіри між учасниками взаємодії. Друга форма соціального капіталу – *потенційна інформація*, яку можна отримати в процесі налагодження та підтримки соціальних зв’язків і використати в спільній або індивідуальній діяльності. Третьою формою є існування дієвих *норм та санкцій*, які, як і інші форми капіталу, сприяють певним видам діяльності та стримують інші. Окремо розглядається соціальний капітал у сім’ї, що стосується взаємовідносин між батьками і дітьми, та соціальний капітал у громаді поза межами сім’ї [7; 8].

Р. Патнам свій підхід до дослідження соціального капіталу вибудовує навколо неотоквіліанського твердження про те, що досвід участі в громадських асоціаціях сприяє подоланню розбіжностей між людьми і кращій співпраці між ними [9]. Досліджуючи питання ефективного врядування, дослідник виявив кореляцію між ефективним врядуванням і громадянським залученням: “добре врядування є супутнім продуктом співочих груп і футбольних клубів” [10, с. 176]. Він запропонував нове визначення соціального капіталу як явища рівня громади і розглядав його як риси соціальної організації, такі як довіра, норми та мережі, які можуть підвищити ефективність функціонування суспільства шляхом фасилітації скоординованих дій [10]. Так само як і Дж. Кольман, Р. Патнам вважає соціальний капітал суспільним благом, що акумулюється в процесі його використання. Він стосується колективної цінності всіх соціальних мереж і диспозицій, спрямованих на досягнення спільних цілей. Соціальний капітал, на переконання дослідника, є ключовим компонентом побудови та підтримки демократії [2]. Базовим компонентом соціального капіталу слід вважати соціальну довіру. На відміну від міжособистісної довіри, її основними джерелами є норми взаємності та мережі громадянського залучення.

Р. Патнам стверджує, що мережі, побудовані на горизонтальних зв’язках, є ключовими для формування соціального капіталу, а от вертикальні зв’язки, незважаючи на ступінь їхньої міцності та вагомості для своїх членів, не можуть підтримувати соціальну довіру і співпрацю [10]. Таке твердження видається досить дискусійним, оскільки багато дослідників соціального капіталу вважають, що вертикальні зв’язки є такими ж важливими джерелами соціального капіталу, як і горизонтальні [11].

Розрізняючи два види соціального капіталу – що пов’язує (bonding) і що з’єднує (bridging) [2], – Р. Патнам, як і інші дослідники, стверджує, що соціальний капітал не завжди позитивно впливає на суспільство (хоча він завжди є цінністю для індивіда або групи). Так, цінними є ті види, що підвищують продуктивність громади та її згуртованість, а ті, що є самообслуговуючими ексклюзивними групами, які ставлять цілі, що заперечують суспільні інтереси, вважаються негативним соціальним капіталом.

Таку думку підтримує і Ф. Фукуяма, зазначаючи, що соціальний капітал як прийняті неформальні норми співпраці між двома і більше індивідами не є очевидним суспільним благом, оскільки групова солідарність часто досягається ціною ворожого ставлення до тих, хто не належить до групи. Дослідник також зауважує, що ділити людей на друзів і ворогів є природною схильністю людини; на цій схильності будується політика [12]. Водночас він підкреслює важливість соціального капіталу для сильної демократії та економічного зростання і наголошує на суворому дотриманні верховенства права та функціонуванні основних політичних інститутів як необхідній умові розвитку соціального капіталу [13].

Не всі прийняті норми, на думку Ф. Фукуяма, є соціальним капіталом. Його складають ті, які стосуються традиційних чеснот, таких як чесність, виконання зобов’язань, надійне виконання обов’язків, взаємність тощо. Вони варіюють від норм взаємності між двома друзями до складних доктрин на кшталт християнства або конфуціанства. Довіра ж, мережі та громадянське суспільство, які асоціюються із соціальним капіталом, є епіфеноменами, що з’являються внаслідок формування соціального капіталу, але не складають його.

На відміну від Дж. Кольмана і Р. Патнама, Ф. Фукуяма не вважає соціальний капітал суспільним благом: оскільки співпраця гіпотетично необхідна всім людям як засіб досягнення їхніх егоїстичних цілей, має сенс твердження, що соціальний капітал виробляється як приватне благо. Як приватне благо він поширюється за межі групи і може мати як позитивний, так і негативний вплив [14]. Прикладом першого може бути положення пуританізму про необхідність поводитися морально з усіма людьми, а не тільки з членами своєї родини. Дія норм співпраці, таким чином, простягається за межі групи, яка сповідує пуританізм. Що ж до негативного впливу, то прикладом його, як уже зазначалося вище, може бути внутрішня єдність групи, яка досягається за рахунок підозрілого та ворожого ставлення до тих, хто до неї не належить. Перешкодити та запобігти такому впливу в суспільстві мають закони.

Ф. Фукуяма звертається до концепції “радіуса довіри”, що окреслює коло людей, на яких поширюються норми взаємодії [14]. Якщо соціальний капітал групи має позитивний вплив поза її межами, радіус довіри може бути більший, ніж сама група. Радіус довіри може бути мен-

шим, ніж група, що часто трапляється у великих організаціях, де норми співпраці стосуються тільки взаємодії керівництва і штатних працівників.

Порівняно із традиційним суспільством, яке часто є сегментним і, відповідно, складається з великої кількості ідентичних, самодостатніх соціальних об'єднань, сучасні суспільства об'єднують велику кількість соціальних груп, що перетинаються, і, як наслідок, в їхніх межах спостерігається множинність членства та ідентичностей. Таке суспільство можна зобразити як серію концентричних та накладених один на одний радіусів довіри (друзів, НДО, релігійних груп тощо), перетин яких створює більш сприятливі умови для обміну інформацією, розвитку інновацій та людських ресурсів [14].

Отже, соціальний капітал розглядається як ресурс людського капіталу, економічного зростання, розвитку нації та громадянського суспільства.

Дж. Нагапіт і С. Гошал пропонують розглядати соціальний капітал у контексті організаційного розвитку та розвитку інтелектуального капіталу і визначають його як суму “актуальних та потенційних ресурсів, закладених в, наявних через та отриманих із мережі взаємозв'язків, якими володіє особистість або соціальна структура” [15, с. 243]. Дослідники виділяють три виміри соціального капіталу – структурний, стосунковий та когнітивний, проте підкреслюють умовність їх виділення і тісний взаємозв'язок між собою.

Структурний вимір соціального капіталу стосується загальних патернів зв'язків між акторами і представлений наявністю або відсутністю мережі зв'язків, їхньою морфологією або конфігурацією, що стосується щільності та ієрархії, та їхню організацією.

Стосунковий вимір описує тип персональних стосунків, вироблений людьми в процесі взаємодії, як, наприклад, повага і дружба, які впливають на їхню поведінку. Саме через ці постійні особистісні взаємозв'язки люди реалізують такі соціальні мотиви, як товариськість, схвалення та престиж. Серед ключових складових цього кластера дослідники називають довіру та надійність (Ф. Фукуяма і Р. Патнам), норми та санкції (Дж. Кольман і Р. Патнам), зобов'язання та очікування (Р. С. Берт, Дж. Кольман, М. С. Грановеттер) та ідентичність й ідентифікація (Х. Гаканссон та І. Снегота і Р. К. Мертон).

Третій вимір соціального капіталу – когнітивний – стосується ресурсів, які забезпечують спільні репрезентації, інтерпретації та систему значень для учасників взаємодії, включаючи спільну мову і коди, спільні смисли та наративи (міфи, оповідання, метафори).

Структурний вимір соціального капіталу під кутом зору завдань соціально-психологічного дослідження можна розглядати як той, що стосується індивідуальних настановлень та готовності людей створювати

слабкі або сильні зв'язки з іншими в межах певної соціальної структури. Стосунковий вимір указує на ставлення, які визначають характер зв'язків між людьми в мережі: довіра один до одного, розуміння і прийняття норм та цілей співпраці, визнання зобов'язань, партнерства та відповідальності. Когнітивний вимір окреслює те спільне розуміння та смисли, які вироблені та використовуються індивідами або групами в інтергруповій або інтрагруповій взаємодії. Відповідно, сам соціальний капітал може трактуватися як система індивідуальних та колективних диспозицій, спрямованих на створення, підтримку та розвиток соціальної взаємодії.

Наведене розуміння соціального капіталу узгоджується з позицією Фундації соціального капіталу (the Social Capital Foundation), у якій наголошується на необхідності розрізняти соціальний капітал як такий і його прояви. Зазвичай соціальний капітал розглядається як мережа зв'язків, якими володіє людина і які вона може використовувати з метою соціальної інтеграції, однак він є швидше диспозиціями, спрямованими на створення, підтримку і розвиток таких мереж, а не самими мережами. Так само проявом соціального капіталу, а не самим капіталом є громадянське залучення. Отже, соціальний капітал трактується як колективна ментальна диспозиція, яка близька до “духу громади” [16].

Що ж до ролі соціального капіталу в активізації громадянської взаємодії, то тут зупинимося на двох підходах. Перший ґрунтується на розумінні соціального капіталу як індивідуального блага, а отже, того, що він є власністю особистості. Другий – на тому, що соціальний капітал як колективне надбання є колективним благом, яке доступне всім громадянам. Серед прихильників обох підходів загалом існує узгодженість щодо позитивної кореляції між рівнем соціального капіталу і громадянським залученням, особливо коли йдеться про його структурний аспект – участь у добровільних організаціях та асоціаціях. З позицій же культурного аспекту – довіри, спільних норм та цінностей тощо – такої однотайності думок немає.

Вивчаючи питання взаємозв'язку соціального капіталу і політичного залучення громадян, Я. У. ван Дет виокремлює декілька можливих чинників негативної кореляції між ними. Дослідник зазначає, що різноманітність і суперечливість соціальних контактів та політична різнобарвність усередині соціальних мереж часто не активізують, а навпаки, спричиняють зниження політичного інтересу та падіння рівня політичної участі їх членів [1]. Він також стверджує, що для свого власника соціальний капітал може мати ті ж самі наслідки, що й інші форми капіталу: він підвищує можливості людини для автономії, а також розширює простір використання цих можливостей. Більш автономний і спритний громадянин, як очікується, більш налаштований покладатися на власні можливості у роз'язанні проблем та подоланні викликів, з якими він стикається. Зрештою, на думку Я. У. ван Дета, у сучасному суспільстві

політика як практична колективна сфера діяльності з колективними результатами стає менш помітною в житті кожної людини. Вона, за висловом Р. Гардіна, стає “політикою маргінальних проблем” і, порівняно з іншими сферами діяльності та їхніми потенційними можливостями, політичне залучення є менш важливим для людини [17, с. 44]. Якщо громадянин володіє відносно вищим рівнем соціальних ресурсів, він може дозволити собі не брати участі в колективних діях.

У межах другого підходу до трактування соціального капіталу як колективного надбання, доступного кожному громадянинуві, вважається, що якщо суспільство характеризується високим рівнем соціального капіталу, то кожний з його членів може користуватися ним незалежно від власного внеску в його створення. У такому випадку соціальний капітал стимулює громадянську взаємодію незалежно від мотивів участі громадян [18]. Однак, аргументують інші дослідники, навіщо раціональному члену суспільства брати участь у громадянській діяльності, якщо в суспільстві існує високий рівень взаємної довіри і члени суспільства поділяють його норми та цінності. Адже в будь-якому випадку потреби та інтереси громадянина будуть взяті до уваги під час ухвалення політичних рішень. За такою логікою соціальний капітал як колективне благо не сприяє підвищенню рівня громадянського залучення, а навпаки, стримує його [19].

Іншим виміром концептуалізації питання взаємозалежності між соціальним капіталом і громадянським залученням є його аналіз на *мікротамакrorівнях*. У підходах мікрорівня розуміння соціального капіталу як індивідуального надбання ґрунтується на положеннях концепції Дж. Кольмана. Залучення особистості до соціальних мереж розглядається як школа демократії, де вона розвиває свої вміння, засвоює норми та цінності взаємодії, результатом чого, на думку більшості вчених, стає активізація її громадянської участі. Макrorівень передбачає аналіз сукупності індивідуальних характеристик – сукупний соціальний капітал, який так само вважається чинником підвищення рівня громадянського залучення.

У концепціях макrorівня трактування соціального капіталу як колективного блага віддзеркалює положення Е. Дюркгайма про детермінування соціальних феноменів та процесів закономірностями соціального розвитку в цілому, що не потребує звернення до особистісного рівня аналізу. Що ж до підходів мікрорівня, то інтерпретація соціального капіталу як колективного надбання детермінована положенням про те, що соціалізація особистості відбувається в загальній ситуації, яка характеризується певним запасом соціального капіталу, й індивідуальна поведінка людини на неї не впливає. У такому випадку можна говорити як про позитивну, так і про негативну кореляцію у взаємодії соціального капіталу і громадянського залучення [1].

Важливим аспектом вивчення проблеми взаємозв'язку соціального капіталу і рівня громадянського залучення в контексті дослідження соціально-психологічних проблем політичної соціалізації молоді є кореляція між структурним і стосунковим аспектами соціального капіталу. Спираючись на результати аналізу емпіричних даних, деякі дослідники відзначають, на відміну від твердження Р. Патнама, відсутність прямого причинно-наслідкового зв'язку між членством у добровільних асоціаціях і рівнем соціальної довіри та прийняттям громадянами норм соціальної взаємодії. Однією з причин вважається інструментальний та управлінський характер такого членства в сучасному суспільстві, яке не впливає на загальний рівень довіри громадян, а також його тісний зв'язок з політичними процесами. Отже, підкреслюється причинно-наслідковий зв'язок радше між політикою і громадянським залученням (а саме добровільними асоціаціями), ніж між громадянським залученням і рівнем довіри в суспільстві, а отже, і розвитком демократичної політичної культури [9; 11].

Висновки. Дослідники не дають однозначної відповіді на питання щодо характеру взаємозв'язку між соціальним капіталом і громадянським залученням. Представлені підходи до концептуалізації цієї проблеми дають підстави стверджувати, що він може служити чинником як підвищення, так і зниження рівня громадянської взаємодії. Однак взаємозв'язок між соціальним капіталом і громадянською взаємодією не повинен розглядатися односторонньо, адже рівень громадянського залучення не тільки залежить від соціального капіталу, а й сам впливає на нього. У цьому контексті особливої уваги набуває питання кореляції між соціальною довірою і громадянським залученням, вивчення якого як чинника політичного научання молоді вимагає виявлення соціально-психологічного змісту різних видів громадянської участі та особливостей дискурсів суб'єктів поля політичної соціалізації в сучасній соціально-політичній ситуації.

Література

1. *Deth J. W. van.* The Proof of the Pudding: Social Capital, Democracy, and Citizenship : modified paper prepared for delivery at the EURESCO Conference "Social Capital: Interdisciplinary Perspectives" [Електронний ресурс] / Jan W. van Deth (Exeter, United Kingdom, 15–20 September 2001). – Режим доступу : http://static.ow.ly/docs/vandeth_53f.pdf.
2. *Putnam R. D.* Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community / Robert D. Putnam. – New York : Touchstone, 2001. – 541 p.
3. *Deth J. W. van.* Social capital and European democracy / Jan W. van Deth, M. Maraffi, K. Newton, and P. F. Whiteley. – London; New York : Routledge, 1999. – 270 p.
4. *Burt R. S.* Structural holes: The social structure of competition / Ronald S. Burt. – Cambridge, MA : Harvard University Press, 1995. – 324 p.

5. *Bourdieu P.* The forms of Capital / Pierre Bourdieu // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / J. G. Richardson (ed.). – Westport, CT : Greenwood Press, 1986. – P. 241–258.
6. *Bourdieu P.* Outline of a Theory of Practice / Pierre Bourdieu; Translated by Richard Nice. – Cambridge, UK : Cambridge University Press, 1977. – 224 p.
7. *Coleman J. S.* Foundations of social theory / James S. Coleman. – Cambridge, AM : Harvard University Press, 1990. – 1024 p.
8. *Coleman J. S.* Social capital in the creation of human capital / James S. Coleman // American Journal of Sociology. – 1988. – Vol. 94. – P. 95–120.
9. *Li Y.* Social Capital and Social Trust in Britain / Yaojun Li, Andrew Pickles and Mike Savage // European Sociological Review. – 2005. – Vol. 21, № 2. – P. 109–123.
10. *Putnam R.* Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy / Robert Putnam. – Princeton, New Jersey : Princeton University Press, 1994. – 258 p.
11. *Knack S.* Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation / Stephen Knack and Philip Keefer // The Quarterly Journal of Economics. – 1997. – Vol. 112. – № 4. – P. 1251–1288.
12. *Fukuyama F.* Trust: The Social Virtues and the creation of Prosperity / Francis Fukuyama. – New York : Free Press, 1996. – 480 p.
13. *Fukuyama F.* Social capital and development: the coming agenda / Francis Fukuyama // SAIS Review. – 2002. – №22 (1). – P. 23–37.
14. *Fukuyama F.* Social Capital and Civil Society: paper prepared for delivery at the IMF Conference on Second Generation Reform [Електронний ресурс] / Francis Fukuyama (The Institute of Public Policy, George Mason University, 1 October 1999). – Режим доступу : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm>.
15. *Nahapiet J.* Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage / Janine Nahapiet, Sumantra Ghoshal // The Academy of Management Review. – 1998. – №23 (2) – P. 242–266.
16. The Social Capital Foundation [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.socialcapital-foundation.org>.
17. *Hardin R.* Do we want trust in government? / Russel Hardin // Democracy and trust / Mark E. Warren (ed.). – Cambridge, Mass : Cambridge University Press, 1999. – P. 22–41.
18. *Newton K.* Trust, Social Capital, Civil Society, and Democracy / Kenneth Newton // International Political Science Review. – 2001. – №22 (2). – P. 201–214.
19. *Baker W.* Social Capital, Double Embeddedness, and Mechanisms of Stability and Change / Wayner Baker, Robert R. Faulkner // American Behavioral Scientist. – 2009. – №52 (11). – P. 1531–1555.

Позняк С. И. Концептуальные основы исследования социального капитала как фактора гражданского участия

Представлены результаты теоретического анализа концептуальных подходов к исследованию социального капитала, очерчены его особенности как предмета социально-психологического исследования. Установлено, что социальный капитал как система индивидуальных и коллективных диспозиций, направленных на создание и развитие социального взаимодействия, может иметь как позитив-

ные, так и негативные последствия для уровня гражданского участия в жизни общества.

Ключевые слова: социальный капитал, гражданское участие, индивидуальное и коллективное благо, диспозиции, общие нормы и смыслы, социальное доверие, взаимность.

Poznyak S. I. Conceptual foundations of studying social capital as a factor of civic involvement

The article presents theoretical analysis results of the conceptual approaches to studying social capital and outlines its specificities as a subject of social and psychological research. It is determined that social capital as a system of individual and collective dispositions to create and develop social interaction may have both positive and negative consequences for the level of civic involvement in society.

Key words: social capital, civic involvement, individual and collective good, dispositions, shared norms and meanings, social trust, reciprocity.

СОДЕРЖАТЕЛЬНАЯ ВАЛИДНОСТЬ ПСИХОСЕМАНТИЧЕСКИХ МЕТОДИК В ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

А. Н. Плющ, г. Киев

Сравниваются показатели использования двух вариантов психосемантической методики, в которых шестнадцать эмпирических индикаторов совпадают, а два – различны. Как и предполагалось, в целом получены фактически идентичные результаты, подтверждающие динамическую природу организации семантического пространства. Вместе с тем было выявлено, что минимальные изменения в наборе индикаторов методики могут привести к воспроизведению иной организации факторной структуры семантического пространства в отдельных группах.

Ключевые слова: психосемантическая методика, индикаторы, семантическое пространство, позиционирование, структура, концепция.

Проблема. Методология классической науки предусматривает оценку происходящих изменений на основе одинаковых критериев с использованием неизменного инструментария [1–3]. Реалии сегодняшнего дня, порождающие “изменяющегося субъекта в изменяющемся мире”, приводят к эпистемологической проблеме, суть которой состоит в том, как неизменяющийся, постоянный инструмент может измерять изменяющуюся личность, улавливать новые смыслы, приобретенные ею. Несовместимость классической методологии и неклассической действительности вызывает необходимость проверки пригодности имеющегося измерительного инструмента изменяющейся, ускользающей реальной действительности.

Цель статьи: изучение стабильности выявляемой структуры семантического пространства с изменением набора индикаторов психосемантической методики.

Соответствие результатов теста тому конструкту, для измерения которого он предназначен, обозначают как комплексную характеристику теста – валидность (*англ.* valid – действительный, пригодный, имеющий силу) [3–5]. Теоретическая обоснованность, или конструктивная валидность, является наиболее сложным и комплексным видом валидности. Она включает в себя и оценку качества диагностической процедуры и содержательную валидность теста, которая является мерой репрезентативности и релевантности элементов измерительного инструмента измеряемому конструкту. Исходя из требований конкретной сферы исследования, для которой разработан измерительный инструмент, и определяется содержательная валидность, которая со временем может изменяться [5; 6]. Поскольку речь идет о теоретической связи (насколько модель, сконструированная на основе полученных данных, реально соотносится с заявленным аспектом), то для проведения исследования можно использовать уже “проверенные” методики. Но, как указывает П. Клайн, в случае, если вам повезло быть новатором, содержательная валидность находится путем долгой экспериментальной и интеллектуальной работы и в каком-то роде остается на совести “создателя” [4].

Как известно, экспериментальная психосемантика использует методологию построения субъективных семантических пространств как операциональных моделей категориальных структур индивидуального и общественного сознания. В ее задачи входит реконструкция индивидуальной системы значений, через призму которой субъект воспринимает окружающий мир, а также изучение ее генезиса, строения и функционирования. Основным методом и одновременно модельной формой репрезентации содержания сознания субъекта в экспериментальной психосемантике является построение субъективных семантических пространств [7]. Это позволяет не только выявить особенности логики позиционирования образов объектов или явлений, но и раскрыть особенности ментальной организации субъектов, оценить когнитивную сложность используемой ими модели.

Психосемантический подход позволяет анализировать образ объекта, рассматриваемый как его модель, с точки зрения функционирования исследуемого объекта в некоем контексте [8]. Конструируемый образ размещается в пространстве, которое, в свою очередь, уже сконструировано субъектом, и его характеристики обусловлены когнитивной сложностью существующей у него системы представлений об этой сфере действительности. Анализируя процесс конструирования субъектом се-

мантического пространства, мы рассматриваем полученный результат с точки зрения его содержания, устройства и принципов организации. Условно говоря, картинка (фильм) демонстрируется на экране (телевизора), который мы собираем и который может быть различного качества (черно-белый – цветной, аналоговый – цифровой, плоский – трехмерный и т. д.). Когда мы говорим о семантическом пространстве, в котором размещаются образы стран, мы подразумеваем: а) его содержание, раскрывающееся в позиционировании образов стран, б) его структуру, представленную соотношением факторов, в) концепцию его организации, выражающую когнитивную сложность пространства (количество измерений и их смысловое наполнение) [9].

Методика субъективного шкалирования как одна из психосемантических методик представляет собой набор признаков, по которым оцениваются некоторые объекты [7]. Отбор эмпирических индикаторов происходит в соответствии с разработанной теоретической моделью. Обычно этот отбор – достаточно субъективный процесс, в связи с тем что достаточно сложно из существующего множества всевозможных признаков выбрать релевантный и репрезентативный набор. Тем более, что с течением времени происходят трансформации смысловой сферы, и привычные нейтральные признаки в отдельные исторические периоды могут приобретать эмоциональную окрашенность и дополнительную коннотацию. Например, в зависимости от политических симпатий респондента во время и после событий “революционного государственного переворота” (цитирую по Д. Лейну [10, с. 21-22]) в нашей стране стимул “оранжевый” вызывал различные реакции. Данное обстоятельство создает необходимость периодического контроля содержательной валидности методик.

Для исследования нами использовалась методика субъективного шкалирования, позволяющая выявить особенности конструирования образов стран. Она была апробирована в различных исследованиях: на студентах различных вузов, на респондентах различных возрастных групп, на студентах различных государств [11–14]. В первоначальном варианте 11 стран (Белоруссия, Германия, Китай, Польша, Россия, Румыния, США, Турция, Украина, Франция, Швейцария) и НАТО оценивались по 18 признакам (образец анкеты приводится в приложении). Были опрошены студенты 2 и 4 курсов психолого-педагогического и исторического факультетов Черниговского национального педагогического университета имени Т. Г. Шевченко – в общей сложности 243 человека обоого пола в возрасте от 19 до 23 лет. Исследование было проведено в феврале-марте 2011 г. В повторном исследовании из 18 признаков были использованы 16, а два признака (“светлая” и “жесткая”) заменили другими – “благополучная” и “рыночная”. Во втором исследовании, проводимом в апреле-мае 2011 г., было опрошено 178 студентов обоого пола того же вуза в воз-

Таблиця 1

Результаты факторного анализа первого исследования

Противники вступления в НАТО (n=33)	Сторонники вступления в НАТО (n=92)	Группа студентов, не определившихся по отношению к вступлению в НАТО (n=118)
89,5% общей дисперсии	88,5% общей дисперсии	94,2% общей дисперсии
<i>Первый фактор</i>		
53,7% общей дисперсии	49,8% общей дисперсии	46,2% общей дисперсии
прогрессивная 0,97 богатая 0,96 конструктивная 0,95 современная 0,93 устойчивая 0,91 созидательная 0,91 индивидуалистичная 0,89 влиятельная 0,86 могущественная 0,85 самоуверенная 0,71	современная 0,97 созидательная 0,97 прогрессивная 0,97 конструктивная 0,95 богатая 0,94 устойчивая 0,85 влиятельная 0,84 могущественная 0,83 справедливая 0,76 индивидуалистичная 0,69	созидательная 0,96 прогрессивная 0,93 справедливая 0,92 устойчивая 0,91 богатая 0,91 конструктивная 0,87 современная 0,81 могущественная 0,77 индивидуалистичная 0,75 влиятельная 0,75
<i>Второй фактор</i>		
35,8% общей дисперсии	38,7% общей дисперсии	37,4% общей дисперсии
на одном полюсе: агрессивная 0,91 конфликтная 0,90 корыстная 0,84 жесткая 0,77 военизированная 0,70 самоуверенная 0,67 на другом полюсе: доброжелательная – 0,92 светлая – 0,82 справедливая – 0,56	на одном полюсе: конфликтная 0,95 агрессивная 0,91 жесткая 0,88 корыстная 0,86 самоуверенная 0,74 военизированная 0,73 индивидуалистичная 0,54 на другом полюсе: доброжелательная –0,97 светлая – 0,78 справедливая – 0,58	на одном полюсе: конфликтная 0,96 агрессивная 0,95 корыстная 0,93 жесткая 0,87 военизированная 0,83 самоуверенная 0,79 влиятельная 0,66 могущественная 0,60 на другом полюсе: доброжелательная –0,61
<i>Третий фактор</i>		
–	–	10,6% общей дисперсии
–	–	Светлая 0,92 Справедливая 0,72

Таблиця 2

Результаты факторного анализа второго исследования

Противники вступления в НАТО (n=32)	Сторонники вступления в НАТО (n=57)	Группа студентов, не определившихся по отношению к вступлению в НАТО (n=89)
90,9% общей дисперсии	90,5% общей дисперсии	87,8% общей дисперсии
<i>Первый фактор</i>		
49,4% общей дисперсии	48,7% общей дисперсии	41,4% общей дисперсии
благополучная 0,97 богатая 0,92 устойчивая 0,90 конструктивная 0,90 справедливая 0,86 прогрессивная 0,85 современная 0,83 индивидуалистичная 0,81 рыночная 0,75 могущественная 0,70 влиятельная 0,64 самоуверенная 0,62 созидательная 0,61	агрессивная 0,96 конфликтная 0,94 самоуверенная 0,86 военизированная 0,86 корыстная 0,85 могущественная 0,85 влиятельная 0,78 богатая 0,77 устойчивая 0,72 прогрессивная 0,69 индивидуалистичная 0,66	конструктивная 0,94 благополучная 0,86 богатая 0,85 современная 0,83 прогрессивная 0,82 могущественная 0,75 влиятельная 0,74 созидательная 0,71 рыночная 0,70 самоуверенная 0,61
<i>Второй фактор</i>		
41,5% общей дисперсии	41,8% общей дисперсии	29,1% общей дисперсии
на одном полюсе: конфликтная 0,96 агрессивная 0,93 корыстная 0,90 военизированная 0,87 влиятельная 0,74 самоуверенная 0,72 созидательная 0,63 на другом полюсе доброжелательная -0,93	доброжелательная 0,89 созидательная 0,88 справедливая 0,88 благополучная 0,84 конструктивная ,077 современная 0,77 рыночная 0,72 индивидуалистичная 0,71 прогрессивная 0,69 устойчивая 0,64 богатая 0,60	конфликтная 0,88 агрессивная 0,81 военизированная 0,81 корыстная 0,78 созидательная 0,61 могущественная 0,60
<i>Третий фактор</i>		
-	-	17,3% общей дисперсии
-	-	доброжелательная 0,87 справедливая 0,84 индивидуалистичная 0,65 устойчивая 0,62

В предыдущих исследованиях было выявлено, что содержание, структура и организация семантического пространства восприятия образов стран имеют динамическую природу [12; 14]. Вес признаков, характеризующих образ страны, и их соотношение постоянно колеблется. Это приводит к тому, что образы стран не имеют постоянной точки дислокации, а дрейфуют в некоторой области семантического пространства. Структура тоже подвижна, количественные значения факторов и величина общей дисперсии варьируют в некоторых пределах. Может изменяться и концепция организации семантического пространства, когда меняется количество факторов и их смысловое наполнение.

Рассмотрим, насколько изменение эмпирических индикаторов измерительного инструмента (двух признаков психосемантической методики, составляющих 11,1% от общего их количества) повлияло на качественную реконструкцию семантического пространства. Для начала отметим, что использование измененного варианта методики не повлияло на факторную структуру, во всех группах она сохранилась прежней. Обычно структуру семантического пространства зрелых субъектов составляют классические осгудовские факторы – сила, активность, оценка, но у субъектов, имеющих субъективное отношение к объекту, и у незрелых субъектов наблюдаются более примитивные формы структуры. Как было выявлено в первом исследовании, у студентов, не определившихся по поводу вступления в НАТО, наблюдается трехфакторная структура, а в группах противников и сторонников НАТО – двухфакторная. Аналогичные результаты были получены и во втором исследовании (см. табл. 2). Вместе с тем по сравнению с первым исследованием в группе сторонников вступления в НАТО произошла рокировка: по своему весу факторы “сила” и “активность” поменялись местами.

Не выявлено и значительных изменений в позиционировании стран в семантическом пространстве. Во всех группах страны занимают примерно те же позиции, и, в общем, сохранена логика их группирования, выделенная на основе применения кластерного анализа. В связи с этим, учитывая, что результаты первого исследования уже опубликованы, мы приводим только результаты второго исследования. У сторонников НАТО (рис. 1) Россия составляет отдельный кластер, занимая негативный полюс фактора “активность”. Это позволяет предположить, что в основе дискурса сторонников вступления в НАТО лежит стремление искать покровительство и защиту от “агрессивной” России под эгидой организации, могущей предоставить эту помощь. Противники НАТО (рис. 2) выделяют группу “агрессивных” стран: НАТО, Россия, США и весь остальной мир, который подразделяется на группы “благополучных и богатых”, “средне-благополучных” стран и “малоблагополучных” стран. В группе студентов,

не определившихся по отношению к вступлению в НАТО (рис. 3), Украина составляет отдельный кластер, занимая самую низкую степень “благополучия”. И проблемы вступления в НАТО, скорее всего, находятся на периферии интересов студентов этой группы.

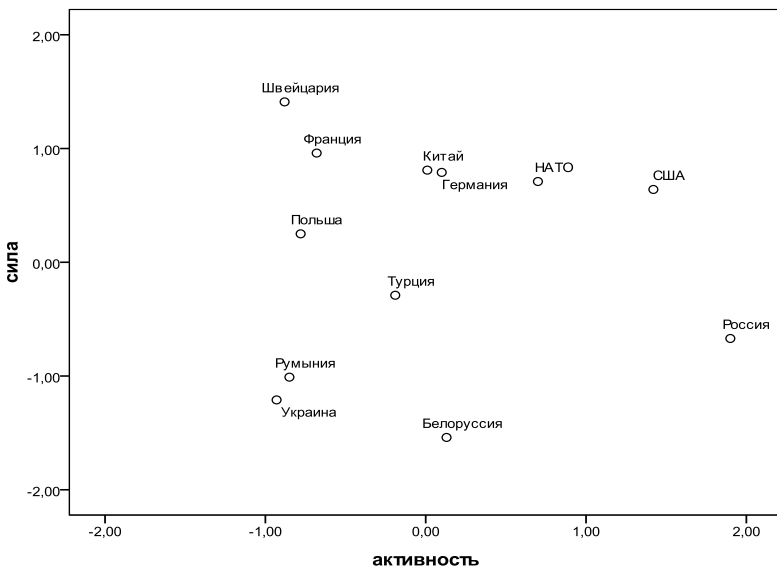


Рис. 1. Семантическое пространство восприятия стран мира сторонниками НАТО (Ф2, Ф1)

Можно отметить, что в целом не поменялись и концепции организации семантического пространства, но смысловое содержание факторов в отдельных случаях было изменено, позволив, на наш взгляд, более точно выразить логику политических предпочтений. Остановимся на этом более подробно. Проследим, вхождением в какие факторы отличались новые признаки от ранее применяемых. В первом исследовании признак “жесткая” располагался на негативном полюсе фактора “активность” во всех трех группах. Признак “светлая” находился на позитивном полюсе этого же фактора в группах сторонников и противников вступления в НАТО и входил в третий фактор в группе студентов, не определившихся по отношению к вступлению в НАТО (см. табл. 1). Во втором исследовании признаки “благополучная” и “рыночная” вошли в фактор “сила” (см. табл. 2) во всех группах. Это привело к более полному описанию образа “сильной” страны, в котором обязательно присутствуют эти признаки.

Следствием отсутствия признака “светлая” стало сворачивание сложности фактора “активность”: будучи двухполюсным во всех группах в первом исследовании, он остался двухполюсным в одной группе противников НАТО, и альтернативный полюс составил только один признак.

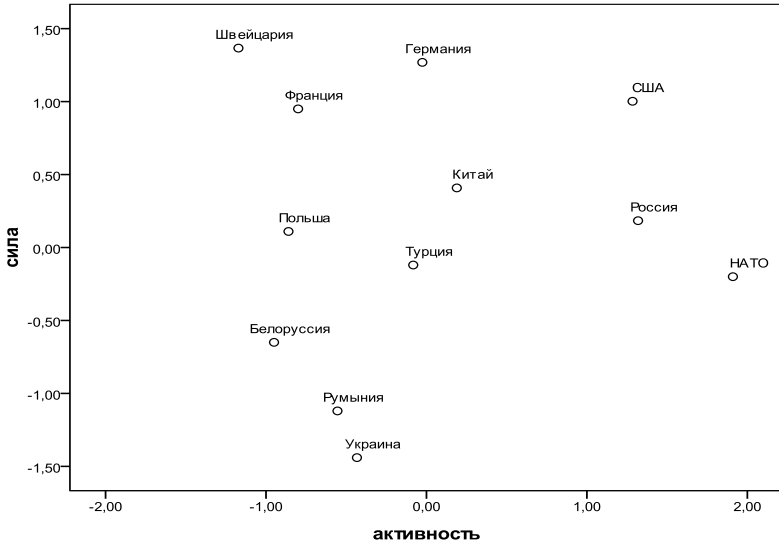


Рис. 2. Семантическое пространство восприятия стран мира противниками НАТО (Ф1, Ф2)

Еще одним следствием появления новых признаков в методике стало то, что в группе сторонников НАТО фактор “активность” стал более значимым, чем фактор “сила”. Также из двухполюсного он превратился в однополюсный, но приобрел условно-негативную окраску в противовес другому фактору. Исходя из того, что признаки “доброжелательная” и “справедливая”, которые в первом исследовании составляли положительный полюс фактора “активность”, а во втором исследовании вошли в фактор “сила” (тем более, на первых ролях), можно сделать вывод, что этот фактор стал носить условно-положительный характер. У студентов этой группы самый значимый фактор “активность” и обуславливает их внешнеполитический выбор, образ России как самой “негативно” активной страны вызывает желание дистанцироваться от нее вместе с “благополучными” странами, выделенными уже на основе второго фактора (рис. 1).

Вполне аргументированным выглядит утверждение, что группирование стран по наиболее значимому фактору позволяет выделить основ-

ной критерий восприятия образов стран, что во многом определяет отношение к ним. У сторонников НАТО образ отдельно стоящей “агрессивной” России определяет их внешнеполитический выбор по принципу “от противного”. В группе студентов, не определившихся к вступлению в НАТО, образ “слабой” Украины, далекой от образа “благополучной” и “богатой” страны, отодвигает проблемы вхождения в военно-политический блок на второй план. У противников НАТО отсутствие ярко выраженных кластеров по наиболее значимому фактору предполагает комплексный анализ двух выделенных факторов.

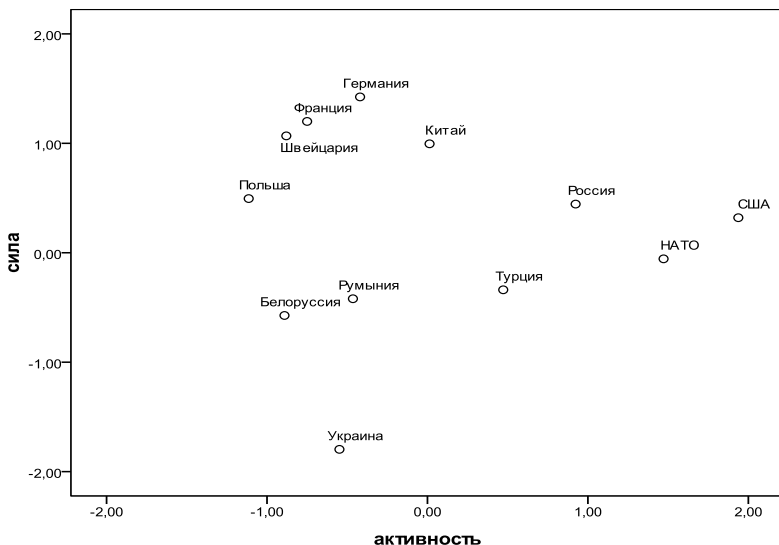


Рис. 3. Семантическое пространство восприятия стран мира студентами, не определившимися относительно вступления Украины в НАТО (Ф1, Ф2)

Анализ совместного применения двух подобных методик позволяет обратить внимание на некоторые моменты, которые не так заметны при анализе использования только одной методики. Как мы уже отмечали, классическая осгудовская трехмерная структура семантического пространства восприятия образов стран может не всегда разворачиваться в полном объеме, оставаясь в урезанном виде. В таком случае оценочная функция имплицитно закладывается в структуру. Если в первом исследовании первый фактор был однополюсным, то есть носил нейтральный характер, то второй – был двухполюсным, то есть выражал “оценку” в

неявном виде. И можно было наблюдать, как в группе студентов, не определившихся со своим внешнеполитическим выбором, из одного полюса второго фактора отпочковывался третий фактор, который по сравнению с другими факторами содержал мало признаков. Во втором исследовании был выделен другой способ форматирования двухмерного пространства, когда один фактор (в данном случае “сила”) содержал признаки, несущие “положительную” коннотацию. То есть этот фактор становился условно-положительным, что приводило к тому, что другой фактор автоматически приобретал негативную окраску.

Подводя промежуточные итоги, отметим, что применение двух различных вариантов психосемантической методики в целом привело к сходным результатам. В обоих исследованиях в каждой из трех групп были выделены аналогичные семантические структуры восприятия образов стран, а также наблюдались подобные картинки позиционирования стран, что позволило сделать выводы по поводу одного и того же типа дискурса, присущего каждой группе. Вместе с тем в отдельных группах, имеющих в виду сторонники НАТО, незначительные перемены в наборе признаков привели к другим способам структурирования признаков, что в общих случаях может приводить к изменениям концепции организации семантического пространства. То есть использование психосемантических методик предполагает обоснованный отбор набора признаков, которые должны быть релевантными природе изучаемых объектов и надлежащим образом ее репрезентовать.

Выводы. Повторное исследование с применением видоизмененной психосемантической методики позволило подтвердить выводы предыдущего исследования. Отношение к объекту (в данном случае к НАТО), выраженное в политических убеждениях, обусловлено не только позиционированием объекта, но и типом дискурса, проявляющегося в различных концепциях конструирования семантического пространства. Также подтвердилась динамическая природа организации семантического пространства: с течением времени происходят постоянные вариации его содержания, структуры, концепции.

Выявлена чувствительность к набору индикаторов психосемантических методик, малейшие изменения которых в отдельных исследованных группах могут приводить к значительным изменениям в организации факторной структуры семантического пространства. Содержательная валидность психосемантических методик предполагает постоянную проверку корректности набора индикаторов природе измеряемого конструкта. Другими словами, нет универсальных психосемантических методик, годящихся на все случаи жизни. Они должны разрабатываться для конкретной сферы исследования и проходить апробацию на различных выборах.

Еще больше требований предъявляется к качеству используемого измерительного инструмента и теоретической обоснованности модели явления.

Литература

1. *Татенко В. О.* Соціальна психологія впливу / В. О. Татенко – К. : Міленіум, 2008. – 216 с.
2. *Бурлачук Л. Ф.* Психодіагностика / Л. Ф. Бурлачук. – СПб. : Питер, 2003. – 351 с.
3. *Дружинин В. Н.* Экспериментальная психология : учеб. для вузов / В. Н. Дружинин. – 2-е изд., доп. – СПб. : Питер, 2003. – 319 с.
4. *Клайн П.* Справочное руководство по конструированию тестов / П. Клайн – К. : Пан-Лтд, 1994. – 288 с.
5. *Лучинин А. С.* Психодіагностика. Конспект лекцій / А. С. Лучинин. – М. : Эксмо, 2008. – 160 с.
6. *Никитина Т.* Теоретическая и эмпирическая интерпретация и операционализация понятия “валидность” / Т. Никитина // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2009. – № 2. – С. 113–130.
7. *Петренко В. Ф.* Основы психосемантики / В. Ф. Петренко – М. ; СПб. : Питер, 2005. – 480 с.
8. *Петренко В. Ф.* Психосемантика ментальности: коммуникативный аспект / В. Ф. Петренко // Проблемы медиапсихологии : материалы конф., г. Москва, МГУ, 2001 г. – М., 2002. – С. 19–30.
9. *Плющ А. Н.* Конструирование образа социального проекта / А. Н. Плющ // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей. – К., 2011. – Вип. 28 (31). – С. 287–297.
10. *Лейн Д.* “Цветная революция” как политический феномен / Д. Лейн // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2010. – № 1. – С. 16–39.
11. *Басманова Н. И.* Образы стран в представлении современного студенчества / Н. И. Басманова, Н. И. Васина, Т. И. Красикова // Человеческий капитал. – 2011. – № 4 (№40). – С. 142–144.
12. *Лісневська А. О.* Контекстуальний інформаційний вплив / А. О. Лісневська // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К., 2011. – Вип. 11. – С. 225–234.
13. *Лісневська А. О.* Образи країн у свідомості представників різних вікових груп / А. О. Лісневська // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – Чернігів, 2011. – Т.1. – Вип.94 – С. 257–263.
14. *Плющ А. Н.* Технологии конструирования позитивного образа политических субъектов / А. Н. Плющ // Вісник Чернігівського національного педагогічного університету. – Чернігів, 2011. – Т. 2. – Вип. 94 – С. 83–90.

Плющ О. М. Змістовна валідність психосемантичних методик у політичній психології

Порівнюються показники використання двох варіантів психосемантичної методики, в яких шістнадцять емпіричних індикаторів збігаються, а два – відрізняються. Як і передбачалося, у цілому отримано фактично ідентичні результати, що підтверджують динамічну природу організації семантичного простору. Разом з тим було виявлено, що мінімальні зміни в наборі індикаторів методики можуть

привести до відтворення іншої організації факторної структури семантичного простору в окремих групах.

Ключові слова: психосемантична методика, індикатори, семантичний простір, позиціонування, структура, концепція.

Plushch O. M. Content validity of psychosemantic methods in political psychology

The paper compares the performance of two variants of psychosemantic technique where sixteen empirical indicators are the same and two are different. As it was expected, almost identical results were obtained, that confirms the dynamic nature of the semantic space organization. However, it was found that the minimal change in the set of indicators may lead to a different organization of the factor structure of semantic space in separate groups.

Key words: psychosemantic methods, indicators, semantic space, positioning, structure, concept.

**ОБРАЗ СУСПІЛЬНОЇ ІННОВАЦІЇ: У ПОШУКАХ
УНІВЕРСАЛЬНИХ СМИСЛОВИХ ВИМІРІВ**

П. Д. Фролов, м. Київ

Виокремлено ряд універсальних відносно незалежних смислових вимірів образу суспільних інновацій; вони можуть бути використані як напрями обговорення інновацій у рамках технології збагачення громадської думки, а також для розроблення методичного інструментарію, призначеного для оцінювання образів інновацій. Зазначені виміри можуть також розглядатися як можливі змістові напрями формування образу суспільних реформ. Отримані результати прислужаться фахівцям із політичної та соціальної психології, маркетингових досліджень, реклами та ПР, журналістам та освітянам.

Ключові слова: суспільні інновації, образ реформ, соціально-психологічні технології, збагачена громадська думка, формування громадської думки.

Невпинне зростання кількості та ролі інновацій у нашому житті породжує й чимало *проблем*. Далеко не всі запропоновані та запроваджувані інновації користуються належною підтримкою. Чимало з них викликають спротив, породжують різноманітні конфлікти. Несприйняття з боку суспільства в цілому або окремих його прошарків можуть викликати як технічні, так і суспільні, а також освітні інновації. І тоді ми чуємо про несприйняття населенням курсу економічних реформ, про неготовність громадської думки до запровадження, скажімо, 12-річної освіти тощо. Не менш гострі проблеми можуть виникати у разі упровадження різноманітних інновацій і на рівні окремих виробничих чи освітніх колективів. У

будь-якому із цих випадків перед нами постає одвічне запитання: що робити? Одна з можливих відповідей на нього полягає, по суті, в ігноруванні думки суспільства, громади, колективу. При цьому зазвичай ініціатори інновацій виправдовують свою позицію тим, що, приймаючи рішення, треба спиратися не на думку необізнаної більшості, а на думку фахівців. Наслідки того, коли залізною рукою людей заганяли до світлого майбутнього, усім нам відомі із власної історії. Альтернативні варіанти передбачають підготовку людей до сприйняття тої чи тої інновації, творення належного її образу, вироблення консесусного її бачення. Розуміння того, що успішність упровадження суспільних інновацій значною мірою залежить від того, як вони сприймаються громадянами, робить актуальним як вивчення громадської думки щодо запроваджуваних реформ (як різновиду керованих інновацій), так і розроблення технологій управління їхніми образами.

Мета статті: пошук деяких універсальних смислових вимірів образу інновацій. Припускаємо, що попри предметну специфічність кожної окремої суспільної інновації мають існувати деякі загальні параметри їхньої оцінки.

Сьогодні питаннями підтримки впровадження інновацій опікуються переважно фахівці з маркетингу та інноваційного менеджменту [1; 2]. Психологи, власне, тільки починають долучатися до дослідження цієї проблеми [3; 4, с. 45–56]. А література, присвячена питанням формування образу інновацій, поки що представлена здебільшого поодинокими статтями [5, с. 197–198; 6, с. 123–133; 7]. Дослідження уявлень громадян щодо інновацій, інноваційної політики, а також їхнього ставлення до інновацій як таких поки що також є досить нечисленні.

Проблеми формування образу суспільних інновацій обговорюються як урядовцями, так і широким колом фахівців (серед яких є і вчені, і практики), а також пересічними громадянами. Ці обговорення часто набувають форми палких дискусій і ведуться у багатьох площинах.

На думку очільника українського уряду М. Азарова, першочерговим завданням міністрів у 2012 р. має стати роз'яснення пересічним громадянам суті реформ команди Президента В. Януковича: “Люди мають розуміти, в чому полягає їхня особиста вигода від реформ, і тут ситуація невтішна. Рішучі висновки ми повинні зробити вже зараз. Сьогодні понад 50% громадян не розуміють суті реформи у сфері освіти та медицини. 65% нічого не знають про реформи у сфері трудових відносин і ЖКГ. Це шокуючі цифри. Як люди можуть повірити в реформи, якщо вони не знають, що в результаті буде з ними і з їхніми дітьми? Природно, вони можуть припускати різне”, – наголосив прем'єр-міністр на одному з урядових засідань [8].

Погана обізнаність щодо суті впроваджуваних суспільних інновацій є проблемою не тільки для чиновників, а й для науковців, які досліджують громадську думку щодо реформ, адже зрозуміти, що саме відображають відповіді опитаних – реакцію, власне, на інновацію чи на щось, що уявляється респондентом замість неї, вдається не завжди. Дослідники, які вивчають психологічні особливості сприймання інновацій, звертають увагу на труднощі формування їх адекватного образу і неминучість різноманітних викривлень. Ці викривлення можуть бути спричинені дефіцитом інформації про інновацію, прагненням вибудувати її образ, спираючись на вже наявний досвід, тощо. Зазначається, що важливим чинником формування образу суспільних інновацій є очікування громадян, а також ставлення до авторів реформ і тих, хто втілює їх на місцях.

Проблема співвідношення сутності суспільних реформ і їхнього демонстрованого образу турбує не тільки науковців. Зокрема, радикально налаштовані противники чинної влади піддають сумніву саму необхідність завдання формування образу, оскільки їм видається (часто цілком обгрунтовано), що творення позитивного образу інновації має на меті приховати відсутність реальних змін [9].

Як бачимо, дослідження образу інновації на підготовчому етапі, коли її впровадження лише планується або тільки-но розпочинається, стикається із серйозними труднощами. Традиційні технології зондування громадської думки на цьому етапі малоефективні через брак або дефіцит інформації про інновацію в респондентів. Через це важко сказати, якою мірою їхні відповіді відображають уявлення саме про інновацію, а якою є “реакцією олівця на запитання анкети”. Відтак існує об’єктивна потреба в нових методичних інструментах і технологіях вивчення громадської думки щодо інновацій.

Одним з таких інструментів є технологія збагачення громадської думки, запропонована американським соціологом Дж. Фішкіним. Ця технологія виявляє громадську думку, яка склалася б, якби населення було максимально та всебічно поінформоване про певну інновацію й формувало б своє ставлення до неї в процесі її обговорення з фахівцями і представниками різних груп населення. Ця технологія дає можливість також зрозуміти, як саме відбуватиметься становлення образу інновації за умови належним чином організованого інформування, діалогу між ініціаторами змін і громадськістю.

Суть цієї технології досить детально описано в низці відповідних публікацій [10–14]. Для фахівців із формування громадської думки ця технологія становить інтерес ще й тому, що образ суспільної інновації не є дзеркальним відображенням ані її реальної сутності, ані того її образу, що транслюється ЗМК або ж твориться під час міжособового спілкування.

Образ інновації, який складається в громадській думці, являє собою результат конструювання, що постає під час обговорень. Вважається, що обговорення сприяє “збагаченню” громадської думки, а в ідеалі – і виробленню певного консенсусного бачення. Таке розуміння сутності формування образу інновації не заперечує модель “індоктринації”, або просвітництва, яка передбачає “трансляцію” образу інновації, виробленого її авторами, та його “засвоєння” цільовими аудиторіями, його “вкорінення” у свідомість реципієнтів, а доповнює її. На думку Я. Е. Голосовкер, ідеться про творчу здатність до емоційного передбачення подій та явищ дійсності, емоційної уяви як основи творення смислообразу інновації. Смислообраз є не просто перехідною формою від уявлення до поняття, він являє собою свого роду вихідну метафору, яка в подальшому піддається розшифровці. Для розробників технологій формування образу інновацій ідея збагачення має виняткове значення, адже, як уже зазначалося, спочатку громадської думки щодо них або взагалі не існує, або вона є несформованою, незрілою.

На сьогодні технологія збагачення громадської думки являє собою передусім дослідницький інструментарій, у якому чи не найдискусійнішим елементом є власне етап збагачення. Зокрема, незрозуміло, за яких умов збагачення відбувається, а за яких ні; що слід вважати критеріями збагачення; чи можна виокремити певні універсальні напрями, за якими має відбуватися збагачення думки щодо будь-яких суспільних інновацій, і якщо так, то за якими саме, тощо. Виокремлення таких напрямів, на нашу думку, має прикладне значення, оскільки допомагає визначити напрям інформаційної роботи, полегшує зіставлення образів різних інновацій тощо.

На нашу думку, збагачення може відбуватися як під час стихійних, так і спеціально організованих обговорень, у яких мають змогу брати участь як прихильники, так і противники інновації. До числа умов продуктивності таких обговорень, зокрема, належать наявність суспільного інтересу до проблеми, що перебуває у їхньому фокусі, а також певна розмаїтість оцінок, думок, рольових позицій. Обов'язковою умовою збагачення, за Дж. Фішкіним, є також участь у дискусіях фахівців з обговорюваної проблеми. Необхідність їхньої участі не обґрунтовується, але неявно припускається, що саме завдяки їхнім роз'ясненням так звана сира громадська думка перетворюється на зрілу, збагачену. Підстави для такого припущення, що виконує роль аксіоми, видаються самоочевидними, адже на відміну від інших учасників обговорення фахівці (експерти) краще за інших обізнані з пропонованою інновацією. При цьому може виникати враження, що суть “збагачення” зводиться лише до передачі деякого “правильного” знання про інновацію до необізнаних або недостатньо обізнаних учасників обговорення чи тих, у кого склалося “викривлене” уяв-

лення про неї. Звичайно, такий підхід до розуміння та втілення ідеї “збагачення” не виключається. Проте він не є правильним з кількох причин. По-перше, до обговорення, як правило, залучаються експерти різних професій, завдяки чому об’єкт, створений у межах однієї професійної діяльності, оцінюється з погляду іншої професійної позиції. По-друге, пересічних громадян-учасників дискусії також можна і слід розглядати як експертів, оскільки тою чи тою мірою вони відчувають (чи будуть відчувати) прямі та опосередковані наслідки впровадження інновації. Таку експертизу визначають як суспільну або споживачську. Світовий досвід застосування цього типу експертизи щодо великих соціальних та економічних проєктів на сьогодні налічує не один десяток років.

Що ж відбувається під час обговорення інновації? За рахунок чого відбувається “збагачення” уявлень про неї? За якими напрямками воно відбувається? Чи можна виокремити серед них якісь універсальні і використати їх для підвищення ефективності технології збагачення, її подальшого вдосконалення, а також для розроблення методичного інструментарію, призначеного для оцінювання образів інновацій?

На нашу думку, розмаїтість думок щодо інновації, погляд на неї з різних позицій, різноманітні аспекти її аналізу дають можливість розширити смислові виміри образу обговорюваної інновації, збагатити його. Проте збагачення не може бути зведене лише до підвищення когнітивної, складності. Окрім когнітивної, збагачення має й не менш важливу емоційну складову. Вона полягає в розширенні спектра емоційних реакцій, що пов’язуються з інновацією, очікуваними наслідками її впровадження тощо. Уявлення про інновацію “сплавляються” і набувають відповідної спрямованості, значення і смислів через найрізноманітніші людські емоції – страх, подив, сподівання, надії, радість, розчарування, захоплення, огиду, благоговіння тощо. Під час обговорення завдяки творчому емоційному співчуванню та сприянню іншим стеничні й астенічні, альтруїстичні й егоїстичні, практичні і гностичні, моральні й естетичні емоції поєднуються з “видимим полем” у формі почуттєво-наочних і/або понятійних образів, породжуючи вихідне утворення подальшого розвитку образу інновації – систему її смислообразів. Обговорення сприяють взаємодії смислообразів, пульсуванню, розширенню смислів, актуалізації особистісних, надособистісних, екзистенційних смислів, їх перетіканню, розривам та розширенню. Предметом нашого подальшого аналізу відтак буде переважно когнітивна складова.

Попри те, що під час обговорення тої чи тої суспільної інновації в центрі уваги перебувають її специфічні особливості, можна виокремити й деякі спільні, наскрізні теми, які кожного разу наповнюються новим, предметно-специфічним змістом. Існування таких тем свідчить про наявність певних універсальних смислових вимірів сприймання інновацій.

Ці виміри не є сталими, раз і назавжди визначеними. Їх кількість та суб'єктивна значущість, пріоритетність можуть змінюватися, пульсувати. Не претендуючи на всеосяжність, спробуємо окреслити основні з них.

Актуальність, потрібність, своєчасність. Значущість суспільної інновації з погляду можливості вирішення нагальних проблем сьогодення є однією з найважливіших її оцінок у часовому вимірі. Реформатори, пропонуючи змінити ті чи ті форми суспільного життя, нерідко стикаються з тим, що пропонувані ними інновації обговорюються саме в площині актуальності-неактуальності. Скажімо, уже протягом багатьох років тривають палкі дискусії з приводу актуальності розвитку фермерства. Його прихильники вважають, що майбутнє саме за фермерськими господарствами. На думку противників – це шлях в нікуди, вони вважають актуальним розвиток крупнотоварного виробництва.

Суспільні інновації можуть оцінюватися як потрібні, але несвоєчасні. У таких випадках говорять, наприклад, про те, що реформи треба було розпочинати раніше, що реформатори спізнилися. До таких *запізнілих* реформ в Україні зазвичай відносять пенсійну реформу, реформу системи охорони здоров'я, ЖКГ тощо [15; 16]. Інший варіант – оцінка реформи як *передчасної*. У цьому випадку зазвичай наголошують на необхідності “визрівання” відповідних умов, проведення відповідної підготовчої роботи тощо.

Оцінювання інновації в часових координатах може здійснюватися не тільки з позицій її відповідності проблемам сьогодення, а й з позицій завтрашнього дня. У цьому разі йдеться про **перспективність** пропонувананих чи здійснюваних суспільних інновацій.

Часовий вимір оцінки інновацій є надзвичайно важливим не тільки з погляду формування її образу, а й вибору між наздоганяльним і випереджальним шляхами інноваційного розвитку. У тому разі, коли реформатори надають перевагу вичікувальній стратегії, вимагаючи наявності усіх необхідних та достатніх умов запровадження інновацій, існує велика ймовірність опинитися на шляху суспільного розвитку, який визначають як “наздоганяльний”. Вибір випереджального шляху пов'язаний із значно більшими ризиками, невизначеностями, небезпеками і більшою мірою зумовлений орієнтацією реформаторів на майбутнє.

Важливою умовою ефективного реформування є **зрозумілість** реформ як для тих, хто має їх реалізувати, так і для суспільства в цілому. Зазвичай у центрі уваги опиняються смислові розриви між елітою і широкими масами. На значущість цього виміру суспільних інновацій вказує існування глобальних дослідницьких проектів на кшталт проекту “Розуміння реформ”, що виконувався Глобальною дослідницькою мережею (GDN) [17]. На жаль, сьогодні найчастіше говорять про нерозуміння уря-

дових реформ. Ось лише деякі заголовки повідомлень, поширюваних ЗМК: “Освітні трансформації в Україні без розуміння реформ?”; “Тігіпко вважає, що Україна повинна потихеньку зрозуміти реформи” [18; 19]. Незрозумілість реформ, на думку деяких експертів, провокує серед громадян якщо не панічні, то принаймні песимістичні настрої [20]. Досить часто в повідомленнях ЗМК ідеться про викривлене розуміння пропонованих інновацій. Так, наприклад, більшість пересічних українців суть реформування ЖКГ вбачають виключно у підвищенні тарифів. Правда, є надія, що “2012 принесе українцям розуміння реформ” [21].

Одним із найбільш обговорюваних аспектів того, що мають розуміти про інновації їхні ініціатори та пересічні громадяни, є *наслідки* впровадження цих інновацій. Найчастіше йдеться про прямі наслідки, дещо рідше – про непрямі та віддалені. Наслідки реалізації суспільних реформ оцінюються також під кутом зору їхньої очікуваності, прогнозованості, продуктивності, безпечності тощо. Важливими з погляду формування образу інновації є суспільно очікувані наслідки реформ, адже вони можуть бути не тільки реалістичними, а й завищеними і упереджено негативними.

Зрозумілість значною мірою забезпечується доступністю інформації, простотою її викладу, проте це далеко не єдиний чинник. Крім цього, важливе значення, зокрема, має *рівень особистої залученості* до інноваційних процесів.

Іншим аспектом обговорень, який дає змогу зрозуміти сутність пропонованих суспільних інновацій, є *шляхи та конкретні механізми і способи їх утілення*. Дискусії ведуть з приводу пріоритетності тих чи тих пропонованих шляхів, доцільності запозичення чужого досвіду, пошуку власних “рецептів”, вияву власної ініціативи, необхідності врахування вітчизняних реалій, забезпеченості належними ресурсами, можливості реалізації в конкретних умовах тощо. Результатом таких дискусій стає утворення таких смислових вимірів образу інновації, як *продуманість, реалістичність, ефективність, результативність*.

Не менш важливим виміром образу суспільної інновації, який постає під час обговорення шляхів та способів її впровадження, є відповідь на запитання про те, буде її практична реалізація *насиленою чи ні*. Цей вимір інтегрує в собі чимало інших оцінок – *відповідність інновації потребам людей, рівень її громадської підтримки, ступінь популярності, обов’язковість використання* тощо. Власне, усі вони є своєрідними індикаторами дії більш глибокого фактору, пов’язаного із розумінням, що неявно нав’язується самим терміном “упровадження”. Останній передбачає наявність певної перешкоди, подолання якої потребує відповідних зусиль. Таке розуміння є природним для суб’єкт-об’єктної парадигми мислення. Воно передбачає явний чи неявний певного ступеня сили опір

суспільного середовища. Народ при цьому розглядається як об'єкт “для здійснення над ним усіляких реформ, а не як їх суб'єкт і творець” [22]. Але спроба реалізації суспільних інновацій за відомою формулою “для народу, але без народу” чи, ще гірше, “не для народу і без народу” спричинює відчуженість людей від реформ, яка може виявлятися не тільки в активному спротиві, актах саботажу, а й у цілковитому нерозумінні нав'язуваних реформ через небажання розбиратися в їхній суті. Усвідомлення ступеня *своєї залученості чи свого відчуження* щодо запровадження суспільної інновації людина зазвичай усвідомлює у формі оцінного судження “*стосується мене особисто чи ні*”.

Відносно незалежним смисловим виміром образу суспільної інновації є її *масштаб*. Діапазон оцінок цього виміру варіює від нанореформ [23] до реформ глобальних, усеохопних тощо. Розміри останніх самоочевидні і пояснень не потребують. Коли ж ідеться про нанореформи, то мається на увазі, що процес триває, а результати непомітні. Чому? Тому що вони дуже маленькі – у наноформаті. Вплив масштабу на рівень привабливості образу реформ не є однозначним. З одного боку, громадяни, незадоволені наявною соціально-економічною ситуацією, прагнуть масштабних і радикальних змін. З другого – не люблять, коли докорінно змінюються звичні правила гри. Часто умовою успішності масштабних суспільних інновацій є їх орієнтація на деяку глобальну цінність. По суті, ідеться про ще один вимір образу суспільної інновації – морально-етичний, ціннісний.

Морально-етичний вимір образу суспільних реформ виявляє себе в оцінках її як справедливої-несправедливої, моральної-аморальної, гуманної-антигуманної тощо [25; 26]. Цей вимір образу реформ не завжди є проявленим, проте надзвичайно важливий. Ще у XIX ст. англійський письменник-філософ Томас Карлейль наголошував: “Будь-яка реформа, крім моральної, – марна”.

Суперечки з приводу справедливості суспільних реформ між владою та опозицією є традиційними. Опозиція звинувачує владу у проведенні антинародних, нелюдських реформ, влада ж виправдовується і називає свої реформи справедливими. Проте навіть поверховий, зроблений “на око” аналіз повідомлень ЗМК свідчить, що оцінки реформ як несправедливих, антинародних, нелюдських звучать усе частіше. Влада ж воліє говорити про реформи, які мають на меті прозрічне покращання життя.

Наприкінці варто назвати ще один вимір образу суспільної інновації, про який побіжно було згадано на початку статті. Своєю проявленістю цей вимір зобов'язаний посиленню тенденції до симулякризації дійсності. Ідеться про намагання розрізнити образ-імітацію і образ-відображення. У

першому випадку за образом криються удавані, суто віртуальні реформи, псевдореформи, їх імітація, у другому – реформи реальні [24 – 28].

Неважко помітити, що всі вищезгадані виміри тою чи тою мірою містять емоційно-оцінну складову, яку можна розглядати і як окремий вимір образу інновації – *ступінь її привабливості і довіри до неї*.

Усі описані нами виміри образу суспільних інновацій є взаємопов'язаними, а відтак здатні “перетікати” один у другий. Суб'єктивна значущість цих вимірів не є однаковою, раз і назавжди визначеною, а наведений тут перелік – сталим.

Висновки. Попри предметну специфічність кожної окремої суспільної інновації можна виокремити деякі загальні параметри їхньої оцінки. Такими універсальними відносно незалежними смисловими вимірами образу суспільних інновацій, що їх задають, можуть, зокрема, виступати часові, емоційні, морально-етичні, когнітивні, праксеологічні та ряд інших параметрів, сутність яких розкривається через низку таких характеристик, як “своєчасна”, “запізніла”, “передчасна”, “перспективна”, “приваблива”, “моральна”, “справедлива”, “зрозуміла”, “масштабна”, “удавана” тощо. Виокремлені смислові виміри слугують своєрідними координатами семантичного простору, в якому творять образ суспільних реформ вітчизняні ЗМК. Вони також можуть слугувати напрямами обговорення інновацій в рамках технології збагачення громадської думки, а також використовуватися для розроблення методичного інструментарію, призначеного для оцінювання образів інновацій. Оскільки смислові виміри є взаємопов'язаними, здатними “перетікати” один у другий, а їхня суб'єктивна значущість не є сталою, їх реконструкція в кожному окремому випадку має здійснюватися із застосуванням психосемантичних методів і контент-аналізу.

Література

1. Инновационный менеджмент : учебник / под ред. С. Д. Ильенковой. – М. : Юнити, 1997. – 311 с.
2. Маркетинг і менеджмент інновацій : наук. журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/texts.html.
3. Яголковский С. Р. Психология креативности и инноваций : учеб. пособие / С. Р. Яголковский. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. – 157 с.
4. Яголковский С. Р. Инновационность как предмет психологического исследования / С. Р. Яголковский // Психология : журнал Высшей школы экономики. – 2007. – Т. 4. – № 2. – С. 45–56.
5. Балущкина Е. Б. Влияние личностных особенностей на восприятие инноваций // Е. Б. Балущкина, С. А. Стельмах / Научное творчество молодежи : проблемы и перспективы развития : тез. докл. – М., 2002. – С. 197–198.

6. *Приходченко О. А.* Инновационный продукт: особенности его восприятия потребителем / О. А. Приходченко // ЭКО : всерос. экон. журнал. – 2007. – № 2. – С. 123–133.
7. *Приходченко О. А.* Психологические особенности восприятия инновационного продукта потребителем [Электронный ресурс] / О. А. Приходченко. – Режим доступа : <http://cae.nsu.ru/files/articles/Prihodchenko>.
8. Украинцы не понимают личной выгоды от реформ, – удивлен Азаров [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://news.eizvestia.com/news_economy/full/ukraincy-ne-ponimayut-lichnoj-vygody-ot-reform-%E2%80%93-udivlen-azarov.
9. *Большаков И.* Невечный двигатель. Власть использует миф о модернизации для поддержания легитимности [Электронный ресурс] / И. Большаков – Режим доступа : <http://www.kasparov.ru/material.php?id=4D41230A5F3AF>.
10. *Докторов Б. З.* Обогащенное общественное мнение [Электронный ресурс] / Б. З. Докторов – Режим доступа : <http://www.polit.ru/article/2007/12/04/doktorov/>.
11. *Докторов Б. З.* Обогащенное общественное мнение : Понятие. Социальная практика. Опыт изучения [Электронный ресурс] / Б. З. Докторов. – Режим доступа : http://www.pseudology.org/Gallup/Enriched_PO.htm.
12. *Докторов Б. З.* Обогащенное общественное мнение: понятие, социальная практика, опыт изучения / Б. З. Докторов // Мониторинг общественного мнения. – 2004. – № 3. – С. 58–70.
13. *Fishkin J.* Deliberative Polling: Toward a Better-Informed Democracy [Электронный ресурс] / J. Fishkin. – Режим доступа : <http://cdd.stanford.edu/polls/docs/summary/>
14. *Fishkin J.* The Voice of the People. Public Opinion and Democracy / J. Fishkin. – New Haven : Yale University Press, 1995. – 79 p.
15. *Залецька І.* Запізнала реформа [Електронний ресурс] / І. Залецька // Львівська пошта. – 2010 – № 126 (1010). – Режим доступу : <http://www.lvivpost.net/content/view/8621/408/>.
16. *Панченко Л.* Пенсионная реформа как запоздалая общественно-экономическая необходимость [Электронный ресурс] / Л. Панченко // Провинция : онлайн-газета. – 2011. – № 05 (1048). – Режим доступа : <http://konstantinovka.com.ua/node/13462>.
17. *Пасхавер О.* Описание [Электронный ресурс] / О. Пасхавер, Я. Ширмер. – Режим доступа : <http://photo.unian.net/ukr/detail/263998.html>.
18. Освітні трансформації в Україні без розуміння реформ? [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.civicua.org/news/view.html?q=1578095>.
19. Тігіпко вважає, що Україна повинна потихеньку зрозуміти реформи [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrgazeta.com/ua/11751/>.
20. Песимізм українців породжують зростання цін, незрозумілі реформи та корупція [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.volynnews.com/messages/885/>
21. 2012 принесе українцям розуміння реформ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ura-inform.com/uk/politics/2011/02/10/janukov>.

22. *Задрский В.* Народ не безмолвствует. Просто он – объект реформ, а не их субъект [Електронний ресурс]. / В. Задрский. – Режим доступу : <http://blog.liga.net/user/vzadorskiy/article/8879.aspx>.
23. *Зубченко А.* Нанореформы [Електронний ресурс]. / А. Зубченко. – Режим доступу : <http://noviny.su/smi-00001712.html>.
24. *Азаров опроверг обвинения в бездействии и имитации реформ* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://podrobnosti.ua/power/2012/02/28/823038.html>.
25. *Будут реформы или имитация реформ?* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.newsland.ru/news/detail/id/907070/>.
26. *В Украине придумали очередную имитацию реформы охраны здоровья – электронную медкарту* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://vsvypravda.com/news/news/id63815>.
27. *В энергосекторе пока идет имитация реформ, – мнение* [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://biz.liga.net/all/tek/novosti/2181879-v-energosektore-poka-idet-imitatsiya-reform-mnenie.htm>.
28. *Евдокимов Д.* О кризисе и льготах, или псевдореформы за наш счет [Електронний ресурс]. / Д. Евдокимов. – Режим доступу : <http://minfin.com.ua/blogs/Evdokimov1/16834/>.

Фролов П. Д. Образ общественной инновации: в поисках универсальных смысловых измерений

Выделен ряд универсальных относительно независимых смысловых измерений образа общественных инноваций; они могут быть использованы в качестве направлений обсуждения инноваций в рамках технологии обогащения общественного мнения, а также с целью разработки методического инструментария, предназначенного для оценки образов инноваций. Указанные измерения могут также рассматриваться в качестве возможных содержательных направлений формирования образа общественных реформ. Полученные результаты могут быть полезными для специалистов по политической и социальной психологии, маркетинговых исследований, рекламы и ПР, журналистов и педагогов.

Ключевые слова: общественные инновации, образ реформ, социально-психологические технологии, обогащенное общественное мнение, формирование общественного мнения.

Frolov P. D. The image of public innovations: in search of universal semantic dimensions

A number of relatively independent universal semantic dimensions of the image of public innovation are identified. They can be used as directions for discussing innovations in the context of public opinion enrichment technology, as well as to develop methodological tools designed to assess the images of innovations. Specified measurements can also be considered as possible content directions of formation of the image of public reforms. The results can be useful for specialists in political and social psychology, marketing research, advertising and PR, journalists and educators.

Key words: social innovation, the image of the reforms, socio-psychological technologies, enriched public opinion, public opinion formation.

ІДЕНТИЧНІСТЬ ОСОБИ: ВІД ГРУПИ ДО ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ (МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ)

Л. Г. Чорна, м. Київ

Розглядається термінологічне поле поняття ідентичності особистості як окремої особи. Наводиться класифікація видів ідентичності, у якій визначальним фактором є відносини між групою та індивідуальністю. Стверджується, що ідентичність особи, ідентичність особистості, особиста та особистісна ідентичності мають різні психологічні змісти. Соціальна ідентичність, яка охоплює і політичну, характеризується як один з виявів ідентичності особи.

Ключові слова: особа, особистість, ідентичність, ідентифікація, група, роль.

Проблема. Людина є представником великих і малих груп, носієм різних видів ідентичності, у тому числі й політичної. Чи не втрачає вона свою ідентичність, будучи належною до великої кількості соціальних груп, мікро- і макросередовищ? Які види ідентичності є визначальними для соціального індивіда, а які – похідними? Можливо, деякі види ідентичностей є тотожними, а їх назви – синонімічними? Ці питання відбивають соціальну ситуацію розвитку та становлення особистості людини в період соціальних потрясінь, змін, нестабільності, а також динамічних соціальних перетворень упродовж останніх десятиліть [1–4]. Твердження про втрату власного Я, его-ідентичності, плутанину ролей стали поширеними фразами-стереотипами в психології. Їх часто вживають, не посилаючись на автора досліджень цих феноменів Е. Еріксона [5]. Відповіді на ці та інші запитання могла б дати класифікація ідентичностей особи, наведення ладу в термінологічному полі психологічних і соціально-психологічних понять.

Сьогодні наукові дискусії точаться навколо співвідношення соціальної та індивідуальної ідентичностей, проблеми соціальної творчості як інструменту подолання суперечностей вияву ідентичностей у житті окремої людини (Г. Теджфел і Ж. Тернер, С. Московічі, У. Дойс, Е. Еріксон, В. О. Васютинський, О. Г. Злобіна, К. В. Коростеліна, Т. Г. Стефаненко, М. О. Шульга, О. В. Швачко та ін.). Дослідження містять аналіз окремих видів ідентичностей, але, на жаль, вони не ставлять за мету звести в єдине ціле, синтезувати низку уявлень про ідентичність (ідентичності) конкретної людини. Отже, визначення термінологічного поля ідентичності особи як окремого представника

соціуму, а також побудова класифікації її видів є науково актуальною та значущою проблемою.

Мета статті: з'ясувати склад поняття ідентичності особи та спробувати побудувати класифікацію понять, які є дотичними до зазначених термінів і проблематики.

Людина з притаманною їй соціальною ідентичністю, а вона їй притаманна у свідомій або підсвідомій формах завжди, не є абстрактною істотою, а повсякчас виступає в єдності конкретних соціально-психологічних характеристик. Тому варто говорити не про соціальну, групову, індивідуальну ідентичності особистості, а *ідентичність особи*, якій властиві різні її прояви. Тут ми солідаризуємося з В. О. Васютинським, який наголошує на відмінностях у значенні термінів “особа” та “особистість” [6]. Такий підхід видається продуктивним, тому що йдеться про реальну людину з її власною історією становлення особистості та соціальною історією, яку вона отримала у спадок від батьків, родичів, багатьох попередніх поколінь [7], котрі були і є наразі представниками великих соціальних груп. Ідентичність особи є широким поняттям, яке охоплює всю різноманітність ототожнень людини із соціальними взірцями, ідеалами, кумирами, великими і малими групами, нормами, психологічними типами людей, іншими людьми, їхніми ролями, статусами тощо.

Соціальна ідентичність визначається як ототожнення людиною себе з певною суспільною групою, з її соціальними цінностями, очікуваннями, вимогами тощо. Вона вказує на типові для соціальної категорії норми, ролі, статуси [8]. Соціальну ідентичність можна вважати різновидом групової. Якщо ж групову ідентичність пов'язувати, як це часто-густо роблять, лише з відчуттям належності людини до малої групи, то таке її розуміння буде неповним. У соціумі існують ще й середні і великі групи. Однак у сучасній психології вже склалися термінологічні визначення, які не варто порушувати, але можна доповнювати і розвивати. Тому пропонуємо групову ідентичність умовно поділяти на ту, яка існує на рівні великих умовних соціальних груп, тобто *соціальну*, і на *власне групову* – яка оприявнюється на рівні реальних малих груп. Деякі види ідентичності можна одночасно відносити до ідентичності людини на рівні великих і малих груп. Яскравий тому приклад – сімейна та учнівська ідентичності. До речі, групову ідентичність особи, яка виявляється в малій групі, слідом за Ч. Гордоном [9], пропонуємо називати ідентичністю членства.

Відомі дослідники ідентичності Г. Теджфел і Ж. Тернер, як нам видається, ставлять знак рівності між груповою і соціальною ідентичністю. Логічно вивірене положення про соціальну ідентичність,

що є знанням людини про себе як про члена групи, ці автори на основі подальших аналітичних роздумів відносять лише до реальних груп (див. [10]). Член групи вступає в тісну взаємодію з іншими членами групи, отримує певний статус у ній, відчуває певне ставлення до себе з боку інших, займає певну позицію щодо групи, її членів і відповідно до цього виконує певну роль у групі. Міжособистісні і міжгрупові форми взаємодії людей утворюють континуум, на одному полюсі якого процеси індивідуальної ідентифікації, а на другому – групової. Соціальна самокатегоризація індивіда, на думку Теджфера і Тернера, деперсоналізує сприйняття в термінах групових прототипів і трансформує засади процесу надання міжособових переваг з індивідуальних у типові, стереотипні, групові. Отже, ці дослідники протиставляють індивідуальну ідентифікацію груповій. Соціальна самокатегоризація індивіда продукує такі психологічні феномени, як групова стереотипність сприйняття, нормативна поведінка, етноцентризм, пошук групових відмінностей. Експериментальні дослідження підтверджують цей розподіл індивідуальної і соціальної ідентичностей особистості: так, людина з переважно індивідуальною ідентичністю розрізняє передусім індивідуальні властивості членів групи; вона меншою мірою переймається пошуком розбіжностей між власною і чужою групами; натомість людина, у структурі особистості якої переважає соціальна ідентичність, меншою мірою звертає увагу на індивідуальні властивості членів групи (скажімо точніше – надає значення індивідуальним властивостям), більшою – шукає розбіжності між групами, намагаючись знайти переваги власної [там само].

Разом із тим у психології останнім часом поширюються погляди, які заперечують таку поляризацію соціальної та індивідуальної ідентичностей, але, на наш погляд, досить переконливо обґрунтовують їх єдність (С. Московічі, У. Дойс та ін.). Соціальні репрезентації – це загальні уявлення членів групи. Вони повинні аналізуватися на соціальному – на противагу індивідуальному – рівні. Особистісну ідентичність можна розглядати як соціальну репрезентацію і як організаційний принцип індивідуальної позиції в системі стосунків індивідів у групі [10; 11].

На нашу думку, позиції вищезгаданих авторів описують різні рівні вияву групової ідентичності – реальні малі (або середні) і великі умовні групи. Виділення специфічних змістів соціальної і групової ідентичностей дало б змогу уникнути суперечностей в їх розумінні та дослідженні.

Якщо у формуванні соціальної ідентичності основним фактором є соціальні цінності, очікування, які пред'являються особі щодо виконання нею ролі хорошого лікаря, батька, вчителя, чоловіка, жінки, українця, англійця, демократа, патріота, європейця тощо, то в груповій – міжгруповій порівняння. Соціальні очікування можуть бути пред'явлені особі тими людьми, які не є членами її малої групи, а також опосередковано – через

ЗМК, літературу тощо. Наприклад, у колонці редактора газети можна натрапити на адресоване читачам тлумачення, що означає бути справжнім українцем, хто такий європеєць. Підлітки, що виявляють групову ідентичність (або ідентичність членства), кажуть самі собі або іншим: “Ми є учнями саме 10-Б класу, і аж ніяк – не іншого”. Групову ідентичність для особи є способом упорядкування її статусу, засобом формування самооцінки, захисним механізмом, якщо їй бракує особистісної ідентичності. У виявах групової ідентичності зростає роль ціннісно-психологічних феноменів: довіри, лояльності, солідарності [12].

Якщо у формуванні групової ідентичності провідним фактором її становлення є міжгрупові порівняння (ми – вони, свої – чужі), то в індивідуальній – внутрішньогруповій, міжособистісній (я – не я, моє – не моє). Отже, можна назвати соціальну та групову ідентичність “Ми-ідентичністю”, а індивідуальну – “Я-ідентичністю”. У цьому контексті В. О. Васютинський говорить про Ми- і Я-концепцію [там само].

Нагадаємо, що ідентичність, за Дж. Мідом, буває неусвідомлюваною і усвідомлюваною: перша базується на несвідомо прийнятих нормах, звичках, складається з комплексу очікувань, який диктує соціальна група, до якої належить людина; друга виникає тоді, коли людина починає думати про власне Я і власну поведінку [13]. Я- і Ми-концепції базуються на вербалізованих, переважно усвідомлених уявленнях про себе.

3-поміж традиційних видів соціальної ідентичності зазвичай найчастіше називають етнічну, гендерну, політичну, професійну, регіональну, сімейну, вікову. Досвід наших емпіричних досліджень ідентичності свідчить про те, що варто було б виокремити також соціальні ідентифікації людини в матеріальній сфері. Хоча соціальна ідентичність такого типу трапляється нечасто, але вона є досить психологічно насиченою і показовою для індивідуальних випадків ідентифікацій. Наприклад, за результатами нашого опитування, у якому взяли участь 104 особи – учні старших класів, лише 5 % спонтанних соціальних самовизначень за тестом М. Куна, Т. Макпартленда та ролевих визначень осіб однокласників становлять ідентифікації в цій сфері. Проте ці визначення є загалом нестереотипними. Так, визначення себе у 16 років як господаря, хазяйки, заможної людини з одночасними проєктивними визначеннями однокласників як представників вищого або нижчого світу, “золоті молоді”, “крутих і не дуже крутих” указує на соціальні статуси, норми, очікування юнаків і юнок.

Було також виокремлено специфічну групу соціальних ідентифікацій, яку ми назвали “ідентичність людини великого соціуму”: перехожий, пасажир, пішохід, сусід, публіка, покупець, споживач, мандрівник, незнайомець тощо. Ці соціальні ролі можуть сприйматись і в метафоричному розумінні як соціально-психологічні ролі, що реалізують

певні життєві сценарії: “Я загалом у житті – мандрівник, досліджую незвідані сфери... Я відвертий споживач, а не той, що віддає себе іншим”.

Політична ідентичність старшокласників виявлялась у 8 % самовизначень від загальної кількості їхніх ідентифікацій на рівні великих соціальних груп. Тут зазвичай учні називали себе громадянами України, чесними громадянами, патріотами свого міста, патріотами держави тощо. Найбільша кількість ідентифікацій старшокласників на рівні великих груп стосувалася сфери їхніх майбутніх професій.

Вважаємо, що соціальні ідентифікації охоплюють також ідентифікації на рівні реальних середніх груп, до яких належить особа. Так, школяр може назвати себе відмінником, трісчником, старостою. Ці ролі не є індивідуальними, вони містять узагальнені соціальні уявлення про певний тип поведінки людини.

Уведення в термінологічне поле поняття ідентичності особи дає можливість виділити як окреме інше поняття – “ідентичність особистості”. Воно становить один із видів ідентичності особи та означає ототожнення себе з певними соціально-психологічними типами людей, які мають такі ж властивості особистості, як і “в мене самого”, тобто в самої особи. Ідентичність особистості може виявлятися в різних сферах життєдіяльності людини, а також у різних сферах її психічної самоорганізації: когнітивній, емоційній, вольовій сфері, інтегральних властивостях особистості (здібності та обдарованість, характер, інтереси, спрямованість). “Я – інтелектуал, веселун, діяльна людина, меломан і романтик. Я не песиміст, не ледар, не прагматик. Я не прагну рівнятися на нерозумних, поганих і нецікавих людей”, – цих висновків людина дійшла, порівнюючи себе з іншими, знаходячи тотожності і нетотожності між собою та іншими.

Особливою підструктурою індивідуальної ідентичності є ідентичність індивіда (ідентичність фізичного Я людини, її індивідуально-типологічної сфери). Людина може відносити себе до когорти красунчиків, холериків, дзиг, шульг або шатенів.

Інтегральним виміром ідентичності особистості є, на наш погляд, “его-ідентичність” Е. Еріксона, який підкреслює тотожність людини самій собі в часі і неперервність власного Я людини в процесі її розвитку. Особиста ідентичність, самоідентичність є синонімами “его-ідентичності” [4; 5].

Вершиною розвитку індивідуальної ідентичності особи є досягнення нею особистісної ідентичності: розуміння індивідуальної неповторності власної особистості, власної ідентичності та не-ідентичності з іншими. Особистісна ідентичність є усвідомлюваним психічним утворенням людини, коли людина знає про власну психологічну сутність і вміє відстоювати власні границі особистості. Звісно, особистісна ідентичність

свідчить про особистісну зрілість людини та досягається протягом усього її життя.

У контексті обговорюваної проблеми варто зауважити, що Н. В. Чепелева розрізняє особисту та особистісну ідентичність [14].

Індивідуальна ідентичність також містить ідентичність у сфері міжособистісних і внутрішньогрупових стосунків: “Я – помічник, одинак, лідер, оратор”. Необхідно зазначити, що ідентифікації з внутрішньогруповими ролями (ізгой, призвідник, аутсайдер) є водночас проявами групової ідентичності особи. Таким чином, ці рольові ідентифікації можна вважати своєрідним містком між груповою та індивідуальною ідентичностями.

Отже, з позицій психології варто розрізнити ідентичність особи, ідентичність особистості, особисту ідентичність (або его-ідентичність, самоідентичність) і особистісну ідентичність. Ці поняття відображають різний ступінь суб’єктності особи.

А проте в психології існує думка, що групова ідентичність та ідентичність групи – терміни, що мають різні психологічні змісти (П. П. Горностаї [15]). Якщо в першому випадку йдеться про відбиття в головах людей суми загальноприйнятих норм, які існують на рівні великих і малих груп, і тут ми можемо говорити про взаємодію Я людини зі свідомими та несвідомими компонентами Ми-ідентичності, то в другому – насамперед про Ми-концепцію, усвідомлену та відрефлексовану позицію групи як суб’єкта активності. Можна вважати ідентичність групи вищим рівнем її розвитку, аналогічним особистісній ідентичності окремої особи.

В. О. Васютинський виокремлює окремих варіант соціальної ідентичності – спільнотну, коли люди формують колективну свідомість спільноти. Якщо існує спільнотна ідентичність, то чи можна аналогічно до ідентичності групи говорити про ідентичність спільноти? Майже неможливо, бо “важко робити висновки про *самопізнання* та *самооцінювання* соціальної групи взагалі, а тим паче такої “не цілком реальної” соціальної групи, як спільнота” [12, с. 72].

У контексті обговорюваної проблематики постає питання, чи є особистісна ідентичність антиномією соціальної. Соціум – велика група людей, спільність, а особистість поєднує в собі соціальну та індивідуальну сутність людини, тобто не є абсолютною протилежністю соціуму. Поняття індивіда як представника роду людського з його біологічними, соціокультурними та іншими характеристиками посилює б ефект антиномічності, але його досить поширене завузьке трактування тільки як вроджених властивостей людини зводить нанівець нашу спробу відновити логіку понять. Індивідуальність, унікальність, неповторність людини конкурують з колективним, груповим, масовим, а не соціальним. Отже, не

існує жодного, на наш погляд, поняття, яке могло б бути повністю проти-лежним соціальній ідентичності. За таке можна було б вважати поняття біологічної ідентичності людини, однак, якщо йдеться про людину, а не тварину, таке поняття втрачає сенс, а гендерна, статеворольова, расова ідентичності заповнюють прогалини в розкритті біологічних детермінант формування ідентичності особи. Отже, єдине поняття, яке ми можемо (з певними поясненнями та застереженнями) поставити в дихотомії до соціальної ідентичності, є ідентичність особистості.

Розвиток особистості відбувається в неподільній єдності з іншою людиною, її найближчим соціальним оточенням. Спочатку в психіці існує недиференційоване “Ми”, а вже потім з’являється “Я”. Людське “Ми”, подобається це комусь чи ні, давніше, ніж “Я” [16, с. 113]. Тому генетично соціальна, а більш правильно – групова ідентичність особи формується раніше, ніж індивідуальна: “...індивідуальна ідентичність є ідентичністю вторинна, похідна, що народжується і знаходить опору в соціальному силовому полі” [10, с. 177–178]. Суттєве уточнення: “...потенційна наявність спільноти лише опосередковано дається взнаки у впливах, які справляють дорослі на дитину...” [12, с. 25–26].

Виходячи з наведеного вище, можна говорити про різні критерії класифікації ідентичностей людини. Залежно від того, як ми розглядаємо соціального індивіда, у статиці або динаміці його онтогенетичного розвитку, узагальнювальними поняттями для інших видів ідентичностей можуть виступати або “ідентичність особи”, або “групова ідентичність”. Ми розглядаємо той варіант, коли йдеться про вже сформовану ідентичність людини, тому класифікацію подаємо, виходячи з поняття “ідентичність особи”.

Розрізнення виявів ідентичності особи в різних сферах її діяльності можна вважати своєрідним відображенням моделі колективного самовизначення спільноти [12], але з іншої позиції, коли предмет аналізу становить не спільнота, а окрема особа. Так, у цій моделі виокремлюється особова, міжособово-групова, внутрішньоспільнотна, зовнішньоспільнотна сфери самовизначення. Якщо застосувати цю ж модель щодо ідентичності особи, то деякі поняття просто змінять свою локалізацію в їхній класифікації. Широкий погляд на різні види процесів ідентифікації особи наводить О. В. Швачко [17].

Дискусійним є питання про правомірність терміна “психологічна ідентичність”. Якщо існує соціальна ідентичність особи, то чому б отождоженню себе з певним психологічним типом особистості не легалізувати цим терміном? Однак нами вже заявлено існування індивідуальної ідентичності, яка, на наш погляд, є тотожною психологічній.

Зазначимо також, що всі види ідентичності особи за своїми механізмами вияву є психологічними, тому не варто окремо говорити про

психологічні, соціологічні ідентифікації тощо – доцільніше уточнювати, що йдеться про процеси ідентифікації в соціальній, психологічній сферах людини.

Рольова ідентифікація є одним з універсальних механізмів засвоєння людиною соціального досвіду, усвідомлення нею власного “Я”, формування структур особистості, вибору нею позиції в соціальному просторі, формування власного мікросоціуму спілкування та взаємодії, визначення змісту соціально-психологічних проєкцій на інших. Тому рольові ідентифікації мають місце в усіх соціальних, внутрішньо-групових, міжособистісних і власне особистісних отождоженнях з іншими та відмежуваннях від них.

Отже, рольова ідентичність – це той вид ідентичності, який є складовою будь-якого іншого виду ідентичності особи, бо ролі становлять один із механізмів соціалізації особи, формування особистості [9; 18]. Соціальні очікування конкретизуються в рольових очікуваннях великих і малих груп щодо індивіда, який займає певну позицію в них. Без засвоєння ролей, їх інтеріоризації, індивідуального стилю виконання не може існувати й ідентичності особи. І навіть у такому насиченому суб’єктивними смислами понятті “особистісної ідентичності” містяться ролі, які людина визнає своїми, тими, що відповідають її індивідуальності, складу характеру, здібностям, і ролі, які є для неї чужими, які вона свідомо відкидає, знецінює і від яких дистанціюється.

Оскільки всі види ідентичності особи генетично беруть початок від соціальної ідентичності, пропонуємо розрізнити первинну і вторинну рольові ідентичності. Від народження людина перебуває в стані “виконання” певних ролей, які не залежать від її волі, бажань тощо; їй приписуються певні ролі з боку дорослого (соматичні ролі за Я. Морено, типові сценарні ролі за Е. Берном). Надалі людина починає усвідомлювати власні рольові ідентифікації, рольові ідентифікації інших людей і сама намагається проєкувати ці ідентитети на інших. Вона здатна передбачити рольові приписування їй з боку інших людей, і це теж становить складову рольової ідентичності. У цьому контексті згадаймо, що Дж. Мід не випадково розрізняє “I” та “Me” (англ.) як окремі компоненти в структурі “Self” особистості [13]. **Me** є результатом інтерналізації соціальних ролей та очікувань; **I** – активна, спонтанна, творча інстанція, завдяки якій індивід може не тільки ідентифікуватись із засвоєними ролями, а й дистанціюватись від них. Відома російська дослідниця етнічної ідентичності Т. Г. Стефаненко розмежовує в процесі ідентифікації критерій приписування (те, як інші сприймають людину) і критерій внутрішнього вибору (те, як вона сама себе усвідомлює) (див. [10]). На нашу думку, найбільш яскраво виявляються первинна і вторинна рольові ідентичності особи в її життєвих ролях, які виділяє П. П. Горностай [18].

Переможець, невдаха, грішник, святий, творець, виконавець – рольові сценарії, що беруть початок у дитинстві, визначаються найближчим соціальним оточенням і неусвідомлювано засвоюються людиною. Набуття індивідом вторинної свідомої рольової ідентичності, “скидання влади” чужих рольових сценаріїв – процес, що може тривати впродовж усього життя людини.

Отже, в основу класифікації ідентичностей людини можуть бути покладені різні критерії. До них зазвичай відносять генезу формування соціального індивіда, структуру психологічних властивостей особи, сфери її життєдіяльності. Якщо розглядати людину як окрему особу зі сформованим комплексом особистісних властивостей, активна діяльність якої відбувається насамперед у найближчому соціальному оточенні, малій групі, безпосередній вплив котрої людина відчуває, то розрізнення видів ідентичності набуває вигляду досить складного психологічного конструкту (рис.).

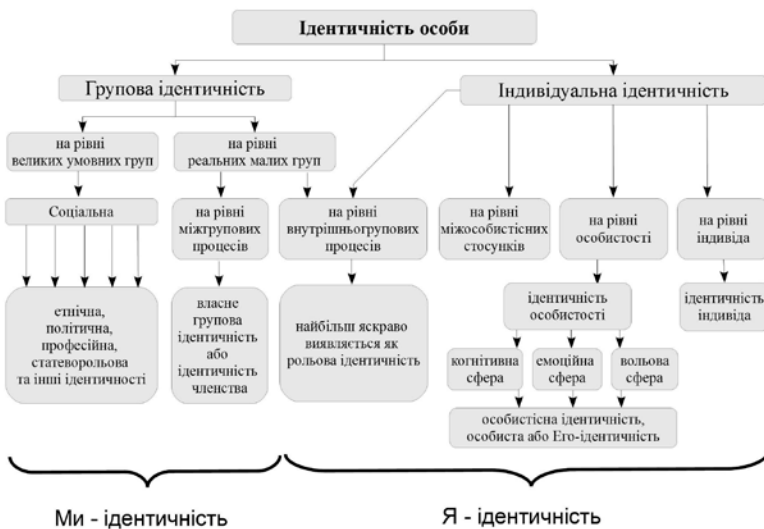


Рис. Ідентичність особи та її види

Соціальна ідентичність опосередковується спільними уявленнями членів малої групи, які є водночас представниками номінальних великих груп: “...індивідуальна ідентичність ... становить вид суспільної ідентичності, що розміщена в голові індивіда. А групова ідентичність – це сума загальноприйнятих норм, що беруть початок у поведінці окремих осіб” [10, с. 178].

Висновки. Ідентичність особи є тим узагальнювальним поняттям, що охоплює всі види ідентичності людини: соціальну, групову, індивідуальну, особистісну тощо. Незважаючи на те, що несвідома ідентичність у формі засвоєних групових рольових ідентитетів є генетично первинною в житті людини, ідентичність особи, яка становить єдність свідомих і несвідомих складових, виступає найбільш широкою категорією в термінологічному полі самовизначень людини і свідчить про певний рівень сформованості структури її особистості як соціальної властивості. Між індивідуальною і соціальною ідентичностями не існує полюсних відносин. Відносно протилежними видами ідентичності особи можна вважати групову та індивідуальну. Ідентичність особистості, особиста та особистісна ідентичності – поняття, що відображають різні аспекти вияву ідентичності особи. Рольові ідентифікації – це універсальні складові формування будь-якого виду ідентичності особи.

Перспективи наших подальших наукових розвідок полягають у визначенні емпіричним шляхом представленості тих чи інших видів ідентичності в структурі ідентичності особи та пошуку чинників їхньої взаємодії.

Література

1. Данилова Е. Г. Нестабильная социальная идентичность как норма современного общества / Е. Г. Данилова, В. А. Ядов // Социологические исследования. – 2004. – № 10. – С. 27–30.
2. Злобіна О. Г. Ідентичність особистості та її зміни / О. Г. Злобіна, М. О. Шульга // Мистецтво життєтворчості особистості : наук.-метод. посіб. : у 2 ч. / ред. В. М. Доній, Г. М. Несен, Л. В. Сохань та ін. – К., 1997. – Ч. 1: Теорія і технологія життєтворчості. – С. 169–205.
3. Межеричкая Л. Д. Психологические средства стабилизации личностной идентичности студентов : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.01 “Общая психология, психология личности, история психологии / Л. Д. Межеричкая. – Новосибирск, 2009. – 24 с.
4. Солдатова Е. Л. Динамика эго-идентичности и представлений о будущем в нормативных кризисах взрослости / Е. Л. Солдатова // Психологическая наука и образование. – 2006. – № 2. – С. 16–29.
5. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Э. Эриксон ; пер. с англ. ; общ. ред. и предисл. А. В. Толстых. – М. : Прогресс, 1996. – 344 с.
6. Васютинський В. О. Особистість чи особа: кого вивчають соціальні психологи / В. О. Васютинський // Проблеми емпіричних досліджень у психології. – К., 2009. – Вип. 2. – С. 220–227.
7. Гольжак В. де. История в наследство: Семейный роман и социальная траектория / Винцент де Гольжак ; пер. с фр. И. К. Масалкова. – М. : Изд-во Ин-та Психотерапии, 2003. – 233 с.
8. Шульга М. Ідентичність [Електронний ресурс] / Микола Шульга // Етнічний довідник: поняття та терміни. – Режим доступу : <http://etno.uaweb.org/glossary/i.html>

9. *Gordon Ch.* Development of evaluated role identities / Ch. Gordon // *Annual Review of Sociology*. – 1976. – Vol. 2. – P. 405–433.
10. Идентичность: Хрестоматия / сост. Л. Б. Шнейдер. – М.: Изд-во Моск. психолого-социального ин-та; Воронеж: МОДЭК, 2008. – 272 с.
11. Социальная психология / под ред. С. Московичи. – 7-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 592 с.
12. *Васютинський В.* Психологічні виміри спільноти: монографія / Вадим Васютинський. – К.: Золоті ворота, 2010. – 120 с.
13. Современная зарубежная социальная психология. Тексты / под ред. Г. М. Андреевой, Н. Н. Богомоловой, Л. А. Петровской. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1984. – 256 с.
14. *Чепелева Н. В.* Ідентичність особистості в контексті психологічної герменевтики / Н. В. Чепелева // *Наукові студії із соціальної та політичної психології*: зб. статей. – К., 2006. – Вип. 13 (16). – С. 13–25.
15. *Горностай П. П.* Группа как субъект: соотношение понятий “групповая идентичность” и “идентичность группы” / П. П. Горностай // *Психологічні перспективи*. – К., 2012. – Спец. вип.: Актуальні проблеми психології малих, середніх та великих груп. – Т. 1. Особистість і мала група. – С. 113–121.
16. *Слюсаревський М. М.* “Ми” і “Я” в сучасному світі: Вибрані твори / М. М. Слюсаревський. – К.: Міленіум, 2009. – 340 с.
17. *Швачко О. В.* Соціальна психологія: навч. посіб. / О. В. Швачко. – К.: Вища школа, 2002. – 111 с.
18. *Горностай П. П.* Личность и роль: Ролевой подход в социальной психологии личности / П. П. Горностай. – К.: Интерпресс ЛТД, 2007. – 312 с.

Черная Л. Г. Идентичность личности: от группы к индивидуальности (методологический анализ)

Рассматривается терминологическое поле понятия идентичности личности как отдельного лица (особы). Приводится классификация видов идентичности, в которой определяющим фактором являются отношения между группой и индивидуальностью. Утверждается, что идентичность личности как особы, идентичность личности, личная и личностная идентичности имеют разное психологическое содержание. Социальная идентичность, которая включает и политическую, рассматривается как одно из проявлений идентичности особы.

Ключевые слова: особа, личность, идентичность, идентификация, группа, роль.

Chorna L. G. Identity of a person: from group to individuality (methodological analysis)

The article describes terminological field of person's identity. Classification of types of identity in which the determining factor is the relationship between the group and the individual is provided. It is stated that identity of a person, personal identity, self-identity and identity of personality have different psychological meanings. Social identity which includes political identity is one of person's identity aspects.

Key words: person, personality, identity, identification, group, role.

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ЖИТТЯ ТА ПОБУДОВИ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

ПРОБЛЕМАТИКА НАБУТТЯ АУТСАЙДЕРСТВА: ПСИХОДИНАМІЧНІ СИСТЕМИ НЕГАТИВНОГО ДОСВІДУ

А. І. Анцибор, м. Вінниця

Викладаються основи теорії психодинамічних систем негативного досвіду. За носії ментальної інформації визначаються енграми, які можуть бути духовного, естетичного, музичного або текстуального характеру і групуватися в ієрархічні структури, утворюючи первинні, вторинні об'єднання або ж сітки, які мають тенденцію так само об'єднуватися в системи конденсованого досвіду і визначати характер ментальної діяльності людини. Описується принцип сумарного впливу емоційних зарядів негативного значення та його роль у ментальній сфері людини. Системи конденсованого досвіду, трансфеноменальні динамічні керуючі системи, комплекси, автоматичні думки, апіорні очікування розглядаються як психодинамічні системи негативного досвіду, які служать неодмінною умовою набуття аутсайдерської психології.

Ключові слова: енграми, системи конденсованого досвіду, трансфеноменальні динамічні керуючі системи, комплекси, автоматичні думки, апіорні очікування.

Проблема. У соціально-психологічній літературі описано досить багато феноменів, які могли б пролити світло на процес виникнення та закріплення соціально-психологічного аутсайдерства у свідомості людини. Актуальність тематики, пов'язаної з набуттям аутсайдерства, сьогодні, як і раніше, не може викликати сумнівів у людини, яка живе в українському суспільстві, що потерпає від політичних та економічних проблем. Складається враження, що сама держава набуває яскраво виражених аутсайдерських рис, якщо взяти до уваги крайню поляризацію багатства і бідності, рівень життя середнього українця, співвіднести чисельність активного населення зі статистикою закордонних міграцій та різних форм безробіття. Можна стверджувати, що аутсайдерське світобачення зароджується не лише на індивідуальному, а й на колектив-

ному рівні, тому це питання потребує різнобічного вивчення та соціальної корекції.

Мета статті: аналіз та узагальнення під цим кутом зору наявної на цей час інформації, відстеження динаміки утворення аутсайдерського світобачення.

Найбільш підходящими і навіть, у певному розумінні, ключовими для осмислення аутсайдерства як соціально-психологічного явища можуть слугувати загальновідомі уявлення, вироблені передусім в аналітичній, трансперсональній та когнітивній психології. У зв'язку із цим досить цікавим видається поняття *енграм* як ментального запису сильнодіючої ситуації, котра може розцінюватися як психотравматична, стабілізаційна або ж позитивно діюча (від *грец.* *έν* – перебування в певному стані чи самопочуття в момент виконання якоїсь дії, а також *грец.* *γράμμα* – усе написане, запис. Цим словом давні греки називали спеціальні таблички для записування різних знаків) [1].

Класифікують енграми за змістом (енграми-образи – як відображення статичної структури об'єкта, та енграми програмового характеру, або моделі дій) та за ієрархічними видами складності (первинні, вторинні, асоціації енграм та асоціативні сітки енграм). Тут, що називається “неозброєним оком”, простежуємо принцип: що вища ієрархія, то ширший, більш генералізований вплив на психічну сферу людини. Важливо і те, що енграми – це явище, яке має під собою власне фізіологічну основу. Тому підкреслюємо, що це поняття не умоглядне. Вважають, що компонентами енграм можуть бути певні форми електронної активності чи певне угруповання імпульсів на одному чи багатьох нейронах, які входять до їх складу. Такі форми активності є наслідком як структурно-метаболических процесів у внутрішній частині нейрона, так і цілого ряду змін міжнейронного характеру, завдяки чому утворюється структурно-функціональне об'єднання нейронів у різного роду структури мозку, які й можна вважати енграмами пам'яті.

Під цим кутом зору енграма – це певна констеляція нейрональних і гліальних елементів, поєднаних за допомогою синаптичних механізмів. Останні утворюються внаслідок експресії геномом окремих клітин білкових молекул адгезинів або конектинів, що своєрідним чином “вбудовуються” в спеціальні ділянки мембран нейронів, що й збільшує їхню чутливість до сприйняття інформації, яка вже ніби відома, адже раніше викликала експресію цих білків. Що ж до питання структурної організації чи локалізації енграм у певній ділянці мозку, то слід наголосити, що домінуючим є уявлення про еквіпотенційність кори головного мозку та голографічну природу пам'яті [там само].

Проте найчастіше енграмами вважаються ментальні записи моментів фізичного болю та інших негативних станів, що мали місце в минулому, у тому числі досить віддаленому, наприклад травми при народженні, за часів пренатальних впливів і навіть досвіду по генетичній лінії. Енграми мають здатність накопичуватися і сукупно впливати на особу. Поєднання негативних енграм, здебільшого пов'язаних з болем і стражданнями, як уже зазначалося, здатні утворювати так звані поєднання вторинних енграм і запускати процес утворення асоціативних сіток, а останні можуть бути найглибшим джерелом відхилень у психіці людини. Стає одразу ж зрозумілим, що енграми бувають різного походження – як ситуативного (мається на увазі пам'ять на події певного характеру), так і духовного, художнього, естетичного, музичного чи текстуального.

З огляду на мету нашого дослідження важливо зрозуміти, що тексти різного роду можуть не лише впливати на процес утворення, а й самі утворювати енграми позитивного чи негативного характеру. Проте і їх не слід розцінювати як самостійні структури, адже можуть бути динамічними та утворювати особливі групи пам'яті, що дістали назву *систем конденсованого досвіду* (СКД) [2, с. 81]. Їх можна визначити як особливе “згущення” спогадів, що складається з конденсованого досвіду і пов'язаних з ним фантазій різних періодів у житті людини [3, с. 66].

Важливо підкреслити, що про існування певних керуючих (таких, що направляють, надають ціннісного забарвлення) систем було відомо багатьом європейським дослідникам ХХ ст. Так, наприклад, Х. Лейнер у 1962 р. відкрив і детально описав так звані трансфеноменальні динамічні керуючі системи (ТДКС) [4; 5], які, безперечно, відображають одне й те ж саме явище людської психіки, що й СКД-утворення, проте мають іншу назву через невиробленість єдиного термінологічного підходу. Можна також стверджувати, що загальноєвропейський психологічний тезаурус поки що не набув достатньої глибини.

Трансперсональні психологи за допомогою ЛСД-терапії, холотропного дихання, контент-аналізу психолітичних сеансів довели, що емоційно значущі події в житті індивіда відбиваються на матрицях пам'яті. Це веде до утворення специфічних її груп, здатних акумулювати досвід. Тут як основоположний слід було б сформулювати принцип, суть якого полягає в тому, *що спогади у свідомості людини не діють розрізнено, а мають чітко виражену тенденцію до утворення особливих ментальних груп*. Його можна назвати **принципом сумарної дії емоційних зарядів**, у нашому випадку негативних. Вищезазначені групи виконують функції об'єднання, групування спогадів, що можуть належати до різних періодів життя, проте в них діють схожі за емоційним змістом фактори, і тому утворюються, можна сказати, кластеризовані об'єднання, що містять досить однорідний матеріал. Відповідно до цього процесу утворюються

суто негативні СКД, що містять кластеризовану інформацію психотравматичного характеру. Спробуймо відтворити процес започаткування і розвитку цих динамічних структур.

1. Першим етапом слід вважати накопичення емоційних станів, які сприяють утворенню первинного ядра СКД. Так, наприклад, ядро СКД (згущення переживань) закладається в глибокому дитинстві і тому може зазнавати різних депривацій того періоду, пов'язаних, скажімо, із жорстким графіком годування, недостатністю молока, напруженням, тривогою, браком материнської любові, нездатністю матері створити емоційно теплу, спокійну атмосферу. Дуже часто при цьому виявляється і вплив таких травматичних переживань дитинства, як холод, недоїдання та ін. [3, с. 81].

2. Протягом пізнішого періоду життя до наведеного переліку чинників можуть додаватися емоційна неприязнь значущих людей, шоківі події різного характеру, батьківська несправедливість, надання переваги одним дітям перед іншими, надмірне використання негативних прийомів у вихованні дітей та ін. [там само, с. 82]. Таким чином, можна констатувати процес конденсації негативного матеріалу навколо травматичного ядра, яке здатне в цьому перебігу збільшувати свій вплив на свідомість, де рано чи пізно починають переважати експресивно забарвлені СКД.

3. Перелік приємних дитячих спогадів, який би міг започаткувати позитивну СКД, зазвичай значно простіший, ніж у потенціалі своєму міг би бути список травматичних подій. Сюди можна віднести епізоди раннього дитинства, пов'язані з почуттям задоволення, безпеки, усвідомлення гарного ставлення батьків, любові і прийняття тощо [там само, с. 82]. Чому позитивний список завжди виявляється простішим, біднішим – питання не стільки психології, як уже філософського осмислення дійсності.

4. Ядро, ядра СКД чи більш складні їх поєднання можна вважати керуючими динамічними системами, що мають специфічну дію. Пусковим механізмом цієї дії може слугувати емоційний заряд достатньої сили, схожий за змістом із ядрами СКД, що викликає у відповідь їхню травматичну дію. Отже, маємо ситуацію, коли емоція травматичного характеру запускає механізм генералізації свідомості аналогічними негативними емоціями. Остання дія є сильнішою і не зовсім адекватною щодо попередньої, тут спостерігається значна невідповідність між причиною і наслідком. Відтак людина отримує негативний заряд у відповідь, який є сильнішим від травматичного переживання. Таким чином створюється сильнопдіюче негативне тло (настрій), на якому і розгортаються далші життєві події.

5. Перші, а потім і повторні психотравматичні переживання, підсилені негативними СКД, мають досить потужну трансформаційну дію і можуть спричиняти зміни клінічної симптоматології, поведінкових

патернів, світоглядних засад і т. ін. Наприклад, унаслідок виникнення та повторення психотравматичних ситуацій у дитини може виникнути думка, що людям узагалі не можна довіряти. Ця думка може підсилюватися, скажімо, упевненістю, що будь-яка емоційна близькість тягне за собою узалежнення, величезний ризик розчарувань, емоційний біль, а тому стосунки між людьми і, особливо, між статями – це слабкість, від якої потрібно позбутися за всяку ціну. Таким чином формуються різного роду апіорні очікування, які самі по собі є складовою аутсайдерства і викривляють поведінку людини в бік нереалістичного песимізму в будь-яких життєвих ситуаціях. Саме вони можуть суттєво заважати налагодженню нормальних стосунків між людьми однієї чи різних статей, партнерами, друзями та ін. Підсилюється така тенденція ще й тим, що люди, які бачать упереджене ставлення до себе, відповідають аналогічним чином [там само, с. 90, 94–95].

Отже, СКД, як індивідуальні утворення чи їх угруповання, не залишаються всього-на-всього лише “пасивним вантажем пам’яті”. Правильніше було б назвати їх не тільки формотворчими, а й такими, що можуть утворювати тло, яке й визначає значною мірою перебіг ментальних процесів. *Отже, аутсайдерство (інсайдерство, лідерство) можуть бути визначені як певне тло розумової діяльності.*

У кого превалює зв’язок із системою негативного конденсованого досвіду, точніше, у кого ця система є домінуючою, ті створюють образ світу і бачать себе в ньому, що набагато важливіше, у суто песимістичному світлі. Зазвичай вони відчувають пригніченість, тривожність та інші форми емоційного дистресу, повністю зумовлені специфікою домінуючої СКД. Якщо ж ця система позитивна, людина стає схильною бачити світ у рожевих барвах, насолоджуватися ним і своїм місцем у ньому.

Порівняно “розмитим” і гіпотетичним видається опис у соціально-психологічній літературі процесів, під дією яких можуть відбуватися зміни в структурах СКД. Це можуть бути чинники фізіологічного, психологічного та соціального і навіть медикаментозного характеру [2, с. 81]. Звідси випливає, що СКД і похідні структури потрібно розцінювати як динамічні й такі, що піддаються змінам під впливом навколишнього середовища. Інтенсивні зміни можуть також відбуватися під впливом ЛСД-терапії (мається на увазі використання ЛСД для провокування позитивних психічних змін, що практикувалося в 60–70-х роках минулого століття групами психотерапевтів, зокрема Станіславом Грофом [6]); у результаті можливий так званий перехід ментальних форм від негативної СКД до позитивної, що інтерпретується як трансмодуляція СКД. Та це не обов’язково має означати, що під впливом певного препарату, скажімо, негативний матеріал, що утворює шари несвідомого, переробляється та

модулюється в психічному. Радше відбувається переміщення центру активності, хоча, можливо, і тимчасове, від негативних до позитивних груп пам'яті. Така інформація додає впевненості в ефективності психокорекційних заходів, спрямованих на подолання аутсайдерського світобачення.

Цікавим також видається висвітлення в літературі цієї тематики питання щодо причинності утворення негативних СКД та їх сприяння процесові трансформації свідомості. Проте слід визнати, що цей опис – лише один із численних способів набуття свідомістю ціннісного забарвлення, що зумовлюється впливом негативних систем конденсованого досвіду.

Бувають й інші. Наприклад, негативні СКД можуть формуватися в осіб із суто механістичним підходом до інтерпретації досягнутого. Люди, які схильні оцінювати своє життя саме таким чином, зазвичай “приходять” до негативних висновків щодо власної успішності. Такі люди, скажімо, схильні оцінювати своє минуле із чисто варіативно-кількісних позицій (такою є, наприклад, позиція механічного підрахунку реальних життєвих досягнень і зіставлення їх з потенційно можливими, з погляду певної особи, досягненнями), що призводить, зрозуміло, до невтішних висновків. Думка про те, що вони могли б прожити своє минуле краще, мати більше надбань, життєвих благ, не лише повністю безсенса, а й травматична для психіки. Така думка веде звичайно до великих розчарувань та незадоволення собою, а ще провокує велику кількість компенсаторних фантазій щодо здійснення бажаних результатів у майбутньому. Та люди такого типу ніколи не досягають запланованого чи омріяного, і їх ніколи не покидає почуття гіркоти від невілених планів і нереалізованих можливостей. У філософії цей процес відомий як “автопроекування”; помічено, що пов'язаний з ним цикл є нескінченним і заводить звичайно в глухий кут. Людина, яка потрапляє в таке замкнене коло, відчуває гіркоту від усвідомлення потенційно можливих благ, яких їй, однак, не вдалося отримати. Вона гостро переживає короткочасність буття і не бачить для себе ніякого виходу [2, с. 244].

Слід додати, що негативні СКД, які утворюються в результаті таких оцінних критеріїв, призводять не так до змін у самих їхніх структурах, як до глибинних психічних трансформацій, перегляду життєвих принципів та набуття суто аутсайдерської свідомості в результаті негативної оцінки власного життя як у реальному, так і в потенційно можливому його вимірі.

Проте потрібно завжди враховувати, що в психологічній літературі постійно трапляються аналогічні описи в різних авторів, де ті ж самі СКД можуть бути дещо по-іншому інтерпретовані чи названі, мати схожу структуру, проте елементи таких структур, об'єднань, констеляцій тощо

за всієї подібності мають різні назви. Їх можуть бачити, фіксувати, досліджувати з різних методологічних позицій, але сутність усе-таки зводиться до одного: у психічному людини відбувається процес накопичення емоційно забарвлених елементів, які мають тенденцію до об'єднання в новоутворення (конденсації), після чого різко підсилюється, а часто й генералізується їхній вплив на психіку людини. У своєму дослідженні ми торкаємося проблематики накопичення лише негативного досвіду, що лежить в основі започаткування феномена, який дістав назву соціально-психологічного аутсайдерства.

Зауважимо, що в загальних рисах опис СКД нагадує висновки К. Г. Юнга про комплекси як про певні накопичення, або, краще сказати, автономні сутності, у психіці людини, адже саме аналітична психологія розглядає тенденції поділу психіки на автономні комплекси, її здатність виходити з-під контролю, “вриватися в тіло” і навіть викликати гострі форми особистісної дезінтеграції. Можливо, цей процес правильніше було б назвати дисоціацією [7]. Виходячи із цих міркувань, можна стверджувати, що Юнг іде далі від Грофа в питанні впливу автономного утворення на психіку як таку і на її цілісність. Комплекси, за Юнгом, є одним з аргументів у спростуванні ідеї монолітності психіки, адже вони здатні зростати у своїй автономності настільки, що можуть поводитися як незалежні істоти, оскільки є утвореннями психіки, які, так би мовити, від неї “відколотися”. З позицій аналітичної психології, “комплекс – це набір образів та ідей, які здатні групуватися навколо серцевини (саме тут аналогія між комплексами і СКД сягає свого апогею) і мають своїм джерелом один або кілька архетипів та характеризуються загальною емоційною налаштованістю (архетипи в цьому разі відіграють роль травматичного ядра)” [там само, с. 118]. Для нас же важливим є передусім те, що різні комплекси здатні утворювати психічні об'єднання і конденсуватися. У такому стані вони стають найбільш активними і набувають здатності змінювати не лише поведінку особистості, а і її базові ментальні характеристики. Такі зміни, як правило, супроводжуються численними афектами і невротичними симптомами. Саме їх Юнг вважав “архітекторами сновидінь”, або “*via regia*” (“царський шлях”) у царство несвідомого. Психологію, яка б вивчала такі речі, він планував назвати комплексною [там само, с. 119].

Наведемо ще один приклад. Природа людини може бути інтерпретована як така, що має виразні тенденції до розвитку адаптаційних можливостей та економії енергії. Саме необхідністю набуття таких рис можна пояснити існування так званої стереотипізації свідомості. Зазначимо, що в цьому разі ми також маємо справу з процесами накопичення та конденсації. Стереотипи, що зародилися і склалися в результаті певного драматичного чи суто негативного сприйняття

дійсності, продовжують існувати в умовах, здавалося б, зовсім для них непридатних, або навіть у тому разі, коли існує інформація, що такому існуванню суперечить. Цей феномен можливий не лише завдяки фільтрації інформаційних кластерів відповідно до переконань чи набутих світоглядних засад, які в певний момент часу є домінуючими та утворюють психічну валентність, а й завдяки активним пошукам патернів, що підтверджували б такі стереотипні позиції, та готовності до заперечення всієї інформації, яка цим засадам суперечить. Гіпотеза, що базується на певних світоглядних засадах, так би мовити, спонукає до упередженості в підборі подальшої інформації. Слід також зауважити, що пошук світоглядних засад, осмислених патернів навіть там, де їх немає, глибоко закорінений у психіці людини [8, с. 121]. У ній, схоже, є доволі сильні тенденції, що завжди спонукають людину до певної самооцінки, ідентифікації, зіставлення себе з іншими, визначення свого місця в соціумі чи групі. Відомо також, що для руйнування стереотипів потрібно набагато більше психічної енергії, ніж для їх утворення. Надзвичайно стійкими є стереотипи, вироблені імпліцитним пізнанням, що обертається появою стійких настановлень на інтуїтивному та раціональному рівнях. У результаті людині набагато простіше прийняти якусь позицію, світоглядну засаду, бренд, спосіб мислення, ніж потім відмовлятися від таких речей. Більше того, процес відмови від стереотипів, якими б вони не були, є майже завжди складним і болісним [там само, с. 106–130].

У когнітивних теоріях [5] підкреслюється не лише значення когнітивних схем у пізнанні світу, а й роль сформованих систем переконань, особливостей перебігу інтелектуальних процесів, на основі яких виникають спонтанні ідеї та думки, судження щодо самооцінки, бачення себе у світі. Можна сказати, що встановлюється і досить чітко функціонує “система координат”, яку можна назвати особистістю, стилем життя особистості, світобаченням чи якимось інакше. Зрозуміло, що така структура базується на особистісному досвіді, знаннях, оцінних судженнях, цілепокладанні тощо. Відомо, що саме на основі цієї системи виникають так звані *автоматичні думки* як “спонтанні внутрішні висловлювання чи судження”, які наскрізь пронизують свідомість, виконуючи функцію певної “розумової жуйки” [9, с. 70]. Утім, слід вирізняти ще й довільні думки як повністю усвідомлені і сформовані самою людиною. На відміну від них автоматичні думки є “більш стійкими і менш доступними ... і зазвичай відрізняються сильною дією” [там само, с. 70]. Проте як перші, так і другі виникають на основі переконань, світоглядних засад і певним чином співвідносяться з ними. Прийнято вважати, що автоматичні думки не усвідомлюються особистістю і “залягають” нижче рівня усвідомлення того, що відбувається. Вони є внутрішніми судженнями, що виникають спонтанно і походять від переконань особистості, які не завжди

усвідомлюються. Слід наголосити, що автоматичні думки можуть формувати так звані викривлені, або дисфункційні, системи переконань особистості. Таким чином можуть виникати певні ірраціональні переконання чи навіть когнітивні спотворення, що накладатимуть певний відбиток на психіку особистості. Саме тут слід згадати про вже відомі процеси накопичення та конденсації, що призводять до аутсайдерського світогляду.

Отже, розглянувши три приклади описів аналогічних або схожих явищ у свідомості людини, можемо припустити, що саме вони є складовими одного процесу, який можна було б назвати процесом трансформації ментальних характеристик, набуття нових форм свідомості, серед яких досить поширеною формою є соціально-психологічне аутсайдерство.

Сформулюємо відтак *висновки*, в яких і спробуємо окреслити основні принципи теорії психодинамічних систем негативного досвіду.

1. Оскільки пам'ять є невід'ємною складовою ментальних процесів, у свідомості, а також у сфері несвідомого постійно накопичуються ментальні записи певного емоційного забарвлення. Роль первинних складових таких записів виконують енграми, які утворюють більш складні ієрархічні структури, що часто називаються СКД – системами конденсованого досвіду. Їх можна визначити як особливе згущення спогадів, що складається з конденсованого досвіду і пов'язаних з ним фантазій різних періодів життя людини [3, с. 66]. (Зазначимо, що в різних описах аналогічні утворення можуть мати різні назви).

2. Спогади у свідомості людини діють не розрізнено, а мають чітко виражену тенденцію до утворення особливих ментальних груп. Це явище може бути названо *принципом сумарної дії емоційних зарядів*, у нашому випадку – негативних.

3. В описі процесу набуття аутсайдерської свідомості може бути використана узагальнена назва *психодинамічні системи негативного досвіду (ПСНД)*, що охоплює СКД, ТДКС, комплекси, автоматичні утворення та інші семантичні об'єднання, які можуть впливати на створення “негативного тла” перебігу життя людини. Отже, аутсайдерство (інсайдерство, лідерство) можна визначити як певне тло свідомості, на якому проходить життєва діяльність.

4. Психодинамічні системи негативного досвіду, зазнаючи дії подібного за походженням емоційного заряду достатньої сили, мають здатність різко підсилювати його і створювати загальне емоційне тло негативного характеру у свідомості індивіда. Таке тло може набувати домінуючого характеру і змінювати в негативний бік поведінку, настановлення, світоглядні засади людини, інакше кажучи, сприяти проявам аутсайдерської психології.

5. Суть аутсайдерської психології можна означити ще через одну складову – виникнення на основі вищезазначених процесів різного роду *апріорних очікувань*, які не відповідають реальності і викривлюють поведінку людини в бік чисто умоглядного песимізму в будь-яких життєвих ситуаціях. Саме їх наявність може істотно перешкоджати налагодженню нормальних стосунків у суспільстві та адекватному реагуванню індивіда на життєві події.

Оскільки негативні ментальні угруповання під дією певних чинників (наприклад, трансмодуляції СКД) можуть переходити в позитивні, потрібно детальніше вивчати закономірності цього процесу в подальших дослідженнях.

Література

1. Психологическая энциклопедия / под ред. Р. Корсини, А. Ауэрбаха. – 2-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 1096 с.
2. Энграмма памяти. Формирование энграммы памяти [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://blogmedika.ru /2008/11/04/formirovanie-engrammy-pamyati/>>
3. *Гроф С.* Человек перед лицом смерти / Станислав Гроф, Джоан Хэлифакс ; пер. с англ. Александр Неклесс, науч. ред. Владимир Майков. – М. : Изд-во Трансперсонального ин-та, 1996. – 235 с.
4. *Leuner H.* Die experimentelle Psychose / H. Leuner. – Berlin, Gottingen, Heidelberg : Springer Verlag, 1962. – 256 s.
5. *Leuner H.* Present State of Psycholytic Therapy and its Possibilities / H. Leuner // The Use of LSD in Psychotherapy and Alcoholism / Bobbs Merrill, Abramson H. A. (ed.). – Indianapolis-New York-Kansas City, 1967. – P. 101–116.
6. *Гроф С.* Области человеческого бессознательного / Станислав Гроф ; пер. с англ. В. Н. Михейкина и Е. И. Антоновой. – М. : Изд-во Трансперсонального ин-та, 1994. – 278 с.
7. *Крэйн У.* Психология развития человека. 25 главных теорий / У. Крэйн ; под науч. ред. А. А. Алексеева. – СПб. : Прайм-ЕВРО-ЗНАК, 2007. – 512 с.
8. *Сэмюэлз Э.* Словарь аналитической психологии К. Юнга / Э. Сэмюэлз, Б. Шортер, Ф. Плот ; пер. с англ. В. Зеленского. – СПб. : Азбука-классика, 2009. – 288 с.
9. *Майерс Д.* Интуиция / Дэвид Майерс. – СПб. : Питер, 2009. – 256 с.

Анцибор А. И. Проблематика обретения аутсайдерства: психодинамические системы негативного опыта

Излагаются основы теории психодинамических систем негативного опыта. В качестве носителей ментальной информации определяются энграммы, которые могут быть духовного, эстетического, музыкального или текстуального характера и объединяться в иерархические структуры, образуя первичные, вторичные объединения или же сети, имеющие тенденцию в свою очередь группироваться в системы конденсированного опыта и определять характер ментальной деятельности человека. Описывается принцип суммарного воздействия эмоциональных зарядов

негативного значення и его роль в ментальной сфере человека. Системы конденсированного опыта, трансфеноменальные динамические управляющие системы, комплексы, автоматические мысли, априорные ожидания рассматриваются как психодинамические системы негативного опыта, служащие необходимым условием приобретения аутсайдерской психологии.

Ключевые слова: энграммы, системы конденсированного опыта, трансфеноменальные динамические управляющие системы, комплексы, автоматические мысли, априорные ожидания.

Antsibor A. I. The problem of becoming an outsider: the theory of psychodynamic systems of negative experience

The article introduces basic ideas of the theory of psychodynamic systems of negative experience. Engrams, which can be of spiritual, aesthetic, musical or textual nature, are considered as carriers of mental information. Such engrams gather together in hierarchical structures, forming a primary, secondary, association, or networks, which tend to cluster in the systems of condensed experience, and determine the nature of the mental activity. The principle of the overall impact of the emotional charge of negative character and its role in the mental sphere of human is described. Systems of condensed experience, transphenomenal dynamic control systems, complexes, automatic thoughts, a priori expectations are considered as psychodynamic systems of negative experiences, which serve as a necessary condition for the acquisition of outsider psychology.

Key words: engrams, systems of condensed experience, transphenomenal dynamic control systems, complexes, automatic thoughts, a priori expectations.

МОТИВАЦІЯ МІГРАЦІЙНОЇ ПОВЕДІНКИ ОСІБ, ЯКІ ПЛАНУЮТЬ ПРАЦЕВЛАШТУВАННЯ ЗА КОРДОНОМ

О. Є. Блинова, м. Херсон

Розглядається мотивація міграційної поведінки осіб, які планують працевлаштування за межами країни. Розкривається поняття міграційної готовності та описується її структура. Міграцію визначено через прагнення людини до задоволення певних потреб як прояв соціальної мобільності, пов'язаної із самореалізацією особистості. Представлено результати емпіричного дослідження особливостей професійної самореалізації потенційних трудових мігрантів України.

Ключові слова: міграційна поведінка, міграційна готовність, професійна самореалізація.

Проблема. Вивчення властивостей та особливостей міграції як суспільного явища сьогодні набуває особливої актуальності у зв'язку з утворенням нових держав з певними межами і кордонами, а міграція за своєю суттю заперечує будь-які межі і кордони, що, власне, позначається на долі людей.

На сучасному етапі розвитку Української держави нагальною потребою стає вивчення причин і мотивів масштабного виїзду громадян країни за кордон з метою пошуку місця працевлаштування та заробітку, тобто трудової міграції. Вважаємо, що причиною виникнення міграційної готовності є усвідомлення ними обмеженості своїх можливостей для професійної самореалізації в Україні.

Мета статті: з'ясувати мотивацію міграційної поведінки осіб, які планують працевлаштування за межами країни.

Міграція – це полімотивоване суспільне явище, що породжується прагненням людини до задоволення певних потреб, є можливим завдяки її мобільності та реалізується як у фізичному, так і у віртуальному просторі [1, с. 3]. За наявності незадоволених потреб індивід стає більш мобільним: енергію для переміщення надає збудження будь-якої базової потреби. Назвемо в переліку таких потреб, наприклад, статеві потреби: секс-туризм, поїздки в пошуках шлюбного партнера; потреби самозбереження: біженство з “гарячих точок” планети; потреби в матеріальному добробуті: міграція в більш заможні країни; потреба в новій інформації: подорожування і туризм. Тобто в основі міграції завжди лежить незадоволеність людини місцем свого проживання і (або) своїм становищем.

До основних *причин* міграційних процесів належать: політичні переслідування, дискримінація (расова, етнічна, релігійна); стихійні лиха; реформи в державі; причини інтелектуального характеру; причини культурного характеру; причини економічного характеру. Що ж до наших співвітчизників, то причини сучасної трудової еміграції українців перебувають в суто економічній площині і мають на меті насамперед покращення добробуту [2]. З-поміж економічних причин можна виділити погіршення умов життя та праці, що призводить до бідності та злиденності населення, а також спричинює масове розшарування в суспільстві; це створює підґрунтя для поляризації і протистояння, конфліктів та суперечностей [3].

Мотивація міграційної поведінки полягає у формуванні в людини внутрішніх спонук для прийняття рішення щодо міграції та здійснення міграції під впливом потреби, інтересу, бажання, прагнення, ціннісних ідеалів і мотивів з метою очікуваної реалізації міграційної поведінки. Вивчення соціальної мотивації міграції потребує дослідження мотивів, якими керуються різні групи населення, приймаючи рішення про переїзд. Психологічний стан готовності людини до переселення, до переміщення (її настановлення, наміри) називають *потенційною* міграцією.

У нашому дослідженні з'ясовуються психологічні аспекти і психологічний зміст міграційної поведінки – від “відчуття неясної, туманної незадоволеності власним життям, оточенням, світом, який людина собі

побудувала; прагнення щось міняти, покращувати, прискорювати, приймати якісь кардинальні рішення” [4, с. 26] – до здійснення міграційного переміщення. *Міграційна готовність* – це психологічне новоутворення, що належить до проявів самоорганізації людини. У змістовому плані воно являє собою настановлення на добровільну зміну місця проживання або працевлаштування.

Міграційна готовність має системну детермінацію:

- запускова детермінація, пов’язана з несприятливими умовами життя людини (виникнення міграційної готовності зумовлене особливими сенсовими утвореннями, що знецінюють колишні види діяльності та породжують налаштованість на нові);

- власне причинна детермінація виникнення міграційної готовності особистості виявляється у спонуканнях, які зумовлюються розбіжністю між потребою людини в самореалізації і усвідомленням обмеженості можливостей для задоволення цієї потреби там, де вона живе [5]. Таким чином, зовнішні несприятливі умови життя, що перешкоджають самореалізації, тільки запускають процес формування міграційної готовності, але справжньою причиною її виникнення є криза ідентичності, внутрішній конфлікт як усвідомлення суперечностей між власними потребами і можливостями;

- зумовлююча детермінація (позаситуативні умови, об’єктивні і суб’єктивні, необхідні для виникнення міграційної поведінки) – визначається диспозиційними моментами (особистісними настановленнями, схильністю до певних загальних способів реагування на життєві труднощі). Ідеться про те, що шляхи розв’язання внутрішньоособистісного конфлікту залежать від індивідуальних особистісних особливостей, системи життєвих цінностей та смислів особистості.

Міграційна готовність є складним інтегральним утворенням, у якому можна виокремити два основних структурних блоки.

1. *Загальний – особистісна налаштованість на зміну регіону проживання.* Містить такі когнітивні та емоційні компоненти: усвідомлення конфлікту між вираженою або сильною потребою в самореалізації і недостатніми можливостями для цього у своєму регіоні, незадоволеність умовами життя, негативний образ місця проживання та, навпаки, привабливий образ того місця, куди людина прагне потрапити, уявлення про кращі можливості для самореалізації там.

До першого блоку належить також мотиваційний компонент – від виникнення перших думок про бажання і можливість міграції до чітко визначеного наміру поїхати. У поняттях концепції настановлення О. Г. Асмолова цей блок можна назвати смисловим рівнем міграційної готовності [6]. Вважаємо, що цей рівень водночас позначає перший етап

міграційної поведінки – міграційну рухливість, що відображає міграційні настановлення.

2. *Блок підготовки до практичної реалізації міграційної активності.* Також містить когнітивно-емоційний компонент, але він “наповнений” іншим змістом: людина точно знає конкретне місце, куди вона їде, знає засоби реалізації намірів (фінансове забезпечення переїзду і проживання на новому місці, джерела соціальної допомоги і т. ін.), має достатньо енергії та ентузіазму. У поняттях концепції настановлення О. Г. Асмолова цей блок можна назвати цільовим рівнем міграційної готовності [там само]. Цей рівень безпосередньо забезпечує етап підготовки до здійснення міграції, або потенційної міграції.

Для вивчення стану міграційної готовності осіб, що звернулися за консультацією щодо можливостей працевлаштування за кордоном або вже оформлюють документи для виїзду (потенційні мігранти на різних “стадіях” міграційної готовності), ми розробили анкету, яка передбачає зокрема визначення рівня задоволеності соціальною та економічною ситуацією в Україні, можливостями своєї професійної самореалізації. Ми виходили з припущення, що криза ідентичності особистості в основних сферах її життєдіяльності детермінує виникнення і формування міграційної готовності як спроби розв’язання суперечності між прагненням особистості до самореалізації і нездатністю знайти можливості самореалізації у своїй країні, тобто коли людина не бачить належних ресурсів для задоволення базових потреб, пов’язаних із самоактуалізацією особистості.

Опитування потенційних мігрантів було спрямоване на з’ясування усвідомленості вибору професійного шляху та задоволеності теперішнім професійним становищем (зарплатою, посадою, місцем роботи), виявлення бажаних перспектив на майбутнє. Усього було опитано 243 респонденти. В опитуванні взяли участь особи, що перебувають на обліку в Херсонському обласному центрі зайнятості населення та зверталися за консультацією з приводу можливостей виїзду за кордон з метою працевлаштування (159 осіб), та особи, що зверталися до офіційних установ та агенцій, суб’єктів господарської діяльності, які мають ліцензію Міністерства соціальної політики для провадження діяльності щодо пошуку трудових вакансій та працевлаштування громадян України за кордоном (84 особи).

Окремий тематичний блок анкети стосувався питань професійної самореалізації, а саме: міри усвідомленості вибору професії, задоволеності цим вибором, заробітної плати респондентів. Також ми намагалися визначити умовну відстань між посадою, яку обіймає респондент, і посадою, яку він хотів би обіймати; сферою діяльності, в якій людина працює на цей час, і сферою діяльності, в якій вона хотіла б працювати; заробітною платою, яку респондент отримував на останньому місці роботи, і заробіт-

ною платою, яку респондент вважає для себе достатньою, щоб забезпечити найнеобхіднішим себе і свою сім'ю. Можна припустити, що якщо людина свою професію обрала самостійно – “цілком усвідомлено, це була моя давня мрія”, повністю задоволена цим вибором, працює в тій сфері діяльності і на тій посаді, яку вважає для себе гідною; якщо в людини визначені перспективи професійного зростання, її цілком влаштовує заробітна плата, то можна говорити про професійну ідентичність, що відбулася (досягнена зріла ідентичність). І навпаки – якщо вибір професії був випадковим або вимушеним; ця професія не задовольняє потреби людини в самореалізації; людина відчуває, що хотіла б працювати в іншій сфері діяльності; її не влаштовує зарплата, то це є свідченням або дифузної ідентичності (у випадку, коли рівень незадоволеності високий, а рівень активних дій, спрямованих на зміну ситуації, досить низький – людина перебуває у стані розгубленості), або кризи ідентичності (якщо людина усвідомлює причину незадоволеності та активно шукає шляхи виходу). Крім того, респондентам було запропоновано за 7-бальною шкалою визначити, наскільки важливо є робота (професійна сфера) в їхньому житті (від 7 балів – “дуже важлива” – до 1 бала – “зовсім неважлива”) і що саме в професійній діяльності для респондента є найбільш важливим.

Спочатку ми спробували з'ясувати, яку останню посаду займали потенційні мігранти, та співвіднести цей вид діяльності з їхньою освітою за дипломом (свідоцтвом). Припускаємо, що якщо людина обирає професію усвідомлено і задоволена зробленим вибором, то з більшою ймовірністю можна очікувати збігу спеціальності та кваліфікації, які людина здобула в навчальному закладі, і реальної сфери діяльності й посади, на якій вона працює. Слід зазначити, що серед тих, хто перебуває на обліку в Херсонському обласному центрі зайнятості населення як безробітні, 19 осіб ще ніде не працювали – це наймолодша група опитаних (20–24 роки), і ще 6 молодих людей, які зовсім не мають стажу роботи і зверталися до агенцій з працевлаштування з приводу пошуку роботи за кордоном, – це загалом становить 10,3% від усієї вибірки респондентів. У цій групі більш як половина (52,6%) мають повну вищу освіту і ще 15,8% – базову вищу освіту, кожен третій досліджуваний має професійно-технічну освіту (31,6%). Бачимо, що молоді люди, які тільки-но закінчили вищі навчальні заклади та здобули освіту, спеціальність, тобто перспективні висококваліфіковані фахівці – інженери, економісти, юристи, екологи, дизайнери, бухгалтери тощо – навіть не роблять спробу знайти роботу в Україні.

Найбільш численна група опитаних нами респондентів працювала на підприємствах державної форми власності – 42,0%; 17,5% мали роботу на приватних підприємствах; 9,8% – у сфері освіти; 6,4% – на сільськогосподарських підприємствах; 8,7% працювали на морських або річкових суднах. У сумі це становить 84,4% від загальної кількості респондентів.

На індивідуальну трудову діяльність (власну справу) припадала найменша частка (5,3%) опитаних.

Зіставлення здобутої професії і сфери діяльності та посади, яку обіймає респондент, показує, що тільки трохи менше третини опитаних (28,3%) працює в тій галузі, яка відповідає напрямку їхньої професійної підготовки та рівню кваліфікації за дипломом; ще в п'ятій частини опитаних нами потенційних мігрантів (19,6%) спостерігається частковий збіг – або галузі діяльності, або рівня посади; решта – 41,8% респондентів – знайшли своє місце роботи під впливом випадкових чинників. Наприклад, людина, за освітою “психолог”, працює на посаді “продавець-консультант”; “учитель біології” займає посаду “старший касир”; “перукар” за освітою чомусь поповнює мобільні рахунки; “ткач”, “електрик”, “штукатур” працюють охоронниками в приватних фірмах; люди з різними спеціальностями займають посади “мерчендайзер”, “менеджер торгового залу”, що нібито ззовні престижно виглядає, але реально це людина, яка в супермаркетах розкладає товар на полицях, тощо.

Ступінь усвідомленості професійного вибору респондентів визначався на основі їхніх відповідей на запитання “Наскільки усвідомлено і самостійно Ви обрали свою професію?”. Отримані результати свідчать про те, що тільки третина респондентів (33,3%) у момент вибору професії і свого майбутнього життєвого шляху діяли самостійно, повністю розуміли та усвідомлювали, яку спеціальність вони обирають, у чому полягає її зміст, які можливості вона надає для подальшого працевлаштування, на який заробіток можна розраховувати тощо. Цілком випадково обрав сферу своєї професійної діяльності кожний десятий респондент, що становить 11,2% масиву вибірки. Більш як половина респондентів (55,5%) займають у цьому питанні пасивну екстернальну позицію, вважаючи, що соціально-економічні умови обмежують вільний вибір подальшого життєвого шляху. Можна припустити, що й відповідальність за успішність своєї професійної самореалізації людина “перекладає” на соціум.

У підгрупі тих, хто “цілком самостійно та усвідомлено обрав свою професію”, 76,4% працюють за фахом; у підгрупі людей, які вважають, що їхній вибір був вимушеним, зумовленим зовнішніми чинниками, вони не мали можливості повністю регулювати цей процес, тільки у 36,4% респондентів освіта за дипломом реалізується в праці. Відмінності підтверджено статистично за критерієм Фішера ($\phi_{\text{емп.}} = 2,89$; $p \leq 0,01$). Це підтверджує, що визначеність професійного шляху веде до формування більш зрілої професійної ідентичності: чіткого усвідомлення професійних цілей та способів їх досягнення (когнітивний компонент), отримання задоволеності від обраного виду діяльності (емоційний компонент), реалізації цілей у конкретній праці (поведінковий компонент), визначення вектора та перспектив професійної самореалізації.

Аналіз відповідей респондентів на відкрите запитання: “Уявіть, що Ви можете вільно обирати місце роботи і спеціальність. Де і ким Ви хотіли б працювати?” виявив, що у значної частини потенційних мігрантів спостерігається розбіжність між обраною професією, що відображає кваліфікація за дипломом, реальною сферою діяльності та видом роботи, яку виконує людина, і бажаною спеціальністю та сферою праці (у 36,4% респондентів не збігаються всі три позиції). Ще у чверті опитаних можна побачити збіг професії, отриманої в навчальному закладі (кваліфікація за дипломом), і бажаної спеціальності та виду праці, проте реальної роботи наразі або ж зовсім немає, або вона знайдена випадково і не збігається ані з кваліфікацією, ані з тим, чого б людині хотілося. Мабуть, цей факт можна вважати свідченням кризи професійної ідентичності – людина не здатна чітко визначитися у своєму професійному житті, не має сформованих цілей та перспектив; при цьому рівень важливості роботи (професійної сфери) для опитаних залишається досить високим – за 7-бальною шкалою середня оцінка по всій вибірці потенційних мігрантів становить 6,1 бала.

Проаналізуємо, що саме респонденти вважають найбільш важливим у роботі (мається на увазі професійна сфера діяльності респондентів). Результати можна співвіднести з ієрархією базових потреб за А. Маслоу: на першому місці за рівнем актуальності, значущості, напруженості для потенційних мігрантів (людей, що залишилися без роботи, і клієнтів агенцій з працевлаштування за кордоном) стоїть необхідність задоволення базових природних потреб – переважна більшість респондентів (84,9%) цінують у роботі заробітну плату та рівень доходу (деякі опитані навіть дописували: “якщо будуть гроші, то буде і все інше”). На друге місце поставлена значущість задоволення потреб у безпеці, тобто стабільності, сталості, упевненості тощо – 63,4% обрали варіант відповіді “стабільність роботи і оплати праці”. “Зміст роботи” і “престижність роботи”, що в сукупності відбивають соціальні афіліативні потреби особистості, обирають від чверті до третини опитаних (38,7% та 22,6%, відповідно). На четвертому рівні ієрархії потреб перебувають потреби в повазі – варіант відповіді “повага оточуючих” виявився значущим тільки для 33% респондентів; і, нарешті, потреба в самоактуалізації (варіант відповіді “можливість постійно підвищувати кваліфікацію”) є важливою для 30,2% опитаних. Отримані нами результати майже повністю вкладаються в класичну схему ієрархії потреб особистості в гуманістичній психології і підтверджують те, що переважна більшість потенційних мігрантів зупиняється в процесі самореалізації (як самоздійснення особистості) на першому базовому рівні, навіть задоволення потреби в безпеці і стабільності може бути відкладено; що стосується інших потреб, то важливими й актуальними вони виявилися тільки приблизно для третини респондентів. Тобто майже для

двох третин потенційних мігрантів зміст роботи, повага оточення, можливість підвищення кваліфікації є другорядними поняттями в оцінці праці.

Підтверджують такі висновки і результати аналізу відповідей на відкрите запитання: “Чого, на Вашу думку, Вам не вистачає, щоб почуватися успішною людиною?”. Відповіді структувалися на три умовні категорії:

1) “стабільність і порядок у країні” (“стабільності у всіх сферах життя”, “стабільної роботи і стабільної оплати”) – 16,4%;

2) “робота і заробіток” (“гідної роботи”, “гарної роботи з перспективами”, “можливості працювати”, “достойної та високооплачуваної роботи”, “стабільної роботи і грошей”, “достатку в сім’ї”, “грошей” тощо) – 83,1%;

3) “упевненість у собі” (“віри у власні сили”, “упевненості в завтрашньому дні”) – 8,7%.

Отже, спостерігаємо “блокованість” базових первинних потреб досліджуваних. Переважає більшість дотримується думки, що якщо будуть робота і гроші, то всі інші проблеми вирішаться майже автоматично; незначна кількість респондентів (16,4%) звертають увагу на стабільність у країні, що є відображенням напруженої потреби в безпеці; і зовсім мала частина опитаних (8,7%) зазначають власне психологічні чинники, які заважають почуватися “успішною людиною”.

Підсумовуючи результати емпіричного дослідження професійної сфери потенційних мігрантів, ми дійшли таких *висновків*. Серед тих, хто планує працевлаштування за кордоном, переважають люди з вищою та професійно-технічною освітою, що призводить до втрати державою висококваліфікованих фахівців. Половину потенційних мігрантів становлять ті, хто має сім’ю (одружені і народили дітей); це викликає порушення нормального функціонування повноцінної сім’ї, що негативно відбивається на вихованні дітей.

У вибірці потенційних мігрантів можна констатувати наявність кризи професійної ідентичності, що виявляється в таких показниках: більше ніж половина опитаних вважають, що їхній вибір професії був випадковим; соціально-економічна ситуація та об’єктивні обставини повністю зумовили їхній вибір, не залишаючи місця для власної активності; спостерігається розбіжність між обраною професією (за дипломом або свідоцтвом), реальною сферою діяльності респондента і бажаною сферою діяльності та посадою (у 36,4% опитаних не збігаються всі три позиції); найбільш важливим у роботі понад 80% опитаних вважають рівень зарплати, інші моменти – зміст роботи, повага оточення, престижність роботи, можливість підвищувати кваліфікацію – обираються тільки третиною досліджуваних, що дає підстави стверджувати, що в потенційних мігрантів значною мірою блоковані потреби найнижчого базового рівня, тому

потреби більш високих рівнів, пов'язаних із професійною самореалізацією, залишаються не актуалізованими.

Література

1. *Бондырева С. К.* Миграция (сущность и явление) / С. К. Бондырева, Д. В. Колесов. –2-е изд, стер. – М.: Изд-во Моск. психолого-социального ин-та; Воронеж: МОДЭК, 2007. – 296 с. – (Серия “Библиотека психолога”).
2. *Блинова О. Є.* Трудова міграція населення України у соціально-психологічному вимірі: [монографія] / О. Є. Блинова. – Херсон: РПО, 2011. – 486 с.
3. Зовнішні трудові міграції населення України / НАН України; Рада по вивченню продуктивних сил України; [Е. М. Лібанова (ред.), О. В. Позняк (ред.)]. – К.: РВПС НАН України, 2002. – 206 с.
4. Життєві домагання особистості: монографія / [за ред Т. М. Титаренко]. – К.: Педагогічна думка, 2007. – 455 с.
5. *Ишмухаметов Р. Р.* Депривация потребности в самореализации как фактор миграционной готовности личности: дис. ... канд. психол. наук: 19.00.01 / Ишмухаметов Руслан Рафифович. – Чита, 2004. – 178 с.
6. *Асмолов А. Г.* Психология личности: культурно-историческое понимание развития человека / А. Г. Асмолов. – М.: Смысл, 2007. – 528 с.

Блинова Е. Е. Мотивация миграционного поведения лиц, планирующих трудоустройство за границей

Рассматривается мотивация миграционного поведения лиц, планирующих трудоустройство за пределами страны. Раскрывается понятие миграционной готовности и описывается ее структура. Миграция определяется через стремление человека к удовлетворению каких-либо потребностей как проявление его социальной мобильности, связанной с самореализацией личности. Представлены результаты эмпирического исследования особенностей профессиональной самореализации трудовых мигрантов Украины.

Ключевые слова: миграционное поведение, миграционная готовность, профессиональная самореализация.

Blinova O. Ye. Motivation of migrational behavior of individuals who plan employment abroad

The motivation of migrational behavior of people planning employment abroad is considered in the article. The notion of migrational readiness is defined, its structure is described. Migration is determined through desire to satisfy the needs, as a display of social mobility connected with person's self-realization. The results of empirical study of Ukrainian labour migrants' professional self-realization peculiarities are presented.

Key words: migrational behavior, migrational readiness, professional self-realization.

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ СЕРЕД БІДНИХ ВЕРСТВ НАСЕЛЕННЯ

В. Ю. Вінков, м. Київ

У статті аналізуються найбільш поширені теоретичні й методичні підходи до вивчення соціального капіталу. Визначено рівні аналізу набуття соціального капіталу та основні показники, за якими має відбуватися емпіричне дослідження цього явища. Запропоновано можливий спосіб дослідження соціального капіталу в рамках соціально-психологічного підходу.

Ключові слова: соціальний капітал, цінності, ідентичність, соціальні мережі.

Проблема. Вивчення соціального капіталу породило багато підходів, кожний з яких дає власне розуміння цього явища, і кожний, безперечно, має право на існування, оскільки відкриває перед дослідником різні його сторони. Від того, який підхід обере дослідник, залежатимуть і результати, які він отримає. Тому проникнення в суть кожного підходу дасть змогу визначити пріоритети дослідження соціального капіталу і способів його набуття представниками бідних верств населення.

Мета статті: аналіз існуючих підходів до вивчення такого складного явища, як соціальний капітал; визначення їхніх спільних та відмінних рис, а також виділення показників, які слід було б покласти в основу емпіричного дослідження цього соціально-психологічного феномена.

У сучасних дослідженнях соціального капіталу склалися дві традиції: більш потужна – економіко-соціологічна, представлена напрацюваннями П. Бурдьє, Дж. Коулмана, Ф. Фукуями, Р. Патнема, І. Мачерінскене, Р. Мінкуте-Генріксона, Ж. Сіманевічене, В. Титова, Н. Тихонової, і дещо менш поширена – соціально-психологічна, що базується на доробку Н. Лебедевої, Л. Найдьонової, І. Семків, А. Татарка, М. Шихірева. Кожний із дослідників пропонує власне визначення соціального капіталу. Так, П. Бурдьє виділяє соціальний капітал поряд з економічним і культурним капіталом. Під соціальним капіталом дослідник розуміє сукупність реальних і потенційних ресурсів, які пов'язані з володінням стійкою мережею більш або менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства і визнання – іншими словами, членством у групі [1]. Дж. Коулман обстоює своє трактування соціального капіталу; на його думку, соціальний капітал являє собою певний вид ресурсу, який сприяє досягненню цілей актора за рахунок наявності структури соціальних зв'язків [2]. Ф. Фукуяма визначає соціальний капітал як набір неформальних цінностей чи норм, які поділяються членами суспільства і роблять можливим співробітництво всередині

ні цієї групи [3]. Згідно з Р. Патнемом, під соціальним капіталом слід розуміти ті особливості соціальної організації (принципи, норми, структури), які здатні посилити ефективність координованих дій, що реалізуються суспільством [4]. Група дослідників, серед яких І. Мачерінскене, Р. Мінкуте-Генріксон і Ж. Сіманевичене, вважають, що соціальний капітал – це свідоме використання індивідом, організацією, соціальною групою або всім суспільством соціальних мереж, які завдяки довірі, спільним нормам і правилам стають засобами досягнення мети [5]. Е. Гугнін і В. Чепак тлумачать соціальний капітал як продукт об'єктивації соціальних відносин, через який агенти у процесі їхньої взаємодії вступають у протиставлення або ж співпрацюють з метою завоювання домінуючої позиції в соціальному полі (просторі) [6]. О. Татарко розглядає соціальний капітал як сукупність психологічних стосунків, які сприяють підвищенню матеріального рівня індивідів і груп, не завдаючи шкоди суб'єктам економічної системи [7; 8].

Отже, *соціальний капітал можна визначити як потенційну спроможність членів соціальної групи свідомо або несвідомо використовувати ресурси соціальної мережі задля задоволення власних потреб*. Соціальний капітал є властивістю соціальних мереж, оскільки завдяки їй вони набувають принципово відмінних ознак порівняно з простими соціальними зв'язками. Такими ознаками є доступність до ресурсів, корисність і продуктивність самої соціальної мережі, які будуть сприяти професійному або особистісному розвитку кожного її члена. У такій мережі відбувається не просто налагодження контактів між її членами, а створення соціальної структури, в якій кожен член зацікавлений в її підтримці і розвитку за рахунок отримання особистої користі. Саме тут суспільне і особисте стають єдиним, тобто через отримання особистої користі підтримується вся структура соціальних зв'язків.

Структура соціального капіталу. У підходах як зарубіжних, так і вітчизняних дослідників досі не вироблено єдиної точки зору щодо структури соціального капіталу. Дж. Коулман виділяє такі компоненти соціального капіталу, як зобов'язання, очікування, надійність структури, інформаційні канали, норми та ефективні санкції [2]. Р. Патнем звертає увагу на компоненти, без яких не може існувати соціальний капітал: довіра, норми взаємності, структура громадської залученості і взаємозв'язки (вертикальні і горизонтальні) [4]. Ф. Фукуяма визначає за головні норми соціального капіталу норми співробітництва, які включають такі цінності, як довіра, правдивість, виконання зобов'язань [3]. Н. Лебедева, О. Татарко як елементи структури соціального капіталу, від якої відштовхуються у своїх дослідженнях, виділили: довіру, соціальну згуртованість, спільну ідентичність, взаємну толерантність і спільні цінності [9]. П. Шихірев, аналізуючи соціальний капітал під кутом зору соціально-психологічного

підходу і визначаючи його як якість соціальних мереж, виділяє такі компоненти: суб'єкти взаємодії – актори; відносно стійкі зв'язки і переплетення між ними; суб'єктивні оцінки акторами цих зв'язків відповідно до позицій у системі зв'язків; прийняті акторами правила взаємодії, які обумовлені соціокультурним контекстом [10].

Умови функціонування соціального капіталу. Наявність стабільної структури соціальних зв'язків, довіри між особами, які залучені в мережу цих зв'язків, спільної ідентичності, таких цінностей, як норми взаємності та співробітництва, дотримання зобов'язань і правдивості, є головною умовою набуття соціального капіталу.

Набуття соціального капіталу суб'єктами взаємодії відбувається на основі дотримання негласного договору, відповідно до якого кожна зі сторін бере на себе зобов'язання керуватися певними правилами. Негласний договір спирається не так на чітко визначені зобов'язання, як на взаємні очікування, які так само спираються на власні уявлення сторін про те, як слід дотримуватися правил.

Негласний договір не є строго нормативним документом, невиконання якого тягне за собою юридичну і матеріальну відповідальність. Суб'єкт взаємодії, який взяв на себе зобов'язання, може в будь-який момент відмовитися від його виконання, проте це призведе до певних наслідків у вигляді санкцій з боку іншого суб'єкта, який очікував виконання цього договору. Санкції мають суто психологічний характер і виражаються в утраті довіри до суб'єкта, який не виконав домовленості, якщо це взаємодія в діаді; у підриві його репутації та іміджу в очах соціальної групи і, нарешті, розриві соціальних зв'язків як найвищій мірі застосування санкцій.

П. Бурдье звертає увагу на те, що відтворення соціального капіталу передбачає неперервну роботу по налагодженню соціальних зв'язків, неперервні серії обмінів, під час яких визнання з боку соціальної групи постійно утверджується і підтверджується. Налагодження соціальних зв'язків, які ґрунтуються на довірі, сприяє обміну послугами і наданню допомоги один одному [1]. Обмін послугами між суб'єктами соціального капіталу відбувається нерівноцінно, якщо розглядати його під кутом зору економіки. Іноді ринкова вартість однієї послуги може перевищувати вартість іншої. Проте в набутті та збільшенні соціального капіталу має значення не реальна вартість послуги, а суб'єктивна оцінка суб'єктом цінності послуги. Важливо навіть, чи готові суб'єкти до нерівноцінного обміну послугами.

Методичні підходи до дослідження соціального капіталу. Залежно від позиції дослідника формується і мета дослідження. В. Титов, аналізуючи сучасні теорії соціального капіталу, пропонує розглядати його не крізь призму індивіда або суспільства, а через поступовий перехід з інди-

відуального рівня на наступні рівні залученості індивіда в більш складні соціальні утворення. На кожному рівні прояву соціального капіталу від індивіда вимагаються різні компетенції для оволодіння цим ресурсом. Саме ці компетенції свідчать про якісний стан людського капіталу. Дослідник виділяє чотири рівні прояву соціального капіталу:

1) безпосереднє оточення індивіда (сім'я, коло друзів, сусіди, робочий колектив) – завдяки залученості в такі соціальні мережі індивід може отримувати доступ до інших індивідів, які здатні допомогти у вирішенні його особистих проблем;

2) локальні громади (різноманітні товариства, кооперативи) – на цьому рівні можливість вирішення особистих проблем досягається шляхом вирішення деяких проблем цілої локальної громади;

3) суспільні і професійні організації (профспілки, асоціації) – соціальний капітал дає можливість індивіду відстоювати свої інтереси завдяки формальному членству;

4) різноманітні форми громадянської активності (політичні партії, рухи, акції) – індивід може відстоювати свої права, використовуючи інституційні механізми (вибори, референдуми, звернення в судові інстанції та органи державного управління тощо) [11].

А. Красилова звертає увагу на те, що соціальний капітал пов'язаний з традиційними показниками соціальної нерівності, такими як рівень добробуту, владні повноваження, культурний капітал та інші статусні характеристики. Рівень соціального капіталу визначає – як додаткові можливості – отримання різноманітних благ і послуг або досягнення соціально-економічного статусу завдяки залученню до соціальної мережі. Дослідниця пропонує проводити аналіз тих сфер, з якими найчастіше стикається суспільство:

- *фінанси і побут* – можливість позичити гроші і різні матеріальні речі у знайомих;
- *зайнятість* – можливість знайти роботу, отримати підвищення або знайти співробітника;
- *здоров'я* – отримати малодоступні медичні послуги для себе (родичів, знайомих);
- *освіта* – влаштувати дитину (свою, своїх родичів, знайомих) у дошкільний заклад, школу, коледж, ВНЗ тощо;
- *суд* – вирішити проблеми з представниками влади (міліцією, армією, судом, прокуратурою);
- *житло* – отримати муніципальне житло або матеріальну підтримку в купівлі житла від держави.

Обсяг соціальних ресурсів, до яких може долучитися особа, визначає рівень соціального капіталу. А. Красилова пропонує, окрім дослідження горизонтальної диференціації, що визначається кількістю

соціальних ресурсів, досліджувати ще й вертикальну диференціацію – якість соціальних ресурсів. Вертикальна диференціація соціального капіталу залежить від статусу мереж, до яких належить індивід. Чим вищий статус соціальної мережі, тим ширші можливості і різноманітніші ресурси, доступні через цю мережу [12].

Сасаки Мамамісі, В. Давиденко, Ю. Латов, Г. Ромашкін, Н. Латова досліджують інституційну довіру як елемент соціального капіталу. Використовуючи типологію довіри, вони виділяють вертикальну довіру, під якою розуміють довіру до інститутів і їхніх представників, а також горизонтальну довіру – довіру до людей. Залежно від потреб особи, групи або суспільства в цілому, які задовольняє той чи той інститут, виділяють п'ять основних соціальних мегаінститутів: інститут сім'ї і шлюбу, політичні інститути, економічні інститути, інститут освіти, інститут релігії. Довіра до соціальних мегаінститутів складається з довіри до окремих інститутів, формальних і неформальних, які утворюють цей мегаінститут. Співвідношення рівнів інституційної і міжособової довіри є “термометром” здорового суспільства: високі показники інституційної і міжособової довіри ведуть до набуття значного соціального капіталу, низькі показники – до припинення суспільної взаємодії, коли координовані дії людей утруднюються через недовіру один до одного [13].

Н. Тихонова розуміє під соціальним капіталом не стільки наявність стосунків, які ґрунтуються на довірі або залученості в неформальні мережі стосунків і взаємовідносин, скільки одну із форм капіталу (економічний, владний, культурний), які здатні до самовідтворення і накопичення, мають ліквідність, конвертуються одна в одну і забезпечують збільшення сукупного капіталу. Розрізнення таких соціально-економічних явищ, як ресурс соціальних мереж, соціальний ресурс і соціальний капітал, дає можливість провести межу між ними і з'ясувати, коли ресурс соціальних мереж перетворюється в капітал. Капіталом соціальний ресурс стає тоді, коли можна встановити зв'язок між наявністю цього ресурсу і збільшенням інших різновидів капіталу, передусім економічного. З огляду на реалізацію цієї мети дослідниця виділила три основні форми залученості до соціальних мереж:

- *залученість у мережі повсякденних контактів і підтримки* – основним індикатором є відчуття індивідом присутності людей, з якими він має довірливі стосунки і до яких може звернутися по допомогу;
- *залученість в інституціоналізовані мережі (асоціації)* – ґрунтується на врахуванні постійних контактів у різноманітних добровільних організаціях, політичних партіях, клубах, гуртках;
- *наявність зв'язків як особливої форми мереж*, які забезпечують доступ до найбільш дефіцитних і високоефективних ресурсів, – включає факти використання респондентами зв'язків і знайомств для захисту своїх

інтересів, наявність представників більш заможних верств населення в їхньому оточенні, а також оцінювання ними власного статусу як достатньо високого з огляду на зв'язки і знайомства [14].

Ф. Адам, Д. Подменік вважають, що для дослідження соціального капіталу важливі такі індикатори, як міжособова довіра, участь у добровільних організаціях та обсяг неоплачуваної роботи в межах добровільної організації.

Міжособова довіра. Цей показник свідчить про готовність до комунікації і кооперації з незнайомими людьми.

Членство в добровільних організаціях: активна або пасивна участь у добровільних організаціях. Сила таких організацій полягає у формуванні так званої інтермедіарної сфери суспільства, яка є індикатором розвиненості громадянського суспільства і здатності частини або всього суспільства до самореалізації.

Обсяг неоплачуваної роботи в межах добровільної організації визначає, чи готова людина виконувати роботу без оплати в якій-небудь організації добровільно [15].

Н. Русинова, Л. Панова і Ф. Сафронов визначають соціальний капітал як міру залученості людини в різноманітні соціальні мережі і можливість отримання нею допомоги в складних життєвих обставинах від інших суб'єктів взаємодії у вигляді соціальної підтримки. Дослідники виділяють кілька типів соціальної підтримки:

- *емоційну* (прояв до певної людини з боку інших любові й турботи, симпатії і розуміння, визнання її значущості);
- *інструментальну* (практична допомога, коли людина неспроможна сама справитися з труднощами);
- *оціночну* (допомога в прийнятті рішень);
- *інформаційну* (отримання поради або необхідної інформації)

[16].

Н. Лебедева і О. Татарко як елементи структури соціального капіталу, від якої відштовхуються у своїх дослідженнях, виділили: довіру, соціальну згуртованість, спільну ідентичність, взаємну толерантність і спільні цінності.

Довіра. Дослідники спираються на два компоненти соціального капіталу – інституційну і міжособову довіру. До переліку інститутів та організацій для визначення рівня інституційної довіри увійшли: політичні партії, преса, міліція, органи місцевої влади, регіональна влада, телебачення, армія, федеральний уряд, парламент, система правосуддя, профспілки, великий бізнес, громадські організації, міжнародні організації, президент, церква, освітні установи.

Ідентичність і згуртованість. На переконання дослідників, громадянська ідентичність є важливим чинником, який виконує інтегративну

функцію в процесі економічного розвитку. Вони пропонують оцінювати громадянську ідентичність за двома критеріями: визначеністю (ступенем чіткості, зрозумілості, оформленості) і валентністю (ступенем позитивності-негативності) [9].

Л. Найдьонова, розглядаючи територіальну громаду, зосереджує увагу на таких індикаторах її сформованості, як емоційна належність, колективна ідентичність, мережа стосунків, готовність до колективної дії. З останнім показником дослідниця пов'язує наявний стан, рівень розвитку територіальних громад у містах України [17].

Досліджуючи взаємозв'язок ціннісної сфери і доступності до ресурсів соціальних мереж для студентської молоді, І. Семків виявила, що певні цінності більшою мірою сприяють набуттю різних форм соціального капіталу, а інші – меншою. Так, дослідниця вважає, що цінності доброзичливості та гедонізму впливають на збільшення кількості доступних ресурсів у приватній сфері знайомств, цінності універсалізму та досягнення визначають зростання кількості доступних ресурсів у публічній сфері, цінності стимуляції та самостійності є найбільш вагомим підґрунтям збільшення кількості доступних ресурсів усіх соціальних сфер [18; 19].

З огляду на вищесказане вважаємо, що наше дослідження проблеми набуття соціального капіталу бідними верствами населення має спиратися на обидва підходи – економіко-соціологічний і соціально-психологічний.

Економіко-соціологічний підхід передбачає дослідження кількох рівнів набуття соціального капіталу:

- 1) мікрорівень – безпосереднє оточення особи, з яким вона постійно взаємодіє (сім'я, коло друзів і знайомих, сусіди, робочий колектив);
- 2) мезорівень – на цьому рівні вирішення особистих проблем досягається шляхом вирішення деяких проблем усієї громади (різноманітні товариства, кооперативи, профспілки, асоціації) через формальне членство;
- 3) макрорівень – політичні партії, рухи, акції – особа може відстоювати свої права, використовуючи інституційні механізми (вибори, референдуми, звернення в судові інстанції та органи державного управління тощо).

На цих рівнях мають досліджуватися інституційна довіра до різноманітних організацій, активна або пасивна участь у добровільних організаціях (формальне або неформальне членство), виконання неоплачуваної роботи, тривалість членства в таких організаціях або частота взаємодії з ними, прагнення продовжувати своє членство і рівень задоволеності від залучення до їх діяльності. Отримані дані мають бути зіставлені з такими показниками, як рівень матеріального доходу, соціальний і професійний статуси.

Соціально-психологічний підхід, окрім таких вищезазначених показників, як міжособова довіра, ідентичність, згуртованість, готовність до колективної дії, ціннісна сфера, має досліджувати систему ставлень суб'єкта, який залучається до взаємодії:

1) ставлення суб'єктів один до одного, в якому може проявлятися або не проявлятися міжособова довіра;

2) ставлення до соціальних зв'язків, соціальних мереж та членства в них як до ресурсу, який допоможе вирішити власні проблеми;

3) ставлення до себе та усвідомлення власної цінності як ресурсу для інших.

Описана система ставлень суб'єкта взаємодії суттєво пов'язана, на нашу думку, з рівнем його соціально-психологічної компетентності. Якщо компетентність можна охарактеризувати як певний рівень знань, які людина може застосувати в практичній діяльності, то під соціально-психологічною компетентністю слід розуміти знання людини, які вона може застосувати в міжособовій взаємодії. Л. Лепіхова вважає, що така компетентність виявляється у сфері інтерперсональної взаємодії, взаємин та спілкування в процесі залагодження проблемних життєвих ситуацій, здійснення особистісних виборів та самоствердження [20, с. 89]. Ідеться про особливу здатність відчувати ситуацію, людей, розуміти психологію їхньої поведінки, уміти налагоджувати взаємини, а через них – розуміння і спільну діяльність. До базових психологічних властивостей такої компетентності дослідниця відносить високий рівень соціальної активності, соціальної перцепції, соціального інтелекту, комунікативності та особистісної гнучкості. Індивідуальні відмінності в їхніх виявах впливають на конструктивність та успішність міжособової взаємодії.

Висновки. Отже, всі емпіричні дослідження, які досі проводилися в площині економічної соціології, зосереджували свою увагу передусім на вивченні міжособової та інституційної довіри, доступності до ресурсів соціальних мереж, на зіставленні тих чи тих характеристик з економічними та соціальними показниками, такими як рівень доходу, матеріальне забезпечення, статус. Водночас здебільшого залишаються поза увагою дослідників особливості і чинники набуття суб'єктом такого важливого ресурсу, як соціальний капітал. Це зумовлює певну обмеженість у трактуванні цього явища; тільки звернення до соціально-психологічного підходу дало б змогу пояснити, як, власне, набувається соціальний капітал, які соціально-психологічні передумови цього процесу. Тому, крім таких соціально-психологічних показників, як міжособова довіра, ідентичність, згуртованість, ціннісна сфера, готовність до колективної дії, вважаємо за доцільне дослідити ставлення суб'єктів взаємодії один до одного, ставлення до соціальних зв'язків, соціальних мереж та членства в них як до ресурсу і ставлення до себе як ресурсу для інших.

Література

1. Бурдые П. Формы капитала / П. Бурдые // Экономическая социология. – 2002. – Т. 3 – № 5 – С. 60–74.
2. Коулман Дж. Капитал социальный и человеческий / Дж. Коулман // Общественные науки и современность. – 2001. – № 3. – С. 122–139.
3. Фукуяма Ф. Великий разрыв [Электронный ресурс] / Ф. Фукуяма. – Режим доступа : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/fuku/index.php.
4. Патнэм Р. Чтобы демократия сработала. Гражданские традиции в современной Италии / Р. Патнэм. – М. : Ad Marginem, 1996. – 258 с.
5. Мачеринскене И. Социальный капитал организации: методология исследования / И. Мачеринскене, Р. Минкуте-Генриксон, Ж. Симаневичене // Социс. – 2006. – № 3. – С. 29–39.
6. Гугнин Э. Феномен социального капитала / Э. Гугнин, В. Чепак // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2001. – № 1. – С. 49–56.
7. Татарко А. Н. Психологическая структура социального капитала: анализ и эмпирическое исследование / А. Н. Татарко // Модернизация экономики и глобализация : в 3 кн. / отв. ред. Е. Г. Ясин ; Гос. ун-т – Высшая школа экономики. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2009. – Кн. 2. – С. 372–382.
8. Татарко А. Н. Функциональная роль гражданской идентичности в структуре социального капитала / А. Н. Татарко, Н. М. Лебедева // Идентичность и организация в меняющемся мире : сб. науч. статей. – М. : Изд. дом ГУ ВШЭ, 2008. – С. 13–41.
9. Лебедева Н. М. Ценности и социальный капитал как основа социально-экономического развития / Н. М. Лебедева, А. Н. Татарко // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований) – 2010. – Т. 2. – № 1. – С. 17–34.
10. Социальный капитал: теория и практика. Социальный капитал как научная категория // Общественные науки и современность. – 2004. – № 4 – С. 4–23.
11. Титов В. Н. Социальный капитал в контексте проблемы формирования гражданского общества / В. Н. Титов // Социосфера. 2010. – № 1. – С. 65–70.
12. Красилова А. Н. Социальный капитал как инструмент анализа неравенства в российском обществе / А. Н. Красилова // Мир России. – 2007. – № 4. – С. 160–180.
13. Проблемы и парадоксы анализа институционального доверия как элемента социального капитала современной России / Сасаки Масамиси, В. А. Давыденко, Ю. В. Латов и др. // Journal of Institutional Studies (Журнал институциональных исследований). – 2009. – Т. 1. – № 1. – С. 20–35.
14. Тихонова Н. Е. Социальный капитал: теория и практика. Социальный капитал как фактор неравенства / Н. Е. Тихонова // Общественные науки и современность. – 2004. – № 4. – С. 24–35.
15. Адам Ф. Социальный капитал в европейских исследованиях / Ф. Адам, Д. Подменик // Социс. – 2010. – № 11. – С. 35–48.
16. Русинова Н. Л. Здоровье и социальный капитал (Опыт исследования в Санкт-Петербурге) / Н. Л. Русинова, Л. В. Панова, Ф. Ф. Сафронов // Социологические исследования. – 2010. – № 1. – С. 87–100.

17. *Найдьонова Л. А.* Самоорганізаційні компоненти розвитку територіальних громад міста / Л. А. Найдьонова, А. М. Оцалюк // Наукові студії із соціальної та політичної психології : зб. статей. – К., 2007. – Вип. 15 (18). – С. 89–102
18. *Семків І.* Довіра в структурі соціального капіталу: психологічний аналіз / І. Семків // Соціальна психологія. – 2010. – № 5 – С. 99–106.
19. *Семків І. І.* Індивідуальні цінності як психологічні механізми формування соціального капіталу / І. І. Семків // Проблеми сучасної психології : зб. наук. праць КПНУ імені Івана Огієнка, Ін-ту психології імені Г. С. Костюка АПН України. – 2010. – Вип. 10. – С. 699–709.
20. Особистісний вибір: психологія відчаю та надії / за ред. Т. М. Титаренко. – К. : Міленіум, 2005. – 336 с.

Винков В. Ю. Методические основы исследования социального капитала среди бедных слоев населения

В статье анализируются наиболее распространённые теоретические и методические подходы к изучению социального капитала. Определены уровни анализа приобретения социального капитала и основные показатели, с помощью которых следует проводить эмпирическое исследование этого явления. Предложено возможный путь исследования социального капитала в рамках социально-психологического подхода.

Ключевые слова: социальный капитал, ценности, идентичность, социальные сети.

Vinkov V. Yu. Methodological basics of the study of social capital among poor population

The most common theoretical and methodological approaches to the problem of social capital are analyzed at the article. Levels of social capital getting and its indicators are determined to study this phenomenon. It is proposed the possible way to study of social capital in social and psychological approach.

Key words: social capital, values, identity, social networks.

**ПСИХОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ СХИЛЬНОСТІ АДЕПТІВ ДО
ЗВЕРНЕННЯ В ДЕСТРУКТИВНІ КУЛЬТИ З УРАХУВАННЯМ
ІНДИВІДУАЛЬНО-ТИПОЛОГІЧНИХ ВЛАСТИВОСТЕЙ
ОСОБИСТОСТІ (НА ПРИКЛАДІ НРО “СВІДКИ ЄГОВИ”)**

О. О. Войновська, м. Сімферополь

Статтю присвячено проблемі звернення адептів до нетрадиційних релігійних організацій (НРО). Робиться припущення, що залучення до релігійних культів не завжди пов’язане з індивідуально-типологічними рисами особистості, як це зазвичай трактується в повсякденній свідомості й обстоюється в наукових дослідженнях. Експериментально на прикладі “Свідків Єгови” показано, що залучення до НРО залежить не тільки від індивідуально-типологічних особливостей особистості; за допомогою тео-

ретичного аналізу підтверджено, що ця сфера, яка є “мішенню” впливу, може перебувати в царині ціннісних орієнтацій, а це значною мірою розширює діапазон потенційних жертв релігійних культів.

Ключові слова: релігійність, нетрадиційна релігійна організація (НРО), секта, ціннісні орієнтації, індивідуально-типологічні властивості особистості.

Проблема. З кінця минулого століття в Україні спостерігається стрімке зростання числа нетрадиційних релігійних організацій та культів. Одночасно збільшується кількість звернень до психологів, психотерапевтів та психіатрів осіб, залучених до діяльності цих організацій, та їхніх родичів. Незважаючи на те, що означена проблематика набуває сьогодні державного масштабу, в Україні психологічний аспект цього явища і передумови його виникнення належним чином досі не досліджувалися. Наявні численні зарубіжні дослідження в цій галузі не можуть повною мірою відповідати запитам української дійсності через відмінності соціокультуральних, традиційно-ментальних та інших характеристик.

Більшість неофітів нетрадиційних релігійних груп – це молоді люди. Відхід від активного громадського життя, роботи, навчання, відмова від служби в армії, розрив сімейних зв'язків – часті наслідки участі в таких організаціях. Чим зумовлені такі явища? Чи можливо запобігти втягванню молоді людини в нетрадиційні релігійні групи? Наукове осмислення цих проблем набуває сьогодні все більшої актуальності.

Психологічні особливості членів нетрадиційних релігійних організацій досліджено наразі недостатньо. Необхідність вивчення особистісних властивостей adeptів культів стає все більш очевидною із зростанням чисельності цих організацій. Питання профілактики залучення до деструктивних культів не може бути успішно вирішене без урахування психологічних, зокрема індивідуально-типологічних, особливостей прихильників нетрадиційної релігійності. У зв'язку із цим такі дослідження ми вважаємо особливо актуальними.

Мета статті: провести психологічний аналіз схильності adeptів до звернення в деструктивні культи (на прикладі НРО “Свідки Єгови”) залежно від індивідуально-типологічних властивостей особистості.

Дійсність вимагає уваги до нових явищ, зокрема й до нетрадиційної сектантської релігійності. Дослідники і раніше вивчали секти, історію їх появи, обряди, особливості богослужіння, життєвий уклад (А. І. Клібанов, І. А. Кривселєв, Д. М. Угринович та ін.). Але тоді, коли проводилися ці дослідження, – у 60–80-х роках – сектантська релігійність не виявлялася в таких масштабах, як це ми спостерігаємо сьогодні.

Вітчизняні і зарубіжні науковці вивчають різні аспекти нетрадиційної релігійності, збільшується кількість робіт із цієї тематики (Є. Н. Волков [1–3], Т. В. Євгенєва, Ф. В. Кондратьєв, Д. Г. Трунов, І. А. Чеснокова [4], М. Галантер, Х. Ремшмідт [5], С. Хассен та ін.). Проте психологічні особливості потенційних жертв нетрадиційних релігійних організацій вивчено ще недостатньо.

Отже, у зв'язку з поширенням новітніх сект і залученням усе більшого числа людей до таких організацій дослідники звертають свою увагу на питання нетрадиційної релігійності, зокрема на причини, через які молоді люди втягуються в секти. Так, наприклад, Х. Ремшмідт вважає, що в секти вступають в основному інфантильні молоді люди, які не можуть адекватно адаптуватися до навколишньої дійсності [5]. На думку Ч. Гатто Трокка, причиною значного поширення культів і зростання їх чисельності є самотність сучасного жителя мегаполісу, бідність його емоційних зв'язків, ціннісна дезорієнтація, криза інституту сім'ї (див. [6]). Л. Д. Пилипенко стверджує, що духовна порожнеча – результат втрати цінностей, яка проявляється на індивідуальному рівні у відчуженні від ідеологізованих ідеалів і потребі у внутрішній свободі [7]. За спостереженням Д. Майєрса, у секти вступають молоді люди із середнього класу – найбільш вразливі й довірливі (див. [6]).

Особливу увагу дослідники приділяють проблемі типології людей, які частіше за інших потрапляють під вплив нетрадиційних релігійних організацій. Відомо, що до релігійних організацій залучаються здебільшого люди з певними індивідуально-типологічними властивостями. Відповідну типологію запропонувала Р. М. Грановська, виділивши серед релігійних adeptів чотири групи: першу складають люди, що страждають на психічні захворювання, акцентуовані особистості; до другої належать психічно здорові люди із слабким характером; третя група складається з людей, які не зуміли реалізувати себе в сімейному житті або професійній діяльності; до четвертої віднесено повноцінних і духовно розвинених людей, чий духовний пошук не знайшли реалізації в традиційному суспільстві [8].

Дослідження психологічних особливостей adeptів деструктивних культів провела І. А. Чеснокова. Було виявлено ряд індивідуально-типологічних властивостей adeptів: сугестивність, поступливість, лагідність, нерозвиненість критичного мислення, податливість до чужої думки. Перераховані психологічні особливості можуть бути як причиною, так і результатом перебування в секті. Необхідно з'ясувати передусім психологічне підґрунтя залучення в секти, що допомогло б розробити ефективні заходи щодо профілактики втягування молоді в культу [4]. Тож ми вирішили перевірити, які саме індивідуально-типологічні властивості особистості призводять до навернення людини в секту.

У нашому дослідженні взяли участь члени релігійної організації “Свідки Єгови”. Дослідники, громадські організації розходяться в оцінках щодо діяльності цієї релігійної групи. Чи є підстави вважати її сектою і тоталітарним культом? Чи може вона бути прикладом нетрадиційної релігійної організації, деструктивним культом, діяльність яких негативно позначається на розвитку особистості? Ці питання потребують окремого розгляду. Тому ми використовуватимемо для її позначення термін “НРО” (“нетрадиційна релігійна організація”). Засновник цієї організації – Ч. Т. Рассел. Йому належить ціла серія тлумачень Святого Письма під назвою “Тисячолітня зоря”. Цей коментар, що дістав назву “Вивчення Письма”, і є основним тлумаченням Святого Письма в цій організації.

З кінця минулого століття секта почала поширювати свій вплив надзвичайно швидко. Це релігійна група есхатологічного спрямування, тому що нею часто оголошувалися дати кінця світу [9]. Аналіз культової практики показує, що секта використовує контроль поведінки, емоцій і способу мислення. Це виражається у створенні і підтримці в адептах почуття провини через власну духовну недосконалість. Провокування психічно нестійких станів здійснюється введенням великої кількості заброн, як то: віддавати честь національному прапору, брати участь у мобілізації в разі воєнних дій, відзначати державні та особисті свята, вдаватися до переливання крові, бути донором; спілкуватися з тими, хто не поділяє віровчення організації поза ситуацією вербування, і т.ін. Створюється і підтримується постійна психічна напруженість, яка виснажує індивіда. Ці переживання посилюються очікуванням кінця світу і напруженою діяльністю по збільшенню кількості неофітів [9].

Як бачимо, діяльність цієї організації досить сумнівна, а тому постає потреба в дослідженні тих, хто є потенційними її жертвами, і розробленні на цій основі програми психопрофілактики та психокорекції їхньої поведінки. Наше завдання полягало у виявленні тих індивідуально-типологічних особливостей, які роблять людину потенційним адептом НРО “Свідки Єгови”.

Відповідно до мети емпіричного дослідження ми сформувавши дві групи – експериментальну і контрольну (за національним складом – українці і росіяни). До експериментальної групи увійшло 20 осіб – членів НРО “Свідки Єгови” (10 чоловіків і 10 жінок). Учасники експериментальної групи на момент дослідження були членами НРО “Свідки Єгови” менше як по півтора року (середня тривалість перебування в культовій організації становила по групі 1,06 року). Вищу освіту в експериментальній групі мали 9 осіб, незакінчену вищу – 4, повну середню – 5, середню професійну – 2 особи. Середній вік учасників групи становив 23,9 року.

До контрольної групи, що відповідала за кількістю та співвідношенням чоловіків і жінок експериментальній, увійшли студенти старших

курсів Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського, що проживали в Криму. Усі учасники групи заявили про те, що вони не належать до жодної нетрадиційної релігійної організації. Середній вік учасників контрольної групи становив 22 роки. Усі вони на момент дослідження мали незакінчену вищу освіту.

У ході дослідження експериментальної та контрольної груп за допомогою опитувальника К. Леонгарда – Г. Шмішека відмінностей щодо наявності акцентуацій характеру виявлено не було, хоча ми, беручи до уваги напрацювання Грановської [8], припускали, що в експериментальній групі будуть виявлені акцентуовані особистості. Так само не було виявлено статистично значущих відмінностей за факторами особистісного опитувальника Р. Б. Кеттелла – 16-FPQ-187-A. Такі результати суперечать уявленню про те, що члени нетрадиційних релігійних організацій повинні мати певні психологічні особливості, у чому переконано чимало вітчизняних і зарубіжних дослідників [2; 8; 11]. Наші ж дані є підставою для того, аби зробити висновок: на початковому етапі перебування адепта в культурі значних відмінностей на рівні індивідуально-типологічних особливостей у нього немає.

З огляду на отримані результати вважаємо за потрібне сформулювати ті припущення, які не знайшли підтвердження, хоча теоретичний аналіз наявних напрацювань з означеної теми давав усі підстави це зробити. Ідеться про те, що значущі відмінності повинні були проявитися за низкою факторів, наприклад:

- за фактором С: передбачалося, що випробувані експериментальної групи емоційно менш стійкі, ніж випробувані контрольної групи;
- за фактором Е: це свідчило б про те, що адепти культів вирізняються схильністю до підпорядкування, конформності, залежності;
- за фактором F2: як підтвердження того, що випробувані експериментальної групи виявляють більшу схильність до інтраверсії.

Отже, ми спробували довести, що залучення до НРО “Свідки Єгови”, як і до інших НРО, не залежить від індивідуально-типологічних властивостей особистості. А це, зрозуміло, істотно розширює діапазон потенційних жертв. Що ж до справжньої причини звернення людей до сект, то слідом за відомими дослідниками [5; 12] зробимо таке припущення: окреслена нами проблематика перебуває у сфері ціннісних орієнтацій. Оскільки більшість адептів сект – молоді люди, що переживають з огляду на свій вік становлення системи цінностей, можна стверджувати, що стадія становлення, формування сенсу життя є найбільш вразливою для зовнішніх впливів, зокрема впливу сектантських організацій. Закономірно припустити, що ризикові залучення до культів піддається кожна людина, чия система цінностей переживає період формування або перебудови. Можливо, цей фактор – *стан системи цінностей* – не є ситуативним, як

вважають деякі дослідники [4], а основним. Підтверджують це припущення і результати авторського спостереження, бесіди з adeptами, які показують, що на момент залучення до культу молоді люди переживали період формування системи ціннісних орієнтацій (суб'єктивно слід розуміти – період “пошуку сенсу життя”, “духовного пошуку”). Якщо це так, то люди, схильні оцінювати духовні цілі життя вище, піддаються ризикові залучення до культів, оскільки останні активно експлуатують тему духовного самовдосконалення задля залучення нових прихильників.

Із розглянутого вище випливає, що залучення до релігійної організації не пов'язане безпосередньо з індивідуально-типологічним рівнем особистості і що ризикові залучення до культів підлягає широке коло осіб, які переживають стадію становлення чи перебудови світогляду. Саме підлітки та особи юнацького віку перебувають на етапі формування ціннісних орієнтацій, а отже, переважно вони складають групу ризику, коли йдеться про залучення до секти. Виходить, *потенційною жертвою деструктивного культу є передусім уся молодь.*

Утім, уявлення про те, що члени сект – це особливі люди, якась відокремлена група із схожими характеристиками, індивідуальними особливостями, подібними рисами характеру, є досить поширеним у повсякденній свідомості. Це можна пояснити тим, що такі уявлення діють заспокійливо на громадську думку. Поширеним також є переконання, що “нормальна” людина в секту не піде. Багато хто вважає культистів фанатиками, психічно неврівноваженими людьми, навіть злочинцями. Отож дехто намагається переконати себе та інших, що в деструктивні культу потрапляють ті, кого не можна вважати нормальним, а значить суспільству не варто турбуватися через діяльність культів, оскільки “нормальних” людей усе ж таки більше і експансія подібних організацій їм не загрожує.

Результати проведеного емпіричного дослідження дають підстави для таких *висновків*:

- індивідуально-типологічні особливості особистості не слід вважати основною причиною залучення неофітів до нетрадиційних релігійних організацій;
- не знайшло підтвердження досить поширене уявлення про те, що членами деструктивних культів стають переважно люди з яскраво вираженими рисами характеру, які наближають їх до крайнього варіанта норми (акцентуації, психопатії). Уся розмаїтість характерів і психологічних типів представлена з однаковою частотою в обох досліджуваних групах, інакше було б виявлено значущі відмінності за рядом факторів і шкал, призначених фіксувати окремі особливості і риси;
- є підстави припускати, що не існує таких психологічних особливостей у вигляді рис характеру, типів особистості, які могли б бути

виділені в одну групу – групу ризику залучення до нетрадиційних релігійних організацій;

● теоретичний аналіз показав, що несформованість або “розхитаність” системи ціннісних орієнтацій є сприятливим психологічним ґрунтом для втягування в культи нових членів і збільшення числа нетрадиційних релігійних організацій.

У зв'язку із значним розширенням спектра потенційних adeptів НРО фахівці повинні глибше аналізувати сучасні суспільні процеси та пильніше придивлятися до окресленої тут проблематики: з одного боку, слід нарешті з'ясувати, що ж таки насправді є “мішенню” з погляду залучення, навернення adeptів, а з другого – розробляти нові способи психопрофілактики та психокорекційні програми для фахівців у сфері деструктивних культів, активізувати роботу практичних психологів з профілактики, реабілітації та реадптації учасників різних деструктивних культів.

Література

1. Волков Е. Н. Методы вербовки и контроля сознания в деструктивных культах / Е. Н. Волков // Журнал практического психолога. – 1996. – № 3. – С. 76–82.
2. Волков Е. Н. Консультирование жертв интенсивного манипулирования психикой: основные принципы, особенности практики / Е. Н. Волков // Журнал практического психолога. – 1997. – № 1. – С. 102–109.
3. Волков Е. Н. Преступный вызов практической психологии: феномен деструктивных культов и контроля сознания (введение в проблему) / Е. Н. Волков // Журнал практического психолога. – 1996. – № 2. – С. 87–93.
4. Чеснокова И. А. Влияние сект, культов и нетрадиционных религиозных организаций на личность и ее жизнедеятельность : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. психол. наук / И. А. Чеснокова. – М., 2005. – 26 с.
5. Ремшмидт Х. Подростковый и юношеский возраст / Х. Ремшмидт. – М. : Мир, 1994. – 320 с.
6. Яблоков И. Н. Религиоведение : учеб. пособие и словарь-минимум по религиоведению / под ред. И. Н. Яблокова. – М. : Гардарика, 1998. – 337 с.
7. Пилипенко Л. Д. Духовное измерение реальности : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. филос. наук / Л. Д. Пилипенко. – Новошахтинск, 2003. – 25 с.
8. Грановская Р. М. Психология веры / Р. М. Грановская. – СПб. : Речь, 2004. – 576 с.
9. Дворкин А. Л. Сектоведение. Тоталитарные секты: опыт систематического исследования / А. Л. Дворкин. – Нижний Новгород, 2000. – 693 с.
10. Полищук Ю. И. Влияние деструктивных религиозных сект на психическое здоровье и личность человека / Ю. И. Полищук // Журнал практического психолога. – 1997. – № 1. – С. 93–97.
11. Лифтон Р. Дж. Технология промывки мозгов: психология тоталитаризма / Р. Дж. Лифтон. – М. : Прайм-Еврознак, 2005. – 576 с.
12. Романов А. В. Психологические причины вовлечения в деструктивные культы / А. В. Романов // Журнал практического психолога. – 2000. – № 1-2. – С. 35–39.

Войновская О. А. Психологический анализ предрасположенности адептов к обращению в деструктивные культы с учетом индивидуально-типологических особенностей личности (на примере НРО “Свидетели Иеговы”)

Статья посвящена проблеме обращения адептов к нетрадиционным религиозным организациям (НРО). Делается предположение, что вовлечение в религиозные культы не всегда связано с индивидуально-типологическими особенностями личности, как это обычно трактуется в обыденном сознании и утверждается в научных исследованиях. Экспериментально на примере “Свидетелей Иеговы” показано, что вовлечение в НРО зависит не только от индивидуально-типологических свойств личности; с помощью теоретического анализа подтверждено, что эта область, являющаяся “мишенью” воздействия, может находиться в сфере ценностных ориентаций, а это значительно расширяет диапазон потенциальных жертв религиозных культов.

Ключевые слова: религиозность, нетрадиционная религиозная организация (НРО), секта, ценностные ориентации, индивидуально-типологические свойства личности.

Voynov's'ka O. O. Psychological analysis of tending of adept's address to destructive cults considering individual and typological peculiarities of his personality (illustrated by NRO “Jehovah's Witnesses”)

The article is devoted to the adept's address to the non-traditional religious organizations. The author suggests that the involvement to the religious cults are not always associated with individual-typological characteristics of personality, as is commonly understood in everyday consciousness and took place in scientific research. It is experimentally shown that the involvement to non-traditional religious organization like “Jehovah's Witnesses” does not depend on the individual typological personal traits. It is verified by theoretical analysis that this sphere, which is the “target” of influence, can be in the field of value orientations. This greatly expands the range of potential victims of religious cults.

Key words: religion, non-traditional religious organization, sect, values, individual-typological peculiarities of personality.

БІДНІСТЬ ЯК СТИЛЬ ЖИТТЯ В СІЛЬСЬКОМУ І МІСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ: ПРОГРАМА ДОСЛІДЖЕННЯ

І. Г. Губеладзе, м. Київ

Розкрито теоретичні підходи до розуміння бідності як стилю життя. Проаналізовано методологічні аспекти вивчення бідності різними науковими галузями. Обґрунтовано схему дослідження особливостей бідності як стилю життя в сільському і міському середовищі, описано методичний інструментарій дослідження.

Ключові слова: субкультура бідності, стиль життя, сільське середовище, міське середовище.

Проблема. Бідність – багатогранне і неоднозначне явище, що привертає увагу науковців різних галузей. Сучасні дослідники дійшли висновку, що бідність зберігається і постійно відтворюється не стільки через соціально-економічну депривацію, скільки через існування характерних рис “бідних”, що ретранслюються з покоління в покоління і зумовлюють формування так званої субкультури бідності (О. Льюїс, О. Калмикова, Р. Кузіна, І. Корощко та ін). Така постановка проблеми актуалізує необхідність вивчення бідності не як соціально-економічного явища, а швидше як культурного і психологічного феномена. Однак теоретичний аналіз проблеми дав змогу констатувати брак психологічних досліджень, присвячених вивченню бідності як стилю життя взагалі та в сільському і міському середовищі зокрема. Незважаючи на те, що низка авторів підкреслюють залежність рівня добробуту населення від поселенського чинника (В. Бондаренко, Н. Лавріненко, В. Мяленко, Л. Овчинцева, І. Туров, Г. Чепурко), цей аспект залишається маловивченим у психологічній науці, а отже, не розроблено і методичний інструментарій для вивчення особливостей бідності як стилю життя в сільському і міському середовищі.

Мета статті: обґрунтувати програму дослідження бідності як стилю життя та психологічних чинників її відтворюваності в сільському і міському середовищі.

У науковій літературі *стиль життя* визначається як індивідуальний спосіб реалізації особистістю обраного нею життєвого шляху, сукупність стійких форм поведінки, що фіксують стало відтворювані риси, смаки, манери, нахили, тобто спосіб, у який особистість здійснює своє життя [1]. Науковці підкреслюють активну роль особистості у формуванні і реалізації свого стилю життя. Тож бідність у такому контексті є індивідуально обраним стилем поведінки, конструювання і реалізації свого життя.

Багато хто з дослідників, зокрема В. Бондаренко, Н. Лавріненко, В. Мяленко, Л. Овчинцева, І. Туров, Г. Чепурко, рівень добробуту населення пов’язують з поселенськими аспектами. В. Бондаренко поряд з професійним статусом і рівнем освіти підкреслює територіальний чинник відтворюваності соціальних статусів. Вивченню соціально-економічних аспектів бідності в сільському середовищі присвячено розвідки Н. Лавріненко, Л. Овчинцевої, І. Прибиткової, Г. Чепурко, В. Чигрина, а в міському – О. Льюїса, П. Таунсенда, Дж. Бейкера. Психологи, розкриваючи проблему бідності, зосереджують свою увагу на вивченні соціально-психологічних рис “бідних” і “багатих” (Р. Кузіна, О. Калмикова, С. Ярошен-

ко, О. Льюїс), образу грошей (О. Дейнека, А. Фенько, А. Фернем, У. Рубінштайн, М. Семенов, Т. Танг), економічної свідомості (І. Корощко).

Розглядаючи проблему узвичаєння бідності в міському і сільському середовищі, варто зазначити, що західні дослідження цієї проблеми будуються переважно на вивченні найбідніших районів міста – трущоб, гетто, негритянських районів; при цьому місто постає як високостратифіковане суспільство, саме в якому згідно з культурними концепціями і буде розвиватися бідність [2; 3]. У вітчизняних же дослідженнях (Н. Лавріненко, Л. Овчинцева, І. Прибиткова, Г. Чепурко, В. Чигрин) у діаді “село-місто” саме село сприймається як бідне, а місто, навпаки, як простір можливостей, у тому числі і матеріальних. Науковці доводять, що за економічними показниками рівень життя сільського населення значно нижчий за рівень життя міських жителів. Однак недослідженими залишаються риси сільських і міських бідних, особливості узвичаєння бідності як стилю життя в сільському і міському середовищі.

Згідно з теорією О. Льюїса, субкультура бідності має однакові характеристики і прояви незалежно від культури, суспільства й інших показників [2], тож можемо припустити, що психологічний зміст переживання свого незадовільного матеріального становища буде однаковим, чи принаймні схожим, як у сільських, так і в міських бідних. Однак, враховуючи структурно-функціональні та соціально-психологічні характеристики міста і села, допускаємо, що буде існувати різниця в рівні і глибині суб'єктивного сприйняття свого незадовільного матеріального становища, причинах і факторах формування бідності як стилю життя, а також механізмах узвичаєння бідності як способу життя і шляхах її подолання.

Результати попередніх наших досліджень показали, що молодь сільського походження схильна пов'язувати власну бідність, а також бідність міської молоді з браком зв'язків і підтримки. Така молодь зазвичай сором'язлива та не впевнена в собі, замкнута і відлюдкувата. Чим вищий рівень бідності, тим більш значущими стають сім'я і родина на противагу роботі й кар'єрі. Схильність пов'язувати бідність із замкнутістю і відлюдкуватістю підтверджує теорію соціальної ізоляції бідних, згідно з якою суспільство, з одного боку, самовідмежовується від бідних, а тому соціально неблагополучних людей, а з другого, бідні, розуміючи свою нездатність мати певні соціальні блага, намагаються психологічно відмежуватися, закритися від оточуючих, таким чином підтримуючи свою ідентичність. Бідність міської молоді асоціюється з неосвіченістю, а багатство, навпаки, з високим рівнем знань, тоді як в уявленнях сільської молоді власне матеріальне становище корелює з наявністю чи відсутністю перспектив.

Окрім уже згаданих вище ознак, які асоціюються в уявленнях молоді з бідністю-багатством, міська молодь схильна високий рівень свого

достатку, а також матеріального добробуту сільської молоді пов'язувати із цілеспрямованістю і наполегливістю, активністю й енергійністю, творчістю і новаторством, а також із зорієнтованістю на серйозні справи, а не на розваги. Такі результати дають підстави зробити висновок про активну позицію людини щодо заробляння грошей. Миська молодь не просто сподівається отримати їх від когось, не стільки розраховує на зв'язки і підтримку, а готова сама активно працювати для досягнення своїх цілей. Цікавим видається також те, що миська молодь пов'язує бідність із добром, а багатство – зі злом [4].

Огляд наукових джерел, де наводяться соціально-психологічні ознаки села і міста, дав змогу сформулювати основні положення, на які ми будемо спиратися, обґрунтовуючи програму дослідження:

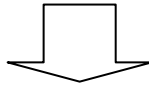
- миське населення більшою мірою схильне до соціальної ізоляції, тоді як сільські мешканці об'єднуються всередині своєї громади і певною мірою дистанціюються від міських як більш багатих;
- бідність на селі транслюється з покоління в покоління, тут виявляються субкультурні та структурні чинники відтворення бідності як стилю життя. У місті незадовільний матеріальний стан пов'язується з недостатньою активністю, бездіяльністю, браком цілеспрямованості особистості, що пояснює домінування індивідуалістичних причин відтворення бідності. А це також може бути чинником узвичаєння активних чи пасивних способів фінансової поведінки;
- бідність в уявленнях сільського населення сприймається як норма, звичний спосіб життя, а прагнення до “збагачення” натикається часто на негативну оцінку оточення. Бідних сприймають із жалістю, розумінням і навіть пропонують їм свою допомогу. У міському ж середовищі бідні опиняються в соціальній ізоляції і сприймаються мешканцями міста як вигнанці, до бідних ставляться радше з осудом.

Вивчення бідних під психологічним кутом зору дає змогу виявити в них особливі риси, до яких належать потреби, настановлення, мотиви, принципи, цінності, ідеали, стійкі моделі поведінки. Р. Кузіна, розглядаючи соціально-психологічні риси бідних і багатих, виокремлює два вектори визначення бідності: смислотворчий та інструментальний [5]. Розвиваючи цю думку, ми створили схему дослідження психологічних чинників узвичаєння бідності як стилю життя в сільському й міському середовищі і доповнили її характеристиками, що, на думку низки дослідників, є ознаками бідності як стилю життя (рис.).

Блок 1. Визначення представників культури бідності. На відміну від науковців соціально-економічного спрямування, вважаємо доцільним поєднання двох показників рівня добробуту: об'єктивного (рівень прибутку на одну особу) та суб'єктивного (*Методика “Суб'єктивний економічний добробут” (СЕД) В. Хащенко*). Припускаємо, що при цьому до

представників субкультури бідності належатимуть особи з низьким рівнем добробуту як за об'єктивним, так і суб'єктивним показником, низьким об'єктивним і середнім суб'єктивним, низьким суб'єктивним і середнім об'єктивним показниками.

<i>Блок 1</i>			
Визначення представників субкультури бідності			
Рівень бідності		<i>об'єктивний показник</i>	
		високий	середній
<i>суб'єктивний показник</i>	високий		
	середній		
	низький		



<i>Блок 2</i> Економічна свідомість	<i>Блок 3</i> Смислотворчий компонент	<i>Блок 4</i> Інструментальний компонент
---	---	--

представники субкультури бідності

Рис. Схема емпіричного дослідження бідності як стилю життя в сільському і міському середовищі

Блок 2. Економічна свідомість людини (за І. Корощко [6]) як суб'єкта економічних відносин у першу чергу визначається особливостями її особистості. Бідність (чи багатство) як стиль життя формується на основі економічної свідомості, яку характеризують:

- уявлення про себе як про суб'єкта економічної діяльності:
 - суб'єктивний економічний статус (*СЕД*);
 - задоволеність рівнем власного матеріального добробуту (*СЕД*);
 - уявлення про свої можливості щодо підвищення прибутків, шляхи і способи їх збільшення (*СЕД*);
- соціальні настановлення особистості щодо різних форм економічної поведінки (*Методика діагностики настанов особистості в мотиваційно-потребовій сфері О. Ф. Потьомкіної*);
 - уявлення про матеріальний добробут, багатство, бідність, ставлення до багатих і бідних людей (*семантичний диференціал, асоціативний тест, "Приказки"*);
 - ставлення особистості до грошей (ціннісний і когнітивний компоненти ставлення) (*Опитувальник "Ставлення до грошей" А. Фернема в адаптації А. Фенько, Опитувальник У. Рубінштайн, Стандартизована*

шкала грошових настановлень Ямамучі і Темпера (Money Attitude Scale, MAS), Шкала грошової етики Т. Танга (Money Ethic scale, MES));

- психологічна готовність до конкуренції з іншими людьми в економічній сфері;
- самооцінка (*Експрес-діагностика рівня самооцінки, Тест-опитувальник самоставлення В. Століна і С. Пантелєєва*).

Зміст економічної свідомості пов'язаний з низкою суб'єктивних характеристик особистості: потенціалом суб'єктності ("перетворювач"), усвідомленістю життя, самоактуалізацією. Особи із "суб'єктною" орієнтацією (інтернальністю) вище оцінюють свій матеріальний статус, можливості, перспективи тощо [6].

Блок 3. Смыслотворчий компонент є сукупністю світоглядних настановлень, життєвої спрямованості і домагань, смисложиттєвих та ціннісних орієнтацій. За індикатори ставлення до життя правлять смисложиттєві орієнтації (Д. Леонтєв), які можна співвіднести з його основними періодами: минуле (задоволеність самореалізацією), теперішнє (насиченість життя), майбутнє (наявність життєвих цілей і перспектив). Цей блок складають:

- смисложиттєві орієнтації (*Опитувальник смисложиттєвих орієнтацій СЖО*);
- саморозвиток (*Діагностика реалізації потреби в саморозвитку*);
- термінальні цінності (*Опитувальник термінальних цінностей І. Сеніна, Опитувальник самоактуалізації особистості САМОАЛ, Шкала диспозиційної надії, Шкала суб'єктивного добробуту М. Соколової, Шкала диспозиційного егоїзму К. Муздибаєва*);
- моральний розвиток (*Методика оцінювання рівня розвитку моральної свідомості Л. Колберг*).

Блок 4. Інструментальний компонент включає спосіб прийняття рішення і спосіб реалізації цього рішення, мотиваційні стратегії особистості, локус контролю (інтернальність-екстернальність), мотивацію успіху та уникнення невдач, показники соціально-психологічної активності:

- мотиваційні стратегії: екстернальність ("об'єктна" орієнтація)/інтернальність ("суб'єктна" орієнтація) (*Опитувальник суб'єкт-об'єктних орієнтацій у життєвих ситуаціях О. Коржової, Методика діагностики рівня суб'єктивного контролю Роттера*);
- мотивація успіху та уникнення невдач (*Методика діагностики мотивації успіху та уникнення невдач А. Реана, Методика діагностики мотиваторів соціально-психологічної активності особистості Н. Фетіскіна, В. Козлова, Г. Мануйлова, Методика "Спрямованість особистості" (В. Смайкел, М. Кучер)*);

- соціально-психологічна адаптивність (*Методика діагностики самооцінки соціально-психологічної адаптивності К. Роджерса, Р. Даймонда*);
 - соціальна фрустрованість (*Експрес-діагностика рівня соціальної фрустрованості Л. Вассермана*);
 - соціальна ізольованість (*Експрес-діагностика рівня соціальної ізольованості особистості (Д. Рассел і М. Фергюссон), Опитувальник інтерперсонального діагнозу Т. Лірі*);
 - вольовий потенціал (*Діагностика вольового потенціалу особистості*);
 - готовність до ризику (*Діагностика рівня особистісної готовності до ризику Шуберта (PSK)*);
 - креативність (*Діагностика особистісної креативності (О. Тунік), Визначення соціальної креативності особистості*);
 - спрямованість особистості (*Діагностика емоційної спрямованості особистості, Діагностика полімотиваційних тенденцій у Я-концепції особистості С. Петрова*);
 - агресія (*Визначення інтегральних форм комунікативної агресивності (В. Бойко), Опитувальник Басса – Дарки, Методика “Особистісна агресивність і конфліктність”*);
 - тривожність (*Методика самооцінки психічних станів Г. Айзенка, Методика самооцінки тривожності, ригідності та екстравертованості Д. Моудслі*);
 - самоактуалізація (*Діагностика самоактуалізації особистості А. Лазукіна, в адаптації Н. Каліної*);
 - стратегії поведінки (*Діагностика стратегій імунітивної поведінки в конфліктних ситуаціях, Діагностика стратегій досягнення мети*).
- У ході аналізу та інтерпретації даних враховуватиметься належність респондентів до сільської чи міської спільноти.

Висновок. Важливими аспектами вивчення бідності як стилю життя загалом та в сільському і міському середовищі зокрема є: аналіз особливостей економічної свідомості респондентів, їхніх уявлень та суб'єктивного сприйняття свого матеріального становища; смислотворчі складові, представлені в ціннісних та життєвих орієнтаціях особистості, її світогляді, та інструментальні складові, що реалізуються в стратегіях поведінки людини. Особливо гостро стоїть проблема адекватного виявлення осіб, для яких бідність є стилем життя.

Література

1. *Сохань Л. В.* Искусство жизнетворчества. Предназначение. Жизнетворчество. Судьба: Социологические очерки, социально-психологические эссе, интервью, глоссарий / Л. В. Сохань. – К. : Изд. Дом Дмитрия Бураго, 2010. – 576 с.

2. Lewis O. The Culture of Poverty / John J. TePaske and Sydney N. Fisher // Explosive Forces in Latin America / O. Lewis. – Columbus : Ohio State University Press. – 1964. – P.149–173.
3. Townsend P. Poverty in the United Kingdom / P. Townsend. – Penguin,1979. P. 23–42.
4. Губеладзе І. Г. Особливості самовизначення сільської і міської молоді в категоріях “бідні – багаті” / І. Г. Губеладзе // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К., 2011. – Вип. 11. – С. 112–123.
5. Кузина Р. З. Сравнительная социально-психологическая характеристика представителей “бедные” и “богатые” как социальных групп в условиях трансформации : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.05 “Социальная психология” / Р. З. Кузина. – Ярославль, 2007. – 26 с.
6. Корошко И. О. Особенности экономического сознания у лиц с разными жизненными ориентациями : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. психол. наук : спец. 19.00.05 “Социальная психология” / И. О. Корошко. – Саранск, 2011. – 23 с.

Губеладзе И. Г. Бедность как стиль жизни в сельской и городской среде: программа исследования

Раскрыты теоретические подходы к пониманию бедности как стиля жизни. Проанализированы методологические аспекты изучения бедности в различных научных сферах. Обоснована схема исследования особенностей бедности как стиля жизни в сельской и городской среде, описан методический инструментарий исследования.

Ключевые слова: субкультура бедности, стиль жизни, сельская среда, городская среда.

Gubeladze I. G. Poverty as a lifestyle in rural and urban environment: research program

Theoretical approaches to understanding of the poverty as a lifestyle are discovered in the article. Methodological aspects of poverty studying in different scientific fields are analyzed. The scheme of studying of poverty's features as a lifestyle in rural and urban environment is substantiated. Methodological tools of the research are described.

Key words: the subculture of poverty, lifestyle, urban environment, rural environment.

ГЛИБИННО-ПСИХОЛОГІЧНІ ДЖЕРЕЛА ДЕСТРУКТИВНОЇ ПОЛІТИЧНОЇ ПОВЕДІНКИ ОСОБИСТОСТІ

А. М. Матвійшин, м. Івано-Франківськ

Розглядаються теоретичні аспекти агресивної і деструктивної політичної поведінки особистості з погляду глибинної психології. Здійснюється

синтез еволюційної, біхевіористської точок зору із психоаналітичними інтерпретаціями цих феноменів; пояснюються мотиви виникнення і наслідки деструктивної політичної поведінки особистості, актуалізується необхідність її аксіокорекції на засадах психодинамічного підходу.

Ключові слова: глибинна психологія, особистість, агресивність, деструктивність, політичний лідер, політична поведінка, психоаналіз, аксіокорекція.

Процеси глобалізації економічних, культурних, політичних складових суспільного життя з притаманними їм інтеграцією та уніфікацією загострюють *проблему* причин, механізмів і наслідків людської деструктивності. Проблема деструктивності в більш загальному контексті агресивної поведінки людини набуває сьогодні нових обрисів. Локальний прояв будь-якого персонального психічного феномена неминуче має наслідки і для широкого загалу. Зокрема, проблема деструктивної політичної поведінки особистості перетворюється на реальну перешкоду для демократичного розвитку держави. Деструктивна політична поведінка може зі свідомої електоральної, активістської, виборчої, партійної діяльності перейти в підривну, неконструктивну і соціально небезпечну політичну площину, що виражатиметься в масових заворушеннях, бунтах, війнах і тероризмі.

У цій статті ми пропонуємо розглянути проблему деструктивності політичної поведінки особистості із психодинамічних позицій, що зумовлено низкою чинників. По-перше, дослідження несвідомих джерел душі особистості тривалий час мали інтровертований характер, тому зовнішні, особливо політичні, питання не були пріоритетним об'єктом дослідження в глибинній психології. По-друге, довший час ортодоксальний класичний психоаналіз З. Фрейда, індивідуальна психологія А. Адлера, психоаналіз К. Юнга, неопсихоаналіз К. Горні, его-психологія Х. Гартмана, Е. Еріксона, певною мірою гуманістичний психоаналіз Е. Фромма та структурний психоаналіз Ж. Лакана зосереджували свою увагу здебільшого на несвідомих процесах особи, інтерпретації глибинної внутрішньої психодинаміки, лікуванні неврозів і психозів індивіда. І хоча на сьогодні кожним із цих напрямів зроблено певний екстравертивний крок від “кушетки” до соціальних процесів і соціального життя, усе ж таки в психоаналізі соціуму, зокрема політичному психоаналізі, є багато білих плям і наявне широке поле для психоаналітичних рефлексій.

Мета статті: визначення глибинно-психологічних джерел деструктивної політичної поведінки особистості за допомогою техніки психоаналітичної інтерпретації на фоні психолого-історичної реконструкції сучасних тенденцій політичної поведінки особистості.

Проблему деструктивності в контексті витоків агресивної поведінки людини досліджували у своїх працях: З. Фрейд – “Три нариси із пси-

хології сексуальності”, “Тотем і табу”, “Я і Воно”, “Психологія мас та людського “Я”, “Чому війна”, “По той бік принципу задоволення”, “Тлумачення сновидінь”, “Вступ до психоаналізу”; А. Адлер – “Практика і теорія індивідуальної психології”, “Соціальний інтерес: виклик людству”, “Наука жити”; К. Горні – “Невротична особистість нашого часу”, “Самоаналіз”; Е. Фромм – “Анатомія людської деструктивності”; Р. Грінсон – “Техніка і практика психоаналізу”; М. Кляйн – “Розвиток у психоаналізі” та ін. Проблему агресивності з еволюційно-природничих і соціально-психологічних позицій розглядали свого часу Ч. Дарвін, К. Лоренц, Дж. Доллард, Дж. Тадеші, Р. Сміт, Р. Броун, Дж. Маккоулі, Л. Берковіц, Д. Майерс, С. Фешбах, А. Бандура, Г. Гекгавзен, Х. Томе, Х. Кехеле. Вагомий внесок у дослідження агресивності зробили українські вчені В. Васютинський, Н. Хазратова, Т. Яценко, А. Глузман, А. Мелоян, Л. Туз та ін. [1–3].

Проблема деструктивності в психологічній науці розглядається, як правило, у контексті проблеми агресивності в цілому. У більшості теорій деструктивність трактується як крайня форма агресивності, яка швидше стосується патології, ніж норми. Деякі теорії, зокрема теорія К. Лоренца, з одного боку, визнають наявність деструктивності в людській поведінці, а з другого – пропонують змиритися із цим феноменом, вважаючи його невід’ємним атрибутом природи людини. Теорія фрустраційної агресії Дж. Долларда не приділяє особливої уваги феномену деструктивності. З боку психоаналітичних теорій ми бачимо широкий люфт в інтерпретаціях деструктивності та агресивності в цілому. Агресивність є складовим елементом лібідо і мортидо, Ероса і Танатоса з різними акцентами та модифікаціями у З. Фройда, комплексу неповноцінності в теорії А. Адлера, руху проти людей і невротичного прагнення до влади в К. Горні, характеру функцій Над-Я у Х. Гартмана, доброякісної і зляканої форм у Е. Фромма, процесу психотерапевтичного опору, мазохізму і садизму, нарцисизму та едипальної ситуації в більшості психоаналітичних підходів. Як бачимо, проблема агресивності досить широка, і нашим завданням є зведення до спільного знаменника різних підходів, а також визначення основних факторів, які можуть разом або зокрема призводити до формування деструктивної політичної поведінки особистості.

У праці “Так зване зло” К. Лоренц виклав засадничі ідеї щодо людської природи. Учений був прихильником дарвінізму, тому йому притаманний типово біологізаторський підхід до тлумачення агресії. “Перш за все слід зазначити, що згубна енергія агресивного інстинкту дісталася людині у спадок, а сьогодні вона пронизує її від мозку до кісток; швидше за все ця агресивність була зумовлена процесом внутрішньовидового відбору, який тривав тисячоліття” [4, с. 31], – позиція, яка повною мірою дає зрозуміти істинну природу людської агресивності. Е. Фромм пише: “У

цілому Лоренц виходить з припущення, що внутрішньовидова агресія (агресія щодо членів свого виду) є функцією, яка слугує виживанню самого виду” [5, с. 40]. “Людина створює політичні партії, – на думку Лоренца, – щоб забезпечити себе ситуацією боротьби, в якій вона могла б розрядитися” [4, с. 33]. Біологічно орієнтована точка зору К. Лоренца має свої переваги і перетинається з позицією З. Фрейда. Проте тут слід підкреслити декілька важливих моментів. *По-перше*, Лоренц свою теорію будує на спостереженнях за тваринами, а перенесення суто тваринної поведінки на людську є не зовсім коректною процедурою, незважаючи на те, що індивід завжди балансує між “чисто” тваринним і людським; *по-друге*, можна погодитися з ідеєю вродженої агресивності, бо нерозумно опиратися тому факту, що людина завжди бореться за виживання – вся історія людства (особливо стародавня) пройшла у війнах. Стародавні Єгипет і Греція, Римська імперія, Стародавній Китай, імперія Александра Македонського, як відомо, постійно вели війни. Утворення, розквіт і занепад держав майже завжди залежали від успіху чи невдач у воєнних кампаніях, а останні масштабні війни закінчилися зовсім недавно, причому списувати ці війни на варварство і нецивілізованість людини не варто, тому що у ХХ ст. розгорнулись аж дві світові війни. І тільки тепер, уже більше ніж півстоліття, панує відносний мир.

Вважаємо, що припинення світових війн сьогодні є наслідком суспільного замирення двох реакцій інстинкту самозбереження – атаки і втечі. Мається на увазі те, що людина дійшла до такого рівня агресивності, що її власна агресивність може знищити її саму (ядерна зброя, новітні технології масового знищення). Тобто інстинкт самозбереження послуговується схильністю атакувати і страхом смерті, що призводить до суперечливої єдності нейтралітету і стриманості. Тож, *по-третє*, схожість із теорією З. Фрейда полягає в тому, що агресивність розглядається як інстинкт. Однак у К. Лоренца цей інстинкт перебуває на службі самозбереження і життя, тоді як у З. Фрейда агресія не завжди служить самозбереженню, позаяк виступає складовою інстинкту смерті і постає у формі самознищувальної поведінки. К. Лоренц так і не пояснює саме деструктивну поведінку людини, як, наприклад, тлумачить злочинок агресію Е. Фромма, для якого остання “...зовсім не є захистом від нападу чи загрози; вона не закладена у філогенезі; вона характерна тільки для людини, вона несе біологічну шкоду і соціальну розруху. Головний її прояв – убивство і жорстокі тортури – не мають ніякої мети, крім як отримання задоволення. Причому ці дії завдають шкоди не тільки жертві, а й самому агресору” [5, с. 164]. Теорія К. Лоренца є занадто панінстинктуальна, хоча й заслуговує на певну “валідність” у контексті пояснення агресивності людини з позицій класичного психоаналізу, однак не витримує критики з боку гуманістичного психоаналізу, особливо в аспекті значущості для

людини свідомості і самосвідомості, совісті та культури, які хоч і є еволюційно новішими утвореннями, проте мають особливо важливе значення для становлення людської особистості як духовної істоти.

Серед біхевіорально орієнтованих теорій агресивності особливе місце займає теорія фрустрації Дж. Долларда. Згідно з його концепцією агресія виникає не автоматично, а в результаті фрустрацій, тобто певних перешкод на шляху цілеспрямованої діяльності суб'єкта (див. [6]). Основна гіпотеза, яка пояснює будь-яку агресію, виглядає так: виникнення агресивної поведінки завжди зумовлено наявністю фрустрації, і навпаки – наявність фрустрації завжди тягне за собою певну форму агресивності. “Через два роки один з авторів цієї теорії, Н. Е. Міллер, висловив другу половину гіпотези, зробивши припущення, що фрустрація може викликати безліч різних реакцій і що агресивність є лише одна з них” [5, с. 72]. Іншими словами, фрустрація не завжди викликає агресію. На захист Долларда став Е. Фромм, який зауважив, що “Доллард та інші його послідовники недостатньо чітко і точно сформулювали свої ідеї” [там само, с. 73], або, на нашу думку, недостатньо її захистили. Адже, незважаючи на неоднозначність тлумачення феномена фрустрації, усе ж таки її зв'язок з агресивністю ніким не ставиться під сумнів. Проблема якраз у тому, наскільки сильною і підконтрольною розуму є ця агресія. Можна бути щиро переконаним у своїй миролюбності, хоча на підсвідомому рівні власна агресивність може бути нейтралізована захисними механізмами. Ми розглядаємо агресію на фрустрацію як прояв інстинкту самозбереження, бо якщо фрустрація не буде викликати ніякої агресії, то пасивна і безвольна людина нічого не доб'ється. “Згадаймо хоча б найпростіший життєвий факт: жодна важлива справа в житті не досягається без фрустрації” [там само, с. 73]. До прикладу, лідер, який брав участь у виборчій кампанії, не зумів виграти. Його електорат переживає фрустрацію і, відповідно, агресію, що може виражатися у вербально оформленому невдоволенні, масових заворушеннях чи навіть у збройних виступах. “Агресивність проявляється у кожного суб'єкта і в якій завгодно ситуації, тільки в різних пропорціях” [7, с. 14]. Тому агресивна реакція на фрустрацію є супутньою складовою інстинкту в контексті теорії К. Лоренца і потягів у теорії З. Фрейда. Проте вичерпного пояснення феномена деструктивності теорія фрустрацій не дає, на відміну від психоаналізу Фрейда.

Проблема інтерпретації деструктивності пов'язана з тим, що сам З. Фрейд уводив поняття агресивності у два етапи: у ранніх працях агресивність приписувалася сексуальному потягу та інстинкту самозбереження: “інстинкт самозбереження потребує агресії, а совість є не що інше, як переорієнтація агресії всередину самого суб'єкта” [3, с. 16]; у пізніх працях агресивність вважалася складовою тільки інстинкту смерті, який був уведений З. Фрейдом на противагу Еросу. Уявлення про від'єднання і

виокремлення Танатоса від Ероса З. Фройд уводить у праці “По той бік принципу задоволення”, в якій ідеться про те, що кожній живій істоті притаманне прагнення повернутися в неорганічний стан [8]. Ця теорія не була сприйнята більшістю психоаналітиків, навіть великими прихильниками З. Фрейда, особливо через той важливий нюанс, що людина, народжуючись, уже прагне до смерті, і це в ній закладено априорі. Ідеї З. Фрейда щодо деструктивності, на нашу думку, можна реконструювати таким чином: інстинкт самозбереження справді має невід’ємною складовою агресивність, яка частково притаманна лібідо, а потяг до смерті не є вроджений: енергія “мортидо” працює тільки в тому випадку, коли лібідо не має адекватної спрямованості, виходу і розрядки. Саме цей нюанс пояснює величезну масу прикладів, коли людина, не знаходячи себе в житті, не маючи змоги реалізувати себе в політичній, професійній, творчій, сімейній чи інших сферах, розпочинає процес самознищення за допомогою різноманітних способів (починаючи від алкоголізму та різних форм адиктивної поведінки й закінчуючи суїцидом). Для неї життя втрачає сенс, оскільки лібідо не знаходить жаданого об’єкта.

Виходячи з вищенаведеного, можна зробити низку важливих припущень щодо джерел формування деструктивної політичної поведінки особистості:

1. У людської природи є два начала: біологічне і соціальне. Задля збереження людського виду агресивність презентована інстинктом самозбереження (за К. Лоренцом і З. Фрейдом). Виживає сильніший і більш пристосований. Із цього погляду політичний лідер ідентифікується з альфа-самцем, якому генетично властивий вищий рівень агресивності. Ця обставина стає вагомим фактором у процесі досягнення та отримання влади. Від твердості позиції суб’єкта політичної поведінки буде залежати процвітання соціальної групи, яку він очолює або представляє.

2. Беручи до уваги особистість політичного лідера, слід розуміти, що завжди і за будь-яких обставин він буде нарцисичним типом. “Серед політичних лідерів часто спостерігається дуже високий ступінь нарцисизму. Можна вважати його професійною хворобою політиків, особливо тих, хто досягнув влади завдяки популярності в масах” [5, с. 177]. По-перше, це зумовлено ненаситним прагненням до задоволення саме своїх потреб. По-друге, такі сфери суспільного життя, як політика чи бізнес, мають певні правила; якщо людина не дотримуватиметься їх, то не зможе бути успішною в цих сферах. Питання “що це дасть мені?” є основною умовою виживання людини у сфері політичної чи бізнесової конкуренції. З. Фройд пише, що “сам же вождь любити нікого не зобов’язаний, він має право бути абсолютно нарцисичним, але впевненим у собі і самостійним, адже ми знаємо, що любов обмежує нарцисизм” [9, с. 81]. Утім, тут криється велика небезпека, яку повинен враховувати кожен політичний лідер: “як-

що принцип задоволення перемагає принцип реальності, організмові завдається велика шкода, тому від самого початку принцип задоволення є не тільки не корисним, а й надзвичайно небезпечним” [8, с. 11]. Коли політична кар’єра лідера завершується, йому слід пам’ятати про те, що лібідо доведеться переорієнтувати із себе на інший об’єкт, адже “особистості з високим ступенем нарцисизму буквально потребують слави, інакше вони можуть впасти в депресію, а то й безумство” [5, с. 177]. Останнє часто трапляється у випадку деструктивності.

3. Однією з причин деструктивної політичної поведінки особистості є наявність неврозу (за К. Горні) та комплексу неповноцінності (за А. Адлером). “Постійне прагнення досягнути мети зумовлено в людини її почуттям неповноцінності” [10, с. 92]. Чим сильніше це почуття, тим більше прагнення і тим більший страх не досягти мети чи втратити її, що також може призвести, наприклад, до деструктивної поведінки політичного лідера. Щодо цього застерігав Е. Фромм, наводячи приклад Йосифа Сталіна як параноїдальний тип деструктивного політичного і державного діяча та Адольфа Гітлера як випадок некрофілії. За К. Горні, деструктивність може виникнути “як спосіб захисту від базальної тривожності, пов’язаний з використанням влади, – це прагнення досягнути безпеки шляхом отримання реальної влади та успіху. Формула такого способу захисту: якщо я маю владу, ніхто мене не зможе скривдити” [11, с. 78].

4. Поширеність деструктивної політичної поведінки, особливо масової, пов’язана з механізмом соціального зараження, недостатньою поінформованістю або спланованою певними службами дезінформацією, високим рівнем сугестивності та низьким рівнем обізнаності й критичності мислення пересічних громадян.

Висновки. Отже, суб’єкти політичної діяльності перебувають у тій сфері суспільного життя, яку можна вважати зоною ризику щодо виникнення деструктивності. Деструктивність виступає радше “ускладненням” постійної агресивності, ніж окремим “захворюванням”, спричиненим збігом кількох патогенних обставин. Глибинно-психологічними джерелами деструктивності є: інстинктивна та фрустраційна агресія, несублімоване лібідо, інстинкт смерті та його патологічні ускладнення (некрофілія, садизм, паранойя та ін.), крайні форми нарцисизму, комплекс неповноцінності, невротична та психотична будова особистості, дитячі травми та індивідуальна історія життя. Слід зважати на те, що деструктивність політичного лідера і конкретного громадянина може мати зовсім різні причини виникнення, способи прояву та масштаби деструктивних наслідків. Тому основними стримувальними факторами деструктивної політичної поведінки є посилений самоконтроль і критична самооцінка, рефлексія власних мотивів, совість та інші засоби аксіокорекції особистості.

Література

1. *Васютинський В.* Інтеракційна психологія влади / Вадим Васютинський. – К. : Київ. славіст. ун-т, 2005. – 492 с.
2. *Хазратова Н. В.* Психологія відносин особистості й держави : монографія / Н. В. Хазратова. – Луцьк : РВВ “Вежа” Волин. держ. ун-ту ім. Лесі Українки, 2004. – 276 с.
3. Глубинная психология. Агрессия: психодинамическая теория и феноменология / [Т. С. Яценко, А. В. Глузман, А. Э. Мелоян, Л. Туз]; под ред. Т. С. Яценко. – К. : ВИЦА ШКОЛА-XXI, 2010. – 271 с.
4. *Лоренц К.* Агрессия (так называемое зло) / К. Лоренц. – СПб. : АМФОР, 2001. – 348 с.
5. *Фромм Э.* Анатомия человеческой деструктивности / Э. Фромм. – М. : Республика, 1994. – 447 с.
6. *Хекхаузен Х.* Мотивация и деятельность. Т. 1. / Х. Хекхаузен; под ред. Б. М. Величковского. – М. : Педагогика, 1986. – 408 с.
7. *Кляйн М.* Развитие в психоанализе / М. Кляйн. – М. : Академический проект, 2001. – 510 с.
8. *Фрейд З.* “Я” и “Оно”: [сборник] / З. Фрейд. – СПб. : Азбука, Азбука-Аттикус, 2011. – 288 с.
9. *Фрейд З.* Психология масс и анализ человеческого “Я” / З. Фрейд. – СПб. : Изд. группа “Азбука-классика”, 2009. – 192 с.
10. *Адлер А.* Практика и теория индивидуальной психологии / А. Адлер. – М. : Академический проект, 2011. – 240 с.
11. *Хорни К.* Невротическая личность нашего времени; Самоанализ / К. Хорни; общ. ред. Г. В. Бурменской. – М. : Изд. группа “Прогресс – Универс”, 1993. – 480 с.

Матвишин А. Н. Глубинно-психологические источники деструктивного политического поведения личности

Рассматриваются теоретические аспекты агрессивного и деструктивного политического поведения личности с точки зрения глубинной психологии. Осуществляется синтез эволюционной, бихевиористской точек зрения с психоаналитическими интерпретациями данных феноменов; объясняются мотивы возникновения и последствия деструктивного политического поведения личности, актуализируется необходимость его аксиокоррекции на основе психодинамического подхода.

Ключевые слова: глубинная психология, личность, агрессивность, деструктивность, политический лидер, политическое поведение, психоанализ, аксиокоррекция.

Matviyishyn A. M. Deep psychological sources of destructive political behavior of individuals

The article deals with theoretical aspects of aggressive and destructive political behavior of a person from the perspective of depth psychology. The synthesis of evolutionary, behavioral point of view and psychoanalytic interpretation of such phenomena is proposed. The motives and consequences of destructive political behavior of the individual and the need to axiocorrection based on psychodynamic approach are discussed.

Key words: depth psychology, personality, aggression, destructiveness, political leader, political behavior, psychoanalysis, axiocorrection.

СТРЕС ЯК ЧИННИК ДЕВАЛЬВАЦІЇ СИМВОЛІЧНОЇ РОЛІ МІСТА

О. О. Новикова, О. В. Носко, м. Київ

Висвітлюються психологічні проблеми функціонування мегаполісу. Особлива увага приділяється питанню іміджу міста та впливу на нього стресогенних чинників, специфічних для мегаполісу. Ставиться питання щодо стресогенів, які проявляються саме в мегаполісі, та реагування людини на них. Проводиться теоретичний аналіз проблем елементів іміджу міста. Розглядаються теоретичні підходи до виділення специфічних для мегаполісу видів стресу.

Ключові слова: мегаполіс, імідж міста, стрес, стресоген, елементи іміджу, вплив.

Проблема. У наш час проблеми мегаполісу є вкрай актуальними для психологічної науки. Мегаполіс – середовище, яке справляє надзвичайно великий вплив на своїх мешканців, і такий вплив кардинально відрізняється від впливу невеликих міст та селищ. І далеко не в останню чергу цей вплив має психологічний характер. Окремі аспекти означеної проблеми досліджували такі вчені, як Г. Сельє, У. Кеннон, С. Мілгрем, К. Лінч, Т. Холмс, Р. Раге.

Мета статті: теоретичний аналіз порушеної проблеми під кутом зору впливу специфічних стресогенних чинників на жителя мегаполісу і, як наслідок, зміни ставлення до мегаполісу та девальвації його символічної ролі.

Життя у великому місті потребує від людини засвоєння абсолютно нових форм поведінки та формує в неї адаптаційні механізми, притаманні виключно жителю мегаполісу. З'являються нові соціальні норми, які передбачають невтручання інших у життя людини; анонімність як характеристика соціальної взаємодії набуває все більшої актуальності; збільшення кількості соціальних контактів, але при цьому зниження їх якості підвищує терпимість до проявів індивідуальності та ексцентричності і при цьому потребує все більш вузької специфіки ролей як способу економії енергії та часу. Відбуваються зміни і на більш глибоких рівнях. Так, у жителів мегаполісу змінюється характер когнітивних процесів. Однією з причин таких змін є, наприклад, нездатність упізнавати більшість людей, що трапляються людині впродовж дня. Усе більший вплив на людину справляють інформаційні процеси. С. Мілгрем, зокрема, пише про те, що мешканець мегаполісу все менше часу витрачає на сприймання інформації; її фільтрування при цьому відбувається набагато ретельніше,

ніж раніше; людина схильна сприймати лише першочергову інформацію, не звертаючи уваги на другорядну; усе частіше блокування інформації відбувається ще до її вербалізації: часто люди схильні негативно реагувати на носія інформації ще до того, як ця інформація прозвучить; виникають соціальні засоби захисту та відбору, такі як бюрократичний апарат, і нові засоби для фільтрування інформації, яку сприймає людина [1].

Отже, життя в мегаполісі несе в собі як внутрішні (когнітивні та емоційні), так і зовнішні (у функціонуванні соціальної системи) зміни для людини.

Зупинімося більш детально на такому понятті, як імідж міста. Поняття іміджу трактується як візуальний образ, індивідуальний вигляд, певний ореол, що створюють засоби масової інформації, соціальні групи або конкретні особистості задля акцентування уваги на привабливих сторонах об'єкта. Образ – дуже широке поняття, яке охоплює безліч інших, таких як імідж, субімідж, стереотип, міф тощо. У широкому значенні образ міста можна визначити як сукупність характеристик міста, відображених у свідомості людей. Цілеспрямовано сформований образ міста називається іміджем міста.

Імідж міста – це певна сукупність уявлень і відчуттів людей, що виникають з приводу тих його особливостей, які не притаманні іншим містам і можуть зацікавити споживача. Імідж міста часто дуже різноплановий та емоційно забарвлений. Як приклад можна згадати Париж, який для багатьох людей уже протягом століть залишається містом кохання і символом витонченості.

Коли йдеться про формування іміджу, слід чітко усвідомлювати, який саме результат потрібний. Адже реакція різноцільової аудиторії – мешканців як теперішніх, так і потенційних, туристів, інвесторів – є фактором доходів міста. На імідж міста впливає так званий *субімідж міста*, тобто імідж об'єкта, що входить до складу міста.

Дослідники виділяють ряд властивостей, що є визначальними для іміджу міста:

- мінливість. Образ міста не статичний і змінюється в часі; цей образ складається і змінюється як стихійно, так і цілеспрямовано;
- історичність (зрошеність із конкретним історичним контекстом). Образ міста завжди вплетений у певний історичний контекст і соціальну ситуацію. Він не може бути поза нацією, менталітетом, світоглядом. Як кажуть, кожне місто має свою долю: кожна епоха породжує своє особливе сприйняття; зміна епох тягне за собою постійні зміни – плінний образ міста і разом з тим єдиний, у чомусь основному неповторний, становить його сутність як органічного цілого;

- відносна стійкість. Стійкість образу міста залежить від його яскравості, місця міста у світовому сприйнятті і сформованих стереотипів. Наприклад, образи Риму, Венеції, Парижа є відносно статичними;
- комплексність. Усі складові частини образу міста взаємопов'язані: зміна будь-якої риси тягне за собою переосмислення інших рис;
- плюралізм точок зору. Не існує якоїсь однієї точки зору, яка дала б змогу охопити місто як єдине ціле. Ця властивість стосується насаперед великого міста;
- залежність від об'єктивних характеристик міського розвитку [2].

Імідж міста формується в суспільстві протягом досить тривалих відинків часу. Він являє собою динамічну характеристику життя і діяльності суспільства. Це ціннісні переконання, думка, що склалася у людей на основі отриманої достовірної інформації про місто, особистого досвіду взаємодії (комфортність проживання, безпека, соціальна захищеність, ступінь сприятливості умов для ведення бізнесу, авторитет влади і т. п.) і яка уособлює собою комплекс можливостей для реалізації істотних інтересів членів різних груп цільової аудиторії. Це своєрідна гарантія ефективного використання конкурентних переваг території для життя, капіталовкладень, бізнесу, відпочинку, навчання тощо. Набагато легше зрозуміти креативну, творчу сутність окремої людини або навіть організації, ніж цілого міста. Усе місто являє собою складний сплав найрізноманітніших людей, груп інтересів, інститутів, організаційних форм, галузей економіки, соціальних груп і культурних ресурсів.

Саме така багатоаспектність іміджевих складових мегаполісу породжує неоднозначність у ставленні до нього. Якщо людина перебуває під впливом усіх цих феноменів постійно, це може негативно впливати на неї. Сучасне місто поступово втрачає образ фізично обмеженої у просторі території. Воно різко поляризується – на “глобально бідних” і “глобально заможних” людей, що потенційно створює ризик розколу міста на різнополярні частини [3].

Численні медичні дослідження стресових станів свідчать про те, що жителі мегаполісу набагато більше схильні до стресу, ніж жителі невеликих міст і селищ. Лікарі зазначають, що кількість психосоматичних захворювань, викликаних стресом, набагато більша в умовах життя в мегаполісі. Жителі великих міст також набагато більше схильні до розвитку психічних захворювань. Із цього погляду дослідження образу стресогенів у свідомості жителів мегаполісу є дуже актуальним і важливим для формування цілісної картини впливу специфічних стресогенних факторів мегаполісу на фізичне, психічне та психологічне здоров'я людини.

Звичайно ж, виходячи із цього, не можна робити висновок, що до стресів схильні лише жителі мегаполісів. Стрес – це поняття, яке стосується кожної, без винятків, людини. Т. Холмс і Р. Раге розробили шкалу, де описали 43 події, які можуть викликати стрес у людини. Шкала досить узагальнено описує основні стресові події, які можуть статися в житті кожної людини незалежно від того, де вона проживає. Але попри це життя в мегаполісі передбачає значну кількість стресогенних факторів, оминати які вкрай складно. Адже мегаполіс здійснює комплексний мультистресовий психологічний, соціальний і технологічний вплив на людину. Стрес жителів мегаполісу значною мірою опосередковується екологічними його аспектами: штучним освітленням, шумом, перебуванням на значній висоті над рівнем землі, зоровим напруженням, зміною денних ритмів життя, гнітючим виглядом типових багатоповерхівок, забрудненням навколишнього середовища, загазованістю повітря – усі ці умови, що майже не виявляються в заміському середовищі, не є природними для людини. А тому потребують значної кількості енергії для адаптації до них. Крім екологічних, долучаються ще й соціальні фактори: великі скупчення людей, неможливість (хоч інколи) побути на самоті, перебування в громадському транспорті в години-пік. Саме потреба частого перебування в громадських місцях з великим скупченням людей часто стає причиною фрустрації приватності.

Інформаційний стрес, про який так багато пише С. Мілгрем, – це також один із ключових факторів, що справляє на людину відчутний стресовий вплив. Крім того, значною мірою впливає на людину руховий стрес: тут можна говорити як про необхідність постійних переміщень по місту, про стрес, викликаний швидкостями та відстанями, так і про малорухливий спосіб життя, гіподинамію.

Виникають також і суб'єктивні стресогенні чинники, такі як, наприклад, відчуття нестачі часу та швидкий темп життя.

Тобто, з одного боку, мегаполіс справляє значний вплив на людину, викликаючи в неї постійний стресовий стан. При цьому, з другого боку, перевантажена стресом людина не може адекватно оцінювати процеси, що відбуваються в місті, і на їх основі адекватно сприймати імідж міста та його символічну роль.

Стресогенні чинники набувають ролі не випадковостей, або прикрого збігу обставин, а поступово стають характеристиками міста. І такі негативні чинники можуть виходити на перший план та затьмарювати ті особливості міста, які насправді характеризують його імідж.

Постійний стрес відволікає жителя мегаполісу від об'єктів і подій, які справді варті уваги. Уперше поняття “стрес” застосував У. Кеннон, позначивши ним у своїх класичних роботах “реакцію боротьби або втечі”. Дослідник мав на увазі нервово-психічне напруження, яке відчуває люди-

на, що потрапляє в складні життєві обставини (див. [4]). В умовах мегаполісу виділені Кенноном реакції боротьби і втечі набувають своїх характерних та специфічних ознак. Так, людині, що проживає в мегаполісі, зовсім не обов'язково перебувати у складних життєвих умовах для того, щоб відчувати на собі вплив стресогенів. Для цього просто достатньо перебувати в мегаполісі. Реакція боротьби або втечі справді має місце в цій ситуації. У країнах, де проблема впливу мегаполісу постала набагато раніше, ніж у нашій країні, жителі мегаполісу все більше часу намагаються проводити ближче до природи, а в ситуаціях, коли це неможливо, роблять спроби наблизити умови життя та роботи до природних. Значного поширення набула тенденція вживання екологічно чистих продуктів та купівлі товарів, які не завдають шкоди навколишньому середовищу. Такий спосіб життя, з одного боку, позитивно впливає на людину, її психологічний стан, а з другого – за умов дотримання таких підходів жителями та владою міст – значно покращує імідж міста в уявленні ін- та аутгруп.

Значний внесок у розвиток теорії стресу належить Г. Сельє. Проводячи дослідження в цій галузі, він довго заперечував поняття “стрес”, а досліджувані реакції описував назвою “загальний адаптаційний синдром”, але згодом Сельє все ж таки погодитися з поняттям “стрес” і саме так почав називати досліджуване явище [6].

Що ж до деяких аспектів мегаполісу, то людина справді змушена адаптуватися та пристосовуватися до умов мегаполісу, навіть до тих, які об'єктивно для неї шкідливі. Так, мало хто в наш час здатен відмовитися від мобільних телефонів та іншої техніки, що випромінює шкідливі сигнали. Автомобілі також стали невід'ємною частиною життя людини, хоча вони справляють як прямий, так і опосередкований негативний вплив на здоров'я і навіть життя людини. Тобто вже на ранніх етапах дослідження стресу було зрозуміло, що йдеться про багатогранне явище, яке охоплює різні аспекти переживання екстремальних або складних ситуацій у житті. Згодом теорія стресу розмежувала два таких поняття, як “фізіологічний стрес” і “психологічний стрес”. Такий поділ виник саме через те, що в попередніх дослідженнях ішлося в основному про фізіологічний стрес з незначними психологічними його проявами.

Психологічний же стрес – явище набагато глибинніше. На відміну від фізіологічного, психологічний стрес виникає, коли реальної загрози для життя людини, здавалося б, немає. Він є результатом соціальних впливів або впливів власних думок, очікувань, настановлень. Саме психологічний стрес в умовах мегаполісу є найбільш поширеним і має, хоч і непомітні на перший погляд, але, за постійного впливу стресогенів, дуже небезпечні наслідки. З розвитком суспільства проблема дослідження психологічного стресу набувала все більшої гостроти, адже процеси

урбанізації, які відбуваються надзвичайно бурхливо протягом останнього сторіччя, усе більш настійливо вимагають від людини соціальної адаптації та підлаштування під нові умови життя, які були досі людині невідомими. Кількість населення міст збільшується з кожним роком, разом з тим ускладнюється й соціальне життя мешканців мегаполісів. Відмінність між містом і мегаполісом демонструє, як кількісні зміни переходять у якісні. Якщо поліс – середовище порядку, то мегаполіс – середовище надлишку [6].

Індивід у мегаполісі постійно зазнає негативного впливу стресогенних факторів, відтак образ мегаполісу в його сприйнятті все більше девальвується. Стресогенний вплив мегаполісу є занадто сильним, аби людина могла боротися з ним природними способами, тому виникають нові форми адаптації до життя в мегаполісі. Вони спричинюють абсолютно нові форми поведінки в суспільстві. Визначальною рисою мегаполісів є те, що вони концентрують і замикають на собі основні потоки інформації і стають центрами “глобального динамізму”, культурної і політичної інновації [7]. Стресогенний вплив міста стає одним із факторів, що визначає ставлення до нього його жителів та забезпечує формування символічного образу цього міста.

Висновки. Взаємозв’язок іміджу міста і його специфічних стресогенів видається нам надзвичайно актуальною і перспективною проблемою. При дослідженні іміджу міста більша увага приділяється зазвичай об’єктивним та очевидним факторам. Хоча зрозуміло, що стрес у жителів мегаполісу формує негативне сприйняття міста, у якому вони проживають, тобто йдеться про негативне сприймання іміджу інгрупою. А це, закономірно, призводить до формування негативного образу міста і в аутгрупи в тому числі. Імідж міста створюють не лише події і процеси, що відбуваються в місті, та об’єкти, які яскраво його характеризують. Не в останню чергу імідж міста спирається на сприйняття міста його мешканцями, і, звичайно ж, дуже важливо покращувати його. Саме ці процеси, хоч і не прямо, а опосередковано, значною мірою впливають на формування образу міста серед його жителів. Місто, яке ще кілька десятиріч тому мало широкий спектр символічних ролей, таких як “культурний та освітній осередок”, “економічний центр” та інші, сьогодні швидше має такі характеристики, як “скупчення великої кількості людей”, “постійні інформаційні атаки”, “відірваність від природи”, “брак особистого простору”. Повернути місту його символічну роль можливо, лише змінивши світоглядні орієнтири його жителів та зменшивши вплив стресогенних чинників на них. Це має забезпечити більш ефективне функціонування населення як активного учасника процесів, що відбуваються в місті, та покращити завдяки спільним зусиллям імідж міста в цілому.

Література

1. *Milgram S.* The experience of living in cities / S. Milgram // Science. – New York, 1970. – 167:1461-8.
2. *Линч К.* Образ города / Кевин Линч. – М. : Стройиздат, 1982. – 328 с.
3. Междисциплинарные исследования города // Социальные и гуманитарные науки. Серия 11. Социология. – М. : ИНИОН РАН, 2008. – № 2. – С. 5–14;
4. *Мисюра Т. М.* Культурологічні параметри трансформації міста в мегаполіс: до проблеми визначення місця наук про життя в процесі ризомізації наукового знання / Т. М. Мисюра // Культура і сучасність : альманах. – К. : Міленіум, 2010. – № 2. – С. 50–63.
5. *Кеннон В.* Физиология эмоций : пер. с англ. / В. Кеннон. – Ленинград : Прибой, 1927. – 173 с.
6. *Селье Г.* Очерки об адаптационном синдроме / Ганс Селье. – М. : Медгиз, 1960. – 255 с.
7. Соціологія міста : навч. посіб. / за заг. ред. О. К. Міхєєвої. – Донецьк : Ноулдж, 2010. – 463 с.

Новикова О. А., Носко О. В. Стресс как фактор девальвации символической роли города

Освещаются психологические проблемы функционирования мегаполиса. Особое внимание уделяется вопросу имиджа города и влиянию на него стрессогенных факторов, специфических для мегаполиса. Ставится вопрос о стрессогенах, проявляющихся именно в мегаполисе, и реагировании человека на них. Проводится теоретический анализ проблем элементов имиджа города. Рассматриваются теоретические подходы к выделению специфических для мегаполиса видов стресса.

Ключевые слова: мегаполис, имидж города, стресс, стрессоген, элементы имиджа, влияние.

Novikova O. O., Nosko O. V. Stress as a source of devaluation of the symbolic role of a city

This article deals with some psychological aspects of city functioning. Particular attention is paid to the question of city image and stress factors, which are specific for the city. Some specific city stress factors and their influence on the population is discussed. The article analyzes some theoretical approaches to defining types of stresses, which are specific for the city.

Key words: city, city image, stress, stress factor, image element, influence.

КОНСТРУЮВАННЯ АВТОРСЬКОГО ВАРІАНТА СЕМАНТИЧНОГО ДИФЕРЕНЦІАЛА ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАВЛЕННЯ ПРЕДСТАВНИКІВ СЕРЕДНЬОГО КЛАСУ ДО НАЦІОНАЛЬНОЇ ВАЛЮТИ

М. В. Панга, м. Київ

Представлено опис та аналіз емпіричного дослідження, що ставило за мету конструювання варіанта семантичного диференціала для вивчення ставлення представників середнього класу до національної валюти. Наводиться авторська анкета, що застосовувалася для формування вибірки представників середнього класу. Аналізуються результати асоціативного експерименту, пропонується варіант семантичного диференціала як можливий інструмент для вивчення ставлення до національної валюти.

Ключові слова: ставлення до національної валюти, середній клас, семантичний диференціал.

Проблема. На сучасному етапі розвитку психологічної науки все більша увага приділяється проблемі ставлення різних соціальних та вікових груп до національної валюти; політико-психологічних чинників, що впливають на формування того чи іншого ставлення до національної валюти (Е. Jonas, Е. Kirchler, К. Meier-Pesti, А. Мyller-Peters, R. Luna-Arocas, О. С. Дейнека, Ю. С. Ніколенко та ін.) [1–7]. Ставлення до національної валюти є окремим випадком ставлення до грошей. Його специфіка полягає в перцепції усталеності та законності грошей як єдиного платіжного засобу, прийнятого на території певної держави. Під ставленням до національної валюти слід розуміти емоційно забарвлені та раціонально наповнені оціночні диспозиції (із різним ступенем усвідомленості) громадянина певної держави щодо офіційно визнаної національної грошової одиниці, що формують певну особистісну смислову позицію щодо національної валюти, яка (тобто позиція) виявляється у фінансово-економічній поведінці людини (накопичення, витрачання, інфляційні очікування тощо).

Існує певна емпірична доцільність вивчення ставлення до національної валюти саме середнього класу, який є основним актором економіко-політичного життя держави з такими специфічними соціальними функціями, як підтримка соціальної стабільності в суспільстві, забезпечення вертикальної мобільності, фінансове донорство в державну бюджетну систему, створення нових зразків соціально-економічної та соціокультурної поведінки. Ставлення середнього класу до національної валюти як надійної та стабільної грошової одиниці впливає на покращення кредитно-грошової ситуації в державі, зміцнення національної грошової одиниці на валютних ринках, поліпшення політико-економічного іміджу та зрос-

тання соціально-політичного потенціалу держави. Ставлення середнього класу до національної грошової одиниці як ненадійної і нестабільної валюти значною мірою спричинюють: інфляційні очікування, які нерідко стимулюють реальну інфляцію; взаємодію з міжнародними твердими валютами на шкоду національній валюті; ірраціональні страхи втрати свого капіталу, що породжують масові чутки про періодичні “обвали” цієї валюти та подальше поведінкове стимулювання цих “обвалів”. Для успішної розбудови молодій державі необхідно досліджувати особливості ставлення населення до нової національної грошової одиниці, зокрема чинники, що впливають на ставлення середнього класу до національної валюти.

Серед основних перешкод, що утруднюють дослідження ставлення представників середнього класу до національної валюти, можна назвати такі: невиробленість чітко визначеної дефініції пострадянського середнього класу і загальноприйнятих стратифікаційних критеріїв та індикаторів виокремлення його представників; низький рівень розробленості категорії “середній клас” саме у психологічній літературі; брак необхідного інструментарію для вивчення ставлення представників середнього класу до національної валюти.

Мета статті: висвітлення й аналіз результатів проведеного емпіричного дослідження та конструювання на їх основі окремого варіанта семантичного диференціала для подальшого вивчення особливостей ставлення представників середнього класу до національної валюти.

Дослідження обраної нами наукової проблеми – ставлення середнього класу до національної валюти – методологічно доцільно проводити у два етапи. Для конструювання семантичного диференціала ми застосували асоціативний експеримент, який фіксував семантичні, або смислові, особливості ставлення представників середнього класу до національної валюти. Проте спочатку нам довелося сформулювати досить специфічну для нашого дослідження емпіричну вибірку, яка вимагала додаткового теоретико-методологічного аналізу підходів та критеріїв виокремлення представників середнього класу.

Загалом у дослідженні, яке проводилося в Київській, Одеській та Житомирській областях, взяли участь 127 респондентів (69 чоловіків і 58 жінок) віком від 23 до 59 років. Емпіричний інструментарій нашого дослідження складався із двох частин: авторської анкети для виокремлення представників середнього класу та інструкції і стимульного матеріалу асоціативного експерименту.

Зупинімося детальніше на теоретико-методологічних аспектах інструментарію дослідження. Специфіка нашого дослідження, його мета і завдання вимагали створення емпіричного інструментарію, за допомогою якого можна було б сформулювати вибірку з представників українського

середнього класу. Найефективнішим і найбільш поширеним методом виокремлення соціально-стратифікаційних утворень є метод *анкетування*, який найчастіше застосовують як вітчизняні та зарубіжні наукові установи, так і альтернативні організації України та світу загалом. Базою для розроблення анкети для виокремлення представників середнього класу став набір стратифікаційних критеріїв, відповідно до яких і були сформовані та підібрані запитання анкети. Отже, після ретельного теоретико-методологічного аналізу нами було обрано такі стратифікаційні критерії: матеріальний статус, рівень освіти, професійна належність, соціальний статус, самоідентифікація, особливості фінансової свідомості та поведінки. Анкета містила як авторські запитання, так і запитання, які постійно використовуються в моніторингових дослідженнях Інституту соціальної та політичної психології НАПН України та Інституту соціології НАН України.

Отже, основне завдання *анкети* – виокремлення представників українського середнього класу, формування вибірки нашого дослідження, тобто “відсіювання” із загальної кількості опитаних тієї частини респондентів, які не обирали відповіді на запитання, які б ідентифікували їх із середнім класом. Після обробки результатів анкетування було сформовано групу респондентів, яких умовно можна назвати представниками українського середнього класу. Загальна чисельність цієї умовної групи – 81 особа (з них 32 жінки і 49 чоловіків). Середній вік опитаних становив 25-56 років. Групу склали люди, які провадять інтелектуальну, підприємницьку або керівну діяльність; мають вищу освіту; досягли високого соціального та матеріального статусу. Більшість із них ідентифікує себе із середнім класом і має у своїй власності нерухомість. Відібрані особи характеризуються фінансовою дисциплінованістю, зниженим рівнем патерналізму та оптимістичним налаштуванням щодо майбутнього.

Наступним кроком було проведення *асоціативного експерименту* на описаній вище вибірці із представників українського середнього класу. Ми обрали вільний асоціативний експеримент (тобто респондент не був обмежений певними граматичними категоріями). Кожному учасникові було запропоновано дібрити слова-асоціації до запропонованих стимулів-назв валют (українська гривня, євро, долар, рубль та смисловий конструкт “ідеальна національна валюта”). Для того щоб підтвердити, що у свідомості респондентів ставлення до української гривні є окремим диференційованим утворенням, а не репрезентацією ставлення респондентів до грошей загалом або до різних іноземних валют, ми вирішили порівняти їхнє ставлення до гривні і ставлення до об’єктивно популярних та залучених у фінансово-економічне життя України іноземних валют (долар, євро, російський рубль), а також до уявної суб’єктивно ідеальної валюти.

Прийнято вважати, що більшість перших 5-10 відповідей, які називають досліджувані, є типовими. Найтиповіші асоціації називаються культурно-первісними, а найменш типові – ідіосинкразичними. У своєму асоціативному тесті ми також керувалися цим загальним правилом. Різна “вага” асоціацій (тобто їхньої значущості і для експериментатора, і для досліджуваного) залежить від порядку пред’явлення асоціацій (слів або словосполучень).

Варто зазначити, що респонденти, які не потрапили в кінцеву вибірку пілотного дослідження, але також брали участь в асоціативному експерименті, називали у 2-3 рази менше слів-асоціацій для кожного слова-стимулу. На нашу думку, такий стан речей може свідчити про нечітку представленість слів-стимулів у семантичних просторах респондентів. Отже, це певною мірою підтверджує доцільність дослідження ставлення до національної та іноземних валют саме у представників середнього класу.

Загалом на всі слова-стимули було зафіксовано 616 слів-асоціацій. Структура семантичного диференціала передбачає список біполярних ознак, а отже, ми одразу були змушені відкинути слова-асоціації, до яких неможливо дібрати антоніми (наприклад, “Кремль”, “СРСР”, “Буш”, “Євро-2012” та ін.). Другий і кінцевий етап “відсіювання” слів-асоціацій для кінцевого списку дескрипторів семантичного диференціала полягав у тому, що ми не брали до уваги слова-асоціації, які виникали лише в одного респондента. Урешті-решт, ми відібрали найбільш часто згадувані асоціації на кожне слово-стимул, які називалися більшістю респондентів. На основі підбору слів-антонімів до найбільш популярних слів-асоціацій було сформовано біполярні шкали, які й стали основою семантичного диференціала для вивчення ставлення до національної та іноземних валют (табл.).

Метод семантичного диференціала, запропонований Ч. Осгудом, являє собою оптимальний спосіб фіксації особистісних смислів щодо досліджуваного об’єкта чи явища. Методом семантичного диференціала об’єкти (поняття, зображення) оцінюються за низкою біполярних градусованих (трьох-, п’яти-, семибальних) шкал, полюси яких задаються за допомогою вербальних антонімів. Оцінки понять за різними шкалами корелюють між собою, і за допомогою факторного аналізу можна виокремити “пучки” таких шкал та згрупувати їх у фактори. Перехід від ознак (характеристик), які задаються шкалами, до факторів фактично є побудовою семантичного простору.

Зазначимо, що застосування семантичного диференціала має свої обмеження, які ми брали до уваги і намагалися мінімізувати в процесі розроблення методики дослідження. Ці обмеження пов’язані, по-перше, з тим, що, надаючи перелік шкал для оцінювання об’єкта або явища, дослідник нав’язує респондентам якості, які, на його думку, можуть бути недо-

статньо релевантними. Така проблема частково нівелюється тим, що семантичний простір об'єкта або явища описується не окремими ознаками, а факторами, що узагальнюють множинні ознаки. Непредставленість якоїсь значущої для респондента ознаки може компенсуватися іншими, які складають той самий фактор [8–10].

Таблиця

**Біполярні шкали семантичного диференціала
“Типи ставлення до національної валюти”**

Валюта для споживання	-3 -2 -1 0 1 2 3	Валюта для заощадження
Сильна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Слабка
Національний символ	-3 -2 -1 0 1 2 3	Не є національним символом
Практична	-3 -2 -1 0 1 2 3	Непрактична
Валюта з майбутнім	-3 -2 -1 0 1 2 3	Валюта без майбутнього
Своя	-3 -2 -1 0 1 2 3	Чужа
Активна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Пасивна
Прибуткова	-3 -2 -1 0 1 2 3	Збиткова
Втілює державну самостійність	-3 -2 -1 0 1 2 3	Не втілює державну самостійність
Популярна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Непопулярна
Перспективна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Безперспективна
Свобода	-3 -2 -1 0 1 2 3	Неволя
Обігова	-3 -2 -1 0 1 2 3	Застійна
Незалежність	-3 -2 -1 0 1 2 3	Залежність
Престижна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Непрестижна
Інфляційна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Зростаюча
Розвиток	-3 -2 -1 0 1 2 3	Застій
Динамічна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Статична
Надійна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Ризикована (ненадійна)
Втілює національні цінності	-3 -2 -1 0 1 2 3	Не втілює національні цінності
Ізольована	-3 -2 -1 0 1 2 3	Відкрита
Залежна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Незалежна
Безпечна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Загрозлива
Стабільна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Нестабільна
Демократія	-3 -2 -1 0 1 2 3	Авторитаризм
Впливова	-3 -2 -1 0 1 2 3	Невпливова
Корисна	-3 -2 -1 0 1 2 3	Шкідлива

Загалом було виокремлено: 28 категорій, що описують гривню; 25 – американський долар; 24 – євро і 25 – уявний конструкт “ідеальна націо-

нальна валюта”. Ми проаналізували частоту, з якою трапляються ті чи ті категорії, і в підсумку сформували перелік із 27 ознак, який, на нашу думку, є придатним для вимірювання ставлення до кожної із зазначених валют. Це, по-перше, полегшує процедуру зіставлення факторних структур між собою, а по-друге, за допомогою повного переліку дескрипторів ми зможемо актуалізувати ставлення до різних валют. Виокремлені дескриптори умовно можна розділити на три групи характеристик ставлення до національної валюти: функціональність-нефункціональність (наприклад, біполярні пари дескрипторів – “прибуткова-збиткова”, “активна-пасивна”, “динамічна-статична” та ін.), стабільність-нестабільність (“надійна-ризикована”, “безпечна-загрозлива” та ін.) і ступінь утілення-неутілення національних цінностей (“свобода-неволя”, “демократія-авторитаризм”, “втілює-не втілює державну самостійність” та ін.).

Отже, завдяки застосуванню методу семантичного диференціала ми зможемо виокремити на основі факторного аналізу концентрації ознак ставлення до національної валюти (тобто фактори), а відтак визначити типи ставлення до національної валюти та здійснити їх детальний опис.

Висновки:

1. Психологічні дослідження ставлення різних соціальних груп до грошей та національної валюти розвиваються досить динамічно, проте їм вочевидь бракує емпіричного інструментарію.

2. Середній клас є однією з найбільш дискусійних категорій як у західній, так і у вітчизняній науці. Основні суперечки щодо вивчення середнього класу мають як теоретико-методологічний (визначення середнього класу, проблема критеріїв його виокремлення), так і суто емпіричний (роль середнього класу і його значення для держави) характер. Серед критеріїв віднесення людей до середнього класу можна виокремити психологічні і непсихологічні.

3. Ставлення до національної валюти найбільш доцільно, на нашу думку, досліджувати психосемантичними методами а саме методом асоціативного експерименту та методом семантичного диференціала. Процедурно асоціативний експеримент передує семантичному диференціалу, адже саме асоціативний експеримент формує список дескрипторів для процедури семантичного диференціала.

4. Велика кількість отриманих слів-асоціацій на запропоновані слова-стимули в процесі здійснення асоціативного експерименту свідчить про диференційоване ставлення до національної та іноземних валют. Дескриптори для семантичного диференціала добиралися методом контент-аналізу.

5. Метод семантичного диференціала ми застосовували для подальшого визначення типів ставлення представників середнього класу до національної та іноземних валют. Суб’єктивне ставлення до національної

валюти можна описати такими характеристиками: “функціональність-нефункціональність”, “стабільність-нестабільність” та “втілює-не втілює національні цінності”. Перелічені характеристики знайшли своє відображення в авторському варіанті семантичного диференціала.

Перспективою дальших досліджень є застосування сконструйованого семантичного диференціала для вивчення ставлення громадян до національної та іноземних валют.

Література

1. *Jonas E.* Currencies as cultural symbols – an existential psychological perspective on reactions of Germans toward the Euro / E. Jonas, I. Fritsche, J. Greenberg // *Journal of Economic Psychology*. – 2005. – № 26. – P. 129–146.
2. *Meier-Pesti K.* Nationalism and patriotism as determinants of European identity and attitudes towards the euro / K. Meier-Pesti, E. Kirchler // *Journal of Socio-Economics*. – 2003. – № 32. – P. 685–700.
3. *Meier-Pesti K.* Attitudes towards the Euro by national identity and relative national status / K. Meier-Pesti, E. Kirchler // *Journal of Economic Psychology*. – 2003. – № 24. – P. 293–299.
4. Explaining attitudes towards the euro: Design of a cross-national study / A. Müller-Peters, R. Pepermans, G. Kiell, N. Battaglia, S. Beckmann, C. Burgoyne // *Journal of Economic Psychology*. – 1998. – № 19. – P. 663–680.
5. The Euro and European identity: The Spanish and Portuguese case / R. Luna-Arocas, G. Guzman, I. Quintanilla, M. Farhangmehr // *Journal of Economic Psychology*. – 2001. – № 22. – P. 441–460.
6. *Дейнека О. С.* Динамика макроэкономических компонентов образа денег в обыденном сознании / О. С. Дейнека // *Психологический журнал*. – 2002. – Т. 23. – № 2. – С. 36–46.
7. *Дейнека О. С.* Символизация денег: опыт эмпирического исследования / О. С. Дейнека // *Проблемы экономической психологии* / отв. ред. А. Л. Журавлев, А. Б. Купрейченко. – М. : ИП РАН, 2004. – Т. 1. – С. 207–241.
8. *Осгуд Ч.* Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам / Ч. Осгуд, Дж. Суси, П. Таненбаум // *Семиотика и искусствоведение*. – М. : Мир, 1972. – С. 3–34.
9. *Петренко В. Ф.* Введение в экспериментальную психосемантику: исследование форм репрезентации в обыденном сознании / В. Ф. Петренко. – М. : Изд-во МГУ, 1983. – 176 с.
10. *Петренко В. Ф.* Психосемантика сознания / В. Ф. Петренко. – М. : Изд-во МГУ, 1988. – 208 с.

Панга М. В. Конструирование авторского варианта семантического дифференциала для исследования отношения представителей среднего класса к национальной валюте

Представлены описание и анализ эмпирического исследования, целью которого было конструирование варианта семантического дифференциала для изучения отношения представителей среднего класса к национальной валюте. Приводится авторская анкета, предназначенная для формирования выборки пред-

ставителей среднего класса. Анализируются результаты ассоциативного эксперимента, предлагается вариант семантического дифференциала как возможный инструмент для изучения отношения к национальной валюте.

Ключевые слова: отношение к национальной валюте, средний класс, семантический дифференциал.

Panga M. V. Developing author's semantic differential version for studying attitudes towards the national currency of the middle class representatives

This article describes and analyzes the empirical research which was aimed to design variants of the semantic differential to study attitudes towards the national currency of the middle class representatives. To form a sample of middle-class representatives, we used the author's questionnaire. The results of the association experiment are analyzed. The version of the semantic differential as a potential instrument to study attitudes towards the national currency is proposed.

Key words: attitudes towards national currency, the middle class, semantic differential.

**ЧОЛОВІЧЕ І ЖІНОЧЕ В ДАВНЬОСЛОВ'ЯНСЬКІЙ ТРАДИЦІЇ ЯК
РЕСУРС ЦІЛІСНОСТІ “Я” І “МИ”**

*О. В. Яремчук, В. О. Ключикова-Цобенко,
В. І. Фокіна, м. Одеса*

У статті наводиться обґрунтування тренінгової програми О. В. Яремчук, В. О. Ключикової-Цобенко, В. І. Фокіної “Чоловіче і жіноче у давньослов'янській традиції як ресурс цілісності “Я” і “Ми” (“Веселка Єдності”). Звертається увага на те, що самоактуалізація, саморозвиток та самоздійснення сучасної особистості супроводжуються в етнічному контексті індивідуальним авторським міфотворенням, яке фасилітує екзистенційне проєкування молодой людини в простір глобалізаційної культури. Психоісторичну реконструкцію пропонується трактувати як механізм самоконструювання “Я” в постмодерністську епоху на основі індивідуального авторського міфотворення. Можливості досліджень у галузі історичної психології пропонується розглядати набагато ширше, ніж просто вибудовування картини минулого, а як вступ у діалог з нею і збагачення двох взаємодіючих культур. Ставиться питання про необхідність сприйняття історичної психології як напрямку вдосконалення та самореалізації сучасної особистості. Наголошується, що нинішні умови культурної глобалізації відкривають перед кожним індивідом безмежні можливості для конструювання суб'єктивних смислів у культурно-історичному просторі різних епох.

Ключові слова: самоконструювання “Я”, саморозвиток, самоактуалізація, етноархетипи, музичні архетипи, чоловічі і жіночі міфологеми.

*Цінуймо і шануймо сакральність нашого Минулого!
Тоді чудовим буде сьогоднішня і ще кращим – майбутнє.*

Проблема. Сьогодні стало не тільки модною, а й необхідною у відповідь на виклики сучасності розглядати психіку людини з позицій постмодерністських тенденцій фрагментарності і контекстуальності [1]. Проте незмінним у дослідженні особистості як соціокультурно обумовленої індивідуальності залишається те, що вона є творцем і спадкоємцем існуючих культурних традицій. Досліджуючи культурно-історичний простір певного етносу, ми розкриваємо смисли і цінності, які пояснюють особливості розвитку особистості в цьому етносі, звертаючи увагу на оприявлені в культурі архетипи та міфологеми [2]. Індивідуальне авторське міфотворення, на наш погляд, є неодмінною складовою самоактуалізації, саморозвитку та самоздійснення сучасної особистості в етнічному контексті. Воно фасилітує екзистенційне проєкування молодій людині в простір глобальної культури без втрати відчуття своїх коренів [3]. Особливо актуально видається гендерна ідентифікація, що наразі теж стає предметом конструювання, адже чоловіче і жіноче в давньослов'янській традиції можна розглядати як ресурс цілісності “Я” і “Ми”.

Мета статті: спираючись на гендерні міфологеми, обґрунтувати теоретичні, прикладні і тренінгові виміри самоконструювання “Я” на рівні колективного несвідомого давніх слов'ян.

Завдання дослідження: 1) подати концептуальні засади цієї наукової розробки у вигляді теорії етнокультурної міфотворчості особистості, акцентувавши увагу на зв'язку колективного несвідомого та етноархетипів із самоактуалізацією, саморозвитком і самоздійсненням особистості на основі принципу карнавальності; 2) розглянути музичні архетипи в давньослов'янській культурній традиції та їхній катарсичний потенціал; 3) презентувати як тренінгову основу саморозвитку сучасної особистості чоловічі і жіночі міфологеми в давньослов'янській традиції.

Колективне несвідоме – це найглибший шар людської психіки, де зберігаються первісні форми осягнення Всесвіту й трансцендентного. Ідеться про архетипи, які мають домисленневий, але не дорозумовий характер, тобто які сприймаються завдяки поживавленню інтуїції в стані творчого натхнення чи пікових переживань, у духовному досвіді. Архетип на рівні свідомості постає в образах-символах та міфологемах, насичених потенційними смислами. Як відомо, міфологічне відбиття архетипів супроводжується потужними спалахами психічної енергії. Окрім загальнолюдських універсальних архетипових образів, існують *етноархетипи*. Це скарбниця колективної пам'яті певного народу, що наповнювалася завдяки досвіді взаємодії з доквіллям та іншими народами в конкретних

ландшафтних, кліматичних, історичних та культурних умовах. Якщо проаналізувати під цим кутом зору українські замовляння, весільні пісні, загадки, колядки, щедрівки, казки, то можна помітити, що найважливішими в українській ментальності є такі етноархетипи: Батька – Матері, Дитини, Землі, Води, Вогню, Гори, Дерева (священного лісу), Квітки, Бика (Корови), Змії, Птаха, Каменя, Поля, Мосту, Стіни (Тину, Паркана, Загорожі), Воріт (Горловини), Хреста, Сонця, Місяця, Зорі. Усі ці міфологеми, занурені в народну творчість, і нині несуть у собі моральні, світоглядні та естетичні коди. Зокрема, найважливішим з архетипів є архетип Матері-Землі, Великої Богині. Він став вирішальною віссю в тому тлумаченні Богородиці, яке знайоме нам із численних пам'яток усної і пісенної традиції. Інший, не менш важливий архетип, – архетип Тіні – сконденсував у собі драматичні суперечності людських доль та характерів, руйнівні потяги, зловживання світською і духовною владою, нехтування голосом совісті й Бога заради матеріальних благ і т. ін. Але, на наш погляд, не варто вдаватися до радикальних засобів боротьби з колективною Тінню, особливо коли йдеться про нове покоління – молодь, що особисто “не докладала зусиль” для її “згущення”. Краще звернутися до того життєдайного джерела позитивних міфологічних образів, яке здатне наповнити сучасну людину енергією та волею йти шляхом добра і гармонії. Саме тому ми й звернулися до міфологем богів та богинь слов'янського пантеону.

Поділ на чоловіче і жіноче є ключовим у розвитку Всесвіту; він пов'язаний із взаємодією природних стихій, якостей творіння. У психіці сучасної людини все частіше відчувається андрогінний акцент. Чоловіче і жіноче потребують не розмежування, а продуктивного синтезу. Як досягти такої внутрішньої гармонії, на що спертися в колективному несвідомому? Саме ці запитання підштовхнули нас до дослідження чоловічого і жіночого в давньослов'янській духовній традиції як ресурсу цілісності “Я” і “Ми”. Таке звернення до етноархетипів, на наш погляд, сприятиме більш ефективному особистісному самоздійсненню.

Самодійснення – це якісний стрибок, пов'язаний з контактуванням “Я” людини з глибинними архетиповими вмістами, що відкриває доступ до осягнення свого призначення, розширює індивідуальне “Я” до меж колективного суб'єкта (етнокультурної спільноти). Цей етап **самоконструювання “Я”** тісно взаємодіє із самоактуалізацією та саморозвитком. **Самоактуалізація** постає як “приміряння” культурно-історичних символів, смислів та міфологем до власного “Я” задля вдосконалення мотиваційного поля особистості, пробудження її потреби у творчості як метапотреби, що реалізує сутнісну природу людини. **Саморозвиток** – це також поживлення процесів індивідуального авторського міфотворення завдяки діалогу з власним несвідомим у міфологічному наративі. Саморо-

звиток сприяє розкриттю індивідуальності в культурно-історичному просторі.

Актуалізація зазначених вище етапів самоконструювання “Я” уможливилась завдяки *принципові карнавальності*. Ідеться про спілкування між інакшими і різнопорядковими суб’єктами в інтра- та інтерперсональних планах, наддинамічний сенсотвірний процес гармонізації різнорівневих світів людини, що відкриває в ній сенсову єдність мікро- і макрокосму. Принцип карнавальності передбачає встановлення зв’язку ідентифікації особистості з рівнем колективного несвідомого через індивідуальну авторську міфотворчість. Завершуючи цю думку, підкреслимо значущість синхроністичності, що впорядковує події “нефізичним” (непричинним) шляхом, тільки на підставі їхніх смислів, та пов’яже ці події незалежно від їх розділеності в часі і просторі. Усі ці положення реалізуються в запропонованому нами тренінгу “Веселка Єдності”.

Звичай, традиції будь-якого народу породжуються природною необхідністю його виживання та адаптації до довкілля, але в подальшому розвитку особистості і суспільства вони зрештою осмислюються в категоріях вищих, ідеальних прагнень людини. Особливо це стосується взаємин між статями, коли первісний потяг до близькості, продовження роду набуває екзистенційного забарвлення, поєднуючись зі священними почуттями любові, духовної спорідненості. За вищі духовні прояви людини в прадавні часи “відповідали” надприродні істоти – боги, духи, герої. Саме контакт із ними під час ритуальних дійств, обрядів, свят наснажував слов’ян, нагадував про зв’язок з традицією, яка відтворювалася в душі кожного “широкого” учасника священнодійства. Справді, дослідникам давньослов’янської міфології відомо чимало текстів про сходження бога до людей, зв’язок слов’ян з богами, родинні, теплі, турботливі стосунки між людиною і божеством (С. Я. Головацький та ін.). В індивідуальному досвіді це підтверджується, коли занурюєшся в дивовижний світ народної творчості, що резонує з глибинними рівнями “Я”. Тоді інтуїтивно доходиш думки про те, що сутність людяності – у єднанні сакральних рис прадавніх божеств у внутрішньому світі людини. Звісно, у категоріях глибинної психології йдеться про поживлення й синтез архетипових енергій у несвідомому сучасної особистості. Звернення до індивідуального авторського міфотворення на ґрунті давньослов’янської традиції дає змогу опрацювати внутрішні психічні образи, що достеменно й достотно тяжіють до сакрального, релігійного в людині. Близькі до цих роздумів думки висловлював свого часу К. Г. Юнг у праці “Психологія і релігія”.

Не менш важливою складовою концепції самоконструювання “Я” на рівні колективного несвідомого давніх слов’ян є напрацювання психолінгвістики та філософії О. О. Потебні. Відомий мовознавець виявляє механізми оприявлення екзистенційних станів у давньослов’янській

духовності шляхом аналізу мовних засобів, у яких відбилися феномени свідомості і несвідомого мовців [4]. Він звертає увагу на те, що онтологізація горя, долі, злиднів у міфологічних текстах відбувалася шляхом присвоєння їм власних імен, переведення їх у статус міфологічних істот. Учений на прикладі цілої низки мов доводить, з одного боку, етимологічну близькість слів “щастя”, “доля”, “божественна істота”, а з другого – слів “лихо” і “покинутість Богом”, які так само сходять до одного семантичного поля “долі-знедоленості”. Він також вказує на намагання людини прорватися до надчуттєвого, божественного в екзистенційних переживаннях, граничних станах, що яскраво виявляється в текстах пісень, казок, прислів'їв [там само]. Ми солідаризуємося з О. О. Потєбнею в думці про те, що взаємопроникнення колективного та індивідуального несвідомого в процесі творення, сприйняття та інтерпретації міфологічних образів, безумовно, пов'язане із задіянням міфопоетичного мислення. Воно увібрало в себе креативний потенціал архаїчної міфотворчості та сучасних запитів на самоздійснення в культурі.

Розглянемо під цим кутом зору музичні архетипи в давньослов'янській культурній традиції та їхній катарсичний потенціал. На думку багатьох дослідників, найбільш яскраво міфопоетична природа людської психіки постає в музиці. Музичне сприйняття міфологічне: організовані звукові структури не є самодостатньою цінністю, а лише певним способом висловити зашифрований у них сенс; до звукового символу з глибин несвідомого залучається відповідний етнокультурний символ. Під час прослуховування музики відбувається метафоричний стрибок, що перетворює звук у сенс, водночас переводячи споглядання у внутрішній вчинок. Вивчення механізмів духовно-катарсичної активності особистості в ході інтерпретації музичних міфологем відкриває перспективи створення дієвих способів особистісного самоздійснення. На думку музикознавців Б. В. Асаф'єва [5], П. Ф. Вульф'юса [6], Ю. М. Хохлова [7], Д. К. Кірнарської [8], а також автора музичної концепції психорезонансу А. Понтвіка, музика здатна викликати певний настрій, причому емоційне забарвлення образів, що виникають під час її сприймання, відрізняється залежно від індивідуальних особливостей музичного сприйняття, ступеня музичної підготовки, інтелектуальних особливостей слухача. Вивчення емоційної значущості окремих елементів музики – ритму, тональності – показало їх здатність викликати стан, адекватний за характером реагування на дію подразника. Позитивні емоції під час прослуховування музики, “художня насолода”, на думку Л. С. Виготського, не є чистою рецепцією, а вимагають найвищої діяльності психіки [9]. У зв'язку із цим великого значення набуває підбір відповідних музичних творів, які могли б викликати необхідну низку образних асоціацій і переживань. Для цього дуже

важливо використовувати музичні твори, у структурі яких закорінені можливість катарсичного ефекту.

У нашому тренінгу для опрацювання інтонаційної структури музичних композицій ми застосовуємо концепцію музичних архетипів Д. К. Кірнарської [8]. Як уже зазначалося, у ході сприймання музичного тексту відбувається поживлення глибинних шарів колективного несвідомого. Зв'язок із колективним несвідомим здійснюється, імовірно, через комунікативну спрямованість музики, через базові форми соціальної комунікації, які і є музичними архетипами. Дослідниця виділяє, зокрема, комунікативні архетипи “Заклику”, “Прохання”, “Гри”, “Медитації” [там само]. Це своєрідні протоінтонаційні форми сприйняття зовнішнього і внутрішнього світу, які наповнюються різним змістом залежно від духу епохи.

На наш погляд, характерним для давньослов'янського фольклору є архетип “Славління”, який постає в святкових обрядових дійствах. На думку Б. В. Асаф'єва [5], в основі музичної інтонації і, відповідно, музичних архетипів лежить явище мовної (комунікативної) інтонації. Поетичний текст вокального твору вступає у взаємодію (частіше – у гармонійну, але іноді і в конфліктну) з музичною архетипікою (інтонаційною структурою) і таким чином посилює музичний вплив твору через внутрішню вокалізацію. Сприймання міфологічних кодів музичного тексту сприяє психорезонансу і катарсису. У результаті відбувається доповнення і переформування простору особистісних смислів реципієнта, що виводить його на новий рівень самоусвідомлення. Ми впевнені в тому, що вербалізація плінних смислів особистого несвідомого, резонуючи зі смислами інших учасників, актуалізує екзистенційний проект особистості, що оприявнюється у розгортанні власного талану. Талан у такому розумінні – це й особиста обдарованість, відчуття власного призначення, діяльнісного та перетворювального потенціалу. Опредметнення цього процесу відбувається в дійстві плетіння талісмана у вигляді орнаменту з ниток, яке благословляє Макош. У цьому оприявнюється зв'язок веселки – медіатора між сучасними і давніми слов'янами – і власноруч створеного артефакту, що поєднує різні кольори в індивідуальний, неповторний візерунок. Власне, відбувається потенціювання індивідуальних уявлень про майбутнє, які символізуються вподобаними кольорами ниток. Це, по суті, “творення смислів із соціокультурної тканини”, що збагачує не тільки суб'єкта, а й проінтерпретовану ним слов'янську давнину. Такий підхід до саморозвитку особистості в культурно-історичному просторі розкриває творчий потенціал особистості, адже долучає терапію народною творчістю.

Алгоритм тренінгу “Чоловіче і жіноче в давньослов'янській традиції як ресурс цілісності “Я” і “Ми”, який дістав коротку назву “Веселка Єдності” (автори – О. В. Яремчук, В. О. Ключикова-Цобенко, В. І. Фокіна),

складається з 9 етапів та шерингу. Наводимо його зміст та музичний супровід у вигляді таблиці.

Таблиця

**Обрядовий спільний вчинок етнокультурної міфотворчості
“Веселка Єдності”**

Психологічний етап тренінгу	Музичні архетипи
1. Освоєння місцевості: входження в резонанс із природним середовищем. Плетіння вінків	Архетип Землі, єднання з рослинним світом та водною стихією (Вокальні фольклорні композиції: 1. “Своя гра” – музична імпровізація на сопілці. Пожвавлення зв’язку зі слов’янською традицією. Архетип медитації; 2. “Весна” – архетип заклику до сприйняття мудрості предків у традиції. Семантика дощу як передавання інформації та грому (блискавки) як енергетичного імпульсу; 3. “На морі берізка потопала” – семантика світотворення. Архетип заклику; 4. “Серед вулиці степ широкий” – семантика освоєння природи, архетип гри)
2. Несвідомий вибір кольору учасниками – символізація певної риси внутрішнього світу	“Квітка-душа”: “Весен і зим дай, Боже. Віри і сил дай, Боже. Щастя усім дай, Боже” – архетип заклику і прохання
3. Притяжіння кольорових пар	“Разлилася речка быстрая” (вокальна композиція на два голоси – жіночий, ведучий; чоловічий підголосок) – архетип води, матриархат; архетип медитації. “Наші конопельки зверху зелененькі” – взаємодія у побуті, архетип життєвої гри. “Волинка” – ушляхетнення життєвої гри (на волинці, за повір’ям, грають янголи). Архетип заклику, піднесення чоловічого і жіночого до традицій предків (звитяга). Символ Веселки
4. Згортання “веселки” у Мікрокосм (клубок долі)	“Ой як же було ізпрежди віка. Ой дай, Бог. А тільки було синєє море, ой дай, Бог” – архетип прохання та славління. “Ріка життя” (Ми не янголи святі, але струни золоті в душах не мовчать) – архетип медитації
5. Розгортання талану за допомогою Лади та Дажбога	Медитативна композиція з дрімбою – архетип медитації та гри, повернення до витоків й розгортання традицій у сьогоденні

Психологічний етап тренінгу	Музичні архетипи
6. Забавка “Струм-ок”. Єдність у різноманітності. Вибір пари за принципом удосконалення внутрішніх рис	“Жива-Жива, матушка” – семантика ріки, землі, вітру, вогню, світлої любові, життя. Архетип заклику та медитації до життєтворення
7. Випробування міцності пари	“Ти ж мене підманула” – семантика залицання, підморгування. Архетип гри. Випробування на енергетичну цілісність
8. Єдність роду	Музична композиція – гімн рідній землі (“Сохраним заветы правы. Мы Дажьдбога сыновья”) – архетип заклику, славління
9. Плетіння власної долі в гармонії з традицією. Особистий талан – звитяга, мужність, успіх, покликання, любов. Створення оберігу з ниток	“Родина” – архетип заклику. Славління Лади і Рода. Семантика рішучості у ствердженні спадкоємності. Покровительство богів. “Своя гра” – музична імпровізація на сопілці. Пожвавлення зв’язку зі слов’янською традицією. Архетип медитації

Отже, саморозвиток сучасної особистості може спиратися на чоловічі і жіночі міфологеми в давньослов’янській традиції. Для з’ясування потенціувального ефекту цих вмістів розглянемо їх детальніше. Згадаймо, що давньогрецька міфологія є найвідомішою у світі серед інших прадавніх язичницьких. Навіть класичний психоаналіз рясніє давньогрецькими міфологемами і стійкими словосполученнями (“комплекс Едіпа”, “комплекс Електри”, “едипальна стадія розвитку” тощо). Цей приклад демонструє, як етнічна міфологія стає надбанням усього людства. Сучасні східні слов’яни загалом погано обізнані щодо своїх культурних коренів та міфології. Можливо, це спричинено важкими для слов’ян історичними перипетіями: роздрібненістю князівств Київської Русі, монголо-татарською навалою, християнізацією Русі, яка не тільки зміщила державу, а й принесла із собою занепад прадавньої культури. Особливо серйозного удару культурні традиції народів, зокрема українців, зазнали за часів правління Сталіна, коли їхня етнічна своєрідність брутално заперечувалася. Тому особливо важливою для нас видається сучасна можливість історичної реконструкції як побуту, так і духовного життя,

сакральних знань наших пращурів, адже це дає особистості змогу розширити ресурси для власного культурного соціогенезу. На наш погляд, давньослов'янська міфологія поступово стане доробком для всієї психологічної спільноти в окресленні тих психічних станів, які можна позиціонувати як гармонійні, як ті, що уможливають набуття особистістю Самості – власної духовної цілісності.

У рамках тренінгу “Чоловіче і жіноче в давньослов'янській традиції” (“Веселка Єдності”) ключовим є прийом психоісторичної реконструкції. Вона оприявнюється під час відтворення давньослов'янських традицій, завдяки участі в різних ритуальних діях, коли учасники поринають в атмосферу давніх слов'янських пісень, обрядових дійств, ритуальних ігор, у яких нашим пращурам завжди покровительствували боги (у нашому тренінгу це Макош, Лада, Жива, Дажбог).

Макош (Мокоша, Магощ) – богиня Долі, що “пряде” життєвий шлях як нитку; матір двох сестер – Долі і Недолі; богиня родючості, що пов'язана з урожаєм. Утіленням енергії Макоші вважали корову-годувальницю. Макош – єдина богиня з чоловічого пантеону князя Володимира (іноді її зображували з рогом достатку). Її день – п'ятниця. Макош має здатність змінювати нещасливу долю, у пізніших джерелах вона співвідноситься з Орантою.

Лада – одна з найулюбленіших давніми слов'янами богинь, Матір Світу, богиня любові і шлюбу, яка дає енергію подружжя та материнства. Лада є жіночою проекцією Рода і містить у собі потенціал самовідтворення, що реалізується на початку життя молодого Всесвіту.

Жива – та, що дає життя, – богиня весни, родючості, Животворних Сил Природи, весняних вируючих вод, перших зелених паростків; покровителька юних дівчат і молодих дружин. З'являється в образі зозулі – провісниці світу предків.

Дажбог (Радегаст) – Сварожич, бог родючості, сонячного світла і цілющої сили, дід слов'ян, син Сварога. Священною твариною Дажбога-Радегаста вважався лев: Сварожича зображували або з лев'ячою головою, або в колісниці, запряженій левами. Дажбог втілює мудру державну владу, воїнську звитягу, батьківське покровительство для всіх слов'ян [10].

І справді, якщо звернемося до основних потреб особистості й зобразимо їх у вигляді піраміди потреб за А. Маслоу [11], то згадані нами боги опиняться в її основі (рис.).

В основі піраміди лежать природні (дефіцитарні) потреби, які забезпечують: бог Род – творець Землі і богів, подавець родючості; його супутниці богині родючості – Рожаниці, якими іноді називають пару Лада–Леля, проте частіше подибуємо згадки про них як про окремих божеств на кшталт мавок-віл, що опікуються врожаєм, посилаючи дощі. Поруч з Родом та Рожаницями особливе місце посідає богиня Матір Сира

Земля. Часом ця богиня ототожнюється з богинею долі Мокошею; імовірно, спочатку так і було, але в деяких джерелах згадуються обидві богині. Оскільки Мокоша є покровителькою домашнього добробуту, хазяйновитості, жіночих видів роботи, то вона, на наш погляд, дуже добре забезпечує потребу в стабільності, адже якщо є ремесло, то є і прибуток.

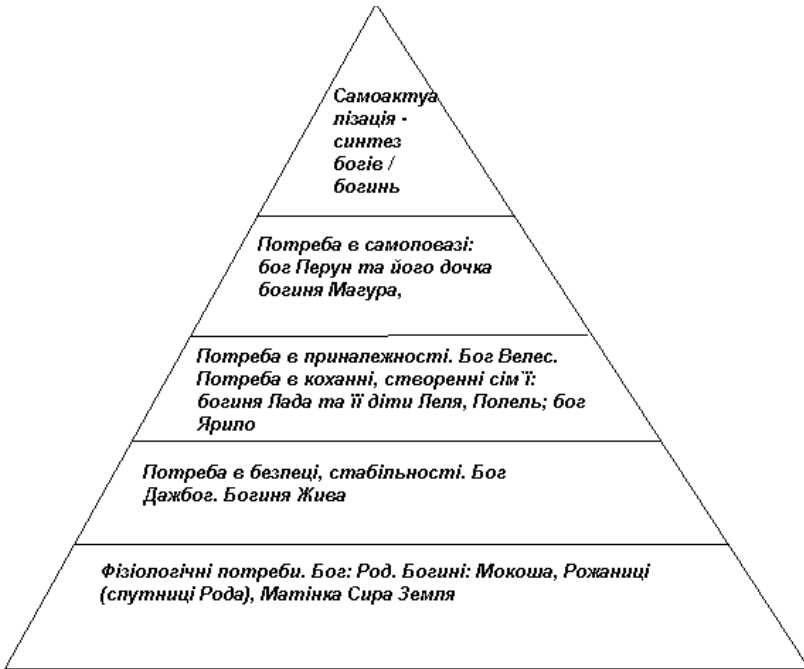


Рис. Співвідношення архетипів богів та богинь з пірамідою потреб А. Маслоу

Але цей рівень більш яскраво представлений Дажбогом, подавцем благ, “тим, хто одарює”, та богинею Живою (або Живаною) – “тою, що дає життя”, яка є втіленням життєвої сили Всесвіту. Дажбог є прародителем слов'ян узагалі, їхнім першопредком, одним з улюблених богів, якому люди повіряли всі свої тривоги, страхи; він вказував волхвам найбезпечніші і найкращі місця для побудови капищ та осель. Богиня Жива – життєдайна божественна сила, цілителька, покровителька сімейних Родів, виступала як посередниця між світом Яві і Наві. За допомогою свого священного птаха – зозулі – вона доносила волю предків щодо поліпшення життя їхніх нащадків.

За рівень потреб у належності відповідає архетип Велеса, тваринного бога, який до того ж є опікуном торговців, богом достатку і поезії, отже, виконує досить широкі функції, має багато “професій”. На цьому ж рівні розташована потреба в коханні та створенні сім’ї, яку забезпечують богиня жінок, краси та любові, шлюбу богиня Лада. У Лади є діти: богиня Леля – весна, покровителька дівчат, дівочої дружби, розквіту природи та юної жіночності – та бог Полель – бог шлюбу, слов’янський аналог Гіме-нея. Леля породжує любов, а Полель надихає закоханих на створення сім’ї. Звичайно, і бог дітородіння, плотської любові, пристрасті Ярило є богом цього рівня. Тому його можна було б розташувати в основі піраміди, де зазначено природні потреби, до яких А. Маслоу додав і сексуальні. Однак для давніх слов’ян акт фізичного кохання був сакральним: згадаймо, що зачаті на Івана Купала діти вважалися особливими і талановитими; до таких дітей люди ставилися з повагою, вбачаючи в них велику творчу силу, яка до вроди богам.

Рівень потреби в самоповазі “контролює” Перун, бог воїнів і князів, що символізує їхню владу. Оскільки цей рівень потреб передбачає прагнення до високого соціального статусу та досягнення високої самооцінки за його рахунок, то “княжого” бога можна тлумачити як персоніфікацію цього рівня. Його дочка крилата Діва Магура, слов’янська Валькірія, яка надихає воїнів битися за батьківщину та супроводжує їх у Вирій, може бути управителькою цього рівня разом із батьком.

Рівень потреби у творчості деякі автори співвідносять з міфологією Сварога, бога Всесвіту, творця всього живого, який поєднує в собі всіх вищезгаданих представників пантеону. І, нарешті, останній рівень піраміди потреб, його пік – самоактуалізація – звичайно, може бути представлений синтезом усіх богів/богинь.

На основі вищенаведеного було напрацьовано *техніки* досягнення цілісності “Я” і “Ми” в обрядовому спільному вчинку етнокультурної міфотворчості “Веселка Єдності”:

1. Етнотерапія: сприяє інтеріоризації культурно-історичних смислів у власний екзистенційний простір, а також опредметненню індивідуальних смислів у груповому дійстві. Творення індивідуального авторського міфу згодом оприявнюється у “плетінні” власного талісмана талану.

2. Міфодрама включає такі блоки: міфологема творення Світу, міфологема ниток Макоші потенціують покращення власної долі; богиня Жива є покровителькою цілителів і символізує собою оновлювальну енергію Всесвіту; богиня Лада опікується любов’ю і сімейним благополуччям, а Дажбог є богом родючості та й узагалі – покровителем слов’ян. Ці міфологеми виступають як ресурс для учасників. Ідея веселки перегукується з іншими культурно-історичними традиціями, як то ідея чакр (чар) та відповідних їм тонких тіл в індоаріїв.

3. Психоісторична реконструкція передбачає діалог з міфологемами Лади (злагода, сімейне благополуччя, любов), Дажбога (захисник, мужній воїн, прабатько слов'ян), Живи (цілюща енергія, зв'язок з предками), Макоші (доля, передзadanість).

Висновки:

1. Колективне несвідоме давніх слов'ян виступає основою для самоконструювання “Я” і, залежно від запитів конкретних особистостей, фасилітує їх самоактуалізацію, саморозвиток та самоздійснення. Такий погляд дає можливість зберегти цілісність “Я” і “Ми” в умовах трансформації українського суспільства, сприяє консолідації представників різних регіонів в єдину державу.

2. Обґрунтування теоретичних, прикладних і тренінгових вимірів самоконструювання “Я” на рівні колективного несвідомого давніх слов'ян, задіюючи гендерні міфологеми, спирається на теорію етнокультурної міфотворчості особистості. Основний акцент робиться на зв'язку колективного несвідомого та етноархетипів із самоактуалізацією, саморозвитком, самоздійсненням особистості на основі принципу карнавальності.

3. Як підґрунтя саморозвитку сучасної особистості пропонуються чоловічі і жіночі міфологеми давньослов'янської традиції та відповідні їм музичні архетипи, що мають яскраво виражений катарсичний потенціал.

4. Ключовим мотивом групової роботи в запропонованому тренінгу є ідея: *“Цінуймо і шануймо сакральність нашого Минулого! Тоді чудовим буде сьогодні і ще кращим – майбутнє”*. Спільний учинок етнокультурної міфотворчості розгортається завдяки діалогічному спілкуванню учасників з давньослов'янськими міфологемами богів: Макоші, Дажьбога, Лади та Живи. Міфологема Веселки є ресурсом для єднання на кількох рівнях: свідомого і несвідомого, чоловічого і жіночого як архетипів та рольових позицій, різних соціально-професійних спільнот.

5. Дійство складається із творчого переосмислення кількох психологічних технік: міфодрами, етнотерапії та психоісторичної реконструкції як діалогу з культурно-історичним простором. Музикотерапевтичний ефект цього тренінгу забезпечує післядію обрядового спільного вчинку етнокультурної міфотворчості. Це оприявнюється в індивідуальній для кожного учасника тренінгу програмі рецепції музичного фольклорного тексту з опертям на його архетиповий зміст. Вона охоплює кілька етапів. Перший – визначення ключових міфологічних сюжетів у просторі особистого міфу слухача, розпізнавання серед них тих, що не відповідають життєвим завданням і рівневі особистісного розвитку. Другий – досягнення емоціонально-інтелектуального усвідомлення джерел цих дисфункціональних міфів та виявлення нових тенденцій у вираженні психіки (“контрміфів”). Третій етап – стимулювання синтезу,

що “сплавляє” елементи старого міфу і контрміфу в новий міфологічний образ, який поєднує найбільш конструктивні аспекти обох міфів. Четвертий – формування внутрішнього імперативу дій на основі гіпотетичної реальності цього розширеного і заново інтегрованого міфологічного простору. П’ятий, завершальний, етап – укорінення індивідуальної авторської міфології в повсякденному житті; для цього найбільш ефективним засобом є застосування музикотерапевтичних прийомів, пов’язаних з активним або рецептивним відтворенням музичних текстів, спеціально дібраних для конкретного слухача. У цьому разі йдеться про прослуховування музичних матеріалів тренінгу після його завершення.

Література

1. *Титаренко Т. М.* Його величність Випадок: несподівані конфігурації людського життя / Т. М. Титаренко // Психологія особистості. – 2011. – № 1 (2). – С. 152–158.
2. *Яремчук О. В.* Трансляція культурно-історичних смислів в індивідуальному авторському міфі / О. В. Яремчук, В. О. Клейкова-Цобенко // Проблеми загальної та педагогічної психології: зб. наук. праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – К., 2011. – Т. 13. – Ч. 1. – С. 445–458.
3. *Яремчук О. В.* Індивідуальна авторська міфотворчість як самоініціація особистості в культурі / О. В. Яремчук // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави: зб. наук. праць. – К., 2009. – Вип. 9. – С. 261–270.
4. *Потебня А. А.* Слово и миф / А. А. Потебня. – М.: Наука, 1998. – 147 с.
5. *Асафьев Б. В.* Речевая интонация / Б. Ф. Асафьев. – М. – Ленинград: Наука, 1965. – 315 с.
6. *Вульфийус П. Ф.* Шуберт. Очерки жизни и творчества / П. Ф. Вульфийус. – М.: Музыка 1983. – 447 с.
7. *Хохлов Ю. Н.* Песни Шуберта: Черты стиля / Ю. Н. Хохлов. – М.: Музыка, 1987. – 302 с.
8. *Кирнарская Д.* Музыкальное восприятие / Д. Кирнарская. – М.: Музыка, 2000. – 305 с.
9. *Выготский Л. С.* Психология искусства / Л. С. Выготский; под ред. М. Г. Ярошевского. – М.: Педагогика, 1987. – 344 с.
10. *Войтович В. М.* Міфи та легенди давньої України / В. М. Войтович. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2009. – 408 с.
11. *Хьелл Л.* Теории личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб.: Питер, 2006. – 607 с.

Яремчук О. В., Клейкова-Цобенко В. А., Фокина В. И. Мужское и женское в древнеславянской традиции как ресурс целостности “Я” и “Мы”

В статье приводится обоснование тренинговой программы О. В. Яремчук, В. А. Клейковой-Цобенко, В. И. Фокиной “Мужское и женское в древнеславянской традиции как ресурс целостности “Я” и “Мы” (“Радуга Единства”). Обращается внимание на то, что самоактуализация, саморазвитие и самореализация современной личности сопровождаются в этническом контексте

индивидуальным авторским мифотворчеством, которое фасилитирует экзистенциальное проецирование молодого человека в пространство глобализационной культуры. Психонисторическую реконструкцию предлагается толковать как механизм самоконструирования “Я” в постмодернистскую эпоху на основе индивидуально-авторского мифотворчества. Возможности исследований в области исторической психологии предлагается рассматривать гораздо шире, чем просто выстраивание картины прошлого, а как вступление в диалог с ней и обогащение двух взаимодействующих культур. Ставится вопрос о необходимости восприятия исторической психологии как направления совершенствования и самореализации современной личности. Подчеркивается, что нынешние условия культурной глобализации открывают перед индивидуальностью безграничные возможности для конструирования субъективных смыслов в культурно-историческом пространстве разных эпох.

Ключевые слова: самоконструирование “Я”, саморазвитие, самоактуализация, этноархетипы, музыкальные архетипы, мужские и женские мифологемы.

Yaremchuk O. V., Klyuykova-Tsobenko V. O., Fokina V. I. Male and female in ancient Slavonic tradition as a resource of “Self” and “We” integrity

There are arguments of training program of O. Yaremchuk, V. Klyuykova-Tsobenko, V. Fokina called “Male and female in ancient Slavonic tradition as a resource of “Self” and “We” integrity (“Rainbow of Unity”). Self-actualization, self-development and self-implementation of modern personality accompanied in ethnic context by an individual author myth creation, which facilitates the existential designing of young man in space of globalization culture. Psycho-historical reconstruction can be interpreted as a mechanism of self-development of personality in postmodern era by individual author’s myth-creativity. Opportunities of studies in historical psychology should be broader than just building a picture of the past, but as entering into a dialogue with it and enriching two interacting cultures. We can talk about the historical psychology as the direction of improvement the self-modern identity. The current conditions of cultural globalization open to each individual unlimited possibilities to construct subjective meanings in the cultural and historical space of different ages.

Key words: self-construction of “Self”, self-development, self-actualization, ethnic archetype, musical archetypes, male and female myths.

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ ТА ВИБОРЧІ КАМПАНІЇ: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ І ПСИХОТЕХНОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА В УКРАЇНІ ЯК ПРОБЛЕМА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

І. Г. Батраченко, м. Дніпропетровськ

Проаналізовано соціально-психологічні наслідки державної політики розвитку інформаційного суспільства в Україні. Показано, що в сьогоденному механізмі державного управління процесом розвитку інформаційного суспільства бракує рефлексії світоглядних засад його розбудови. Обґрунтовано необхідність урахування соціально-психологічних наслідків інформатизації суспільних відносин.

Ключові слова: механізми державного управління, державна політика, інформаційне суспільство, інформатизація, соціально-психологічні наслідки інформатизації.

Проблема. Досліджуючи психологічні проблеми політики, політичні психологи, як видається авторові, лишають на узбіччі уваги одну дуже важливу обставину. Ідеться про те, що сьогодні сам феномен політики суттєво змінює свій характер у зв'язку з переходом до якісно нового типу суспільства. Адже наразі фахівці в галузі гуманітарних наук констатують перехід цивілізаційного розвитку на якісно новий щабель, який різними авторами описується такими близькими один до одного за змістом термінами, як “постіндустріальне суспільство”, “суспільство знань”, “інформаційне суспільство” тощо. Однак поняття “інформаційне суспільство” набуває при цьому помітно ширшого вжитку порівняно з іншими. На сьогодні проблемі розвитку інформаційного суспільства присвячено чимало праць як зарубіжних [1–6], так і українських науковців [7–9].

У наш час концепт “інформаційне суспільство” вийшов за межі виключно наукових розвідок футурологів й імплементувався в політичну практику як міжнародного [10; 11], так і національного рівня [12–15]. Усе активніше обговорюються державно-управлінські аспекти розвитку інформаційного суспільства в Україні [1; 7]. І все ж малорозробленими досі залишаються соціально-психологічні аспекти інформатизації соціуму, які

слід брати до уваги політичним діячам та державним службовцям, котрі ставлять собі за мету розбудову інформаційного суспільства в Україні.

Недостатній рівень науково-психологічного осмислення державної політики розвитку інформаційного суспільства в Україні зумовлений значною мірою тим, що політичні психологи на відміну від представників інших гуманітарних наук ще не включили концепт “інформаційне суспільство” в активний ужиток у контексті політичної психології.

Мета статті полягає в аналізі соціально-психологічних передумов та наслідків розбудови інформаційного суспільства в Україні, які слід брати до уваги суб'єктам державної влади в ході розробки та реалізації курсу на постіндустріальне державотворення і які, відповідно, мають бути активно осмислені в контексті політичної психології.

Концепт “інформаційне суспільство” виокремлюється насамперед на основі критерію зайнятості громадян в інформаційному секторі виробництва [5]. Якщо чисельність тих, хто в різних формах здійснює збирання, зберігання, виробництво та розповсюдження інформації, починає перевершувати зайнятість у промисловості та сільському господарстві, то таке суспільство означається як інформаційне. Саме така ситуація склалася в 1950-х роках у США, а згодом і в Канаді, Австралії та західноєвропейських країнах. З деяким запізненням до такого стану прямував і Радянський Союз, але внаслідок розпаду він втратив можливість реалізувати свій варіант постіндустріалізації. Вагомі напрацювання в галузі інформатизації суспільства в радянських науковців, безперечно, були, і в тому числі на теренах України. Це стосується насамперед Інституту кібернетики, очолюваного академіком В. М. Глушковым (див. [8]).

Кризовий стан української економіки в післярадянські часи істотно загальмував поступ України на шляху інформатизації її суспільного розвитку. Проте, перетворившись на відкрите суспільство, вона потрапила під вплив глобальної інформаційної хвилі. На терени України ринула західна комп'ютерна техніка та інформаційно-комунікаційні технології. Тому рух до інформаційного суспільства в нашій країні за часів незалежності був не стільки призупинений, скільки прискорений процесами глобалізації. Щоправда, розбудова інформаційного суспільства в українському соціумі здійснюється на тлі вже досить тривалого занепаду її аграрного й індустріального секторів. Зазначене утруднює, деформує, але не призупиняє нарощування інформаційного сектору в українському суспільстві. Отже, інформаційне суспільство для України є майбутнім, яке вже розпочалося і в яке вона стрімко заглиблюється.

Ставлення науковців до розвитку інформаційного суспільства не завжди однозначне. Так, наприклад, американський футуролог Д. Нейсбіт вважає, що американське суспільство отруєне високими технологіями.

Симптоми цього отруєння проявляються в надмірному прагненні до швидких рішень у всіх сферах життя, страху перед технологіями та їх обоженні, зниженні здатності розрізняти реальність і фантазію, сприйнятті насильства як норми життя, ігromанії, відчуженні від себе та інших [16, с. 10–11]. На думку дослідника, потрібно навчитися передбачати шляхи розвитку нової техніки й обговорювати можливі переваги і негативні наслідки її впровадження. Нейсбіт зауважує: “Полюбивши технологію, ми будемо обережно до неї ставитися. <...> Ми почнемо виховувати владу технологій, замість того щоб заперечувати її (як це роблять так звані технофоби) або сліпо кидатися їй в обійми (як це роблять технофіли)” [там само, с. 9].

Негативні наслідки впровадження сучасних високих технологій Ф. Фукуяма пов’язує з тим, що вони тягнуть за собою перехід від індустріального до постіндустріального суспільства. На його думку, це спричиняє Великий соціальний розрив, який полягає в тому, що історично усталені соціальні норми руйнуються в результаті успіхів технологій і економіки [17, с. 24]. Фукуяма підкреслює: “Той самий винахід, який збільшує продуктивність чи створює нову галузь промисловості, підриває існуюче суспільство або робить його застарілим. Суспільство, що стало на ескалатор технологічного прогресу, постійно змушене грати в навздогінки, оскільки соціальні правила розвиваються, щоб відповідати зміненим економічним умовам. <...> Люди з часом можуть пристосуватися до всіх цих змінених умов, але швидкість технологічних змін часто може перевищувати швидкість соціального пристосування” [там само, с. 383–384].

Е. Тоффлер дійшов висновку, що невпинне прискорення соціальних змін, яке спостерігається впродовж усього історичного процесу, з приходом інформаційної хвилі вже перевершує адаптивні можливості людини і суспільства. Зміни стають постійними, швидкими і багатоплановими. Нові зміни розпочинаються, коли старі ще не закінчилися, а тривалість стабільних періодів між смугами трансформації прямує до нуля. Це викликає явище, яке Тоффлер називає футурошоком. Він описує прояви “руйнівного стресу дезорієнтації, які викликають в індивідів надто великі зміни, що відбуваються в надто короткий час” [18, с. 16].

Відомий російський економіст Е. Кочетов вважає, що на сьогодні темпи науково-технічного прогресу сягнули рівня, за яким розпочинається техногенне вимотування суспільства, спричинене інноваційними революціями. За його висловом, породжена людиною колісниця починає набігати на неї [19, с. 61–62].

На думку російських психологів О. Тхостова і К. Сурнова, культурно-історичний підхід залишає поза увагою питання, а чи завжди культурно-історичний розвиток узагалі і розвиток інформаційного суспільства зокрема мають позитивні наслідки. У своїй статті дослідники обстоюють

думку, що в культурогенезі та процесі соціалізації можуть породжуватися не тільки вищі психічні функції, а й “вищі” форми психічної та іншої патології [20, с. 16]. Зокрема, будь-яка технологія – від палки до машин і комп’ютерів – спрямована на зменшення зусиль людини та підвищення результативності її діяльності до рівня, якого неможливо часто досягти природним шляхом. Але на індивідуально-психологічному рівні це може тягти за собою регрес, дисгармонізацію фізичного і психічного розвитку. Наприклад, побічним наслідком винайдення автомобіля є поширення шкідливої для здоров’я гіподинамії, а надто раннє використання дитиною калькулятора гальмує формування в неї навичок арифметичних операцій.

“Нестерпна легкість буття”, що забезпечується прискореним упровадженням нових технічних та соціальних інновацій у повсякденне життя, спричиняє серйозні негативні перекоси культурно-історичного розвитку. “Ще кілька тисяч безвідповідально впроваджень у життя соціуму “безумовно корисних” технологій – і особистісно розвиватися не матиме жодного сенсу” [там само, с. 19]. І трохи далі продовжують: “Надто легкий світ – основа поступового поширення розладів, які ми відносимо до групи “культурної патології”. Технологічна перерозвинутість, удавана легкість задоволення будь-яких потреб маскують собою грізну перспективу масової актуалізації “нормальних психічних розладів”, особистісної недорозвинутості, а можливо, і деградації кращих людських ресурсів” [там само, с. 20].

Окрім полегшення процесу прямого задоволення потреб, з’являється все більше можливостей їх знаково-символічного задоволення. Слухання музики, читання книги, перегляд фільму можуть давати враження значною мірою подібні до тих, які б пережила людина, ставши фактичним героєм цих творів. Тому з’являється все більше спокус замінити реальну боротьбу з реальним ризиком переглядом фільму або комп’ютерною грою. Те ж саме стосується кохання, сексу. Їх також можна перевести в символічну, ілюзорну площину, читаючи любовний роман або переглядаючи еротичний фільм.

А. Назаретян зазначає, що нарощування технологічного потенціалу суспільства робить його менш залежним від екзогенних криз (змін клімату, геологічних катаклізмів та інших впливів середовища), але більш вразливим до антропогенних криз. Останні виникають як наслідок зростання технологічних можливостей людини і втрати балансу між цими можливостями та усталеними на даному етапі механізмами особистої і соціальної саморегуляції [21, с. 41]. Екстенсивне зростання, що йде зазвичай за технологічним проривом, на певний час покращує добробут людей, але згодом упирається в обмеженість ресурсів, і суспільство постає перед загрозою загинути під уламками своєї некомпенсованої могутності. Більшість племен, держав і цивілізацій далекого й недалекого минулого загинули не стільки через зовнішні причини, скільки через те, що самі

підірвали природні та організаційні підвалини свого існування. Зовнішні ж чинники (епідемії, екологічні лиха) найчастіше лише довершували руйнівну дію порушеного техніко-гуманітарного балансу. Вихід із цієї кризи полягає в новій адаптації індивідуальної та суспільної свідомості до якісно вищого рівня технологічної могутності.

Напевно, одним із найважливіших механізмів індивідуальної і суспільної свідомості, який повинен підтягнутися, відповідно, до нового щабля технологічної оснащеності, є здатність до прогнозування не тільки прямих, а й побічних результатів дій на більш високому рівні можливостей. В. Роменець, аналізуючи особливості творчого героїзму, відзначав, що в сучасну епоху людина має більші, ніж у минулому можливості передбачати небезпеки і протиставляти їм “сприятливі” для неї сили. Але із зростанням науково-технічної могутності людини прямо пропорційно зростають і сили, які треба долати: “Людина весь час виходить у сферу недослідженого і непередбаченого на базі новітніх наукових і технічних досягнень” [22, с. 208].

Таким чином, домінування “інформаційних працівників”, або представників розумової праці, у структурі зайнятості в сучасних економічно розвинутих країнах має свою дуже широку низку передумов, наслідків та супутніх явищ практично у всіх сферах життя людини і суспільства. Катализатором зазначених змін в умовах кардинального прискорення соціального розвитку є автоматизація, комп’ютеризація та використання інформаційно-комунікативних технологій у все нових і нових сферах суспільного виробництва. Унаслідок цього швидко зменшується потреба в малокваліфікованій праці, оскільки саме рутинні трудові функції у першу чергу замінюються автоматизованими та комп’ютеризованими системами, а тому зростає попит на висококваліфіковану, знаннємістку професійну діяльність. Зникають одні професії та групи професій, і з’являються інші. Більшість же тих різновидів професійної діяльності, що залишаються, суттєво змінюють свій характер. Відповідно в інформаційному суспільстві для особистості ускладнюються проблеми професійної адаптації, а для організацій утруднюється пошук і підбір персоналу.

Тектонічні зрушення в економіці, породжені інформатизацією, викликають якісно вищі темпи професійної, соціальної і територіальної мобільності, ніж це було в індустріальну епоху. Міжособові стосунки, у тому числі сімейні і родинні, стають усе частіше тимчасовими або поверховими. Це становить ще один вимір утруднення адаптації через невдоволеність потреби в афіліації, стреси від розриву стосунків, самотності тощо.

Інформаційний вибух, експоненціальне зростання інформації та знань і загострення необхідності засвоювати їх у великих обсягах призводять до інформаційного перевантаження. Проблема адаптації людини інформаційного суспільства до надзвичайно багатого, складного та

мінливого інформаційного середовища буде лише загострюватися. Ще в середині минулого століття дехто з науковців і письменників-фантастів припускав, що розгортання інформаційного вибуху може мати фатальні наслідки для людства. Зокрема, С. Лем називав інформаційний вибух мегабітовою бомбою, яка не менш небезпечна, ніж ядерна [23]. Радянський учений Й. Шкловський зазначав, що перевиробництво інформації може згубити людство [24]. Тепер, майже півстоліття потому, зазначені побоювання, з одного боку, видаються гіперболізованими, а з другого – проблема, так би мовити, інформаційної дезадаптації особистості стає ще більш актуальною [25].

Поява інтернету як одного з наріжних каменів функціонування й розвитку суспільства інформаційного типу [26–29] викликала до життя ще поки що маловивчені різного роду форми інтернет-залежності. Окрім того, з'являються нові форми людських стосунків та способи формування людських спільнот (мережевих співтовариств), опосередкованих інтернетом. Не така вже й рідкість випадки, коли віртуальні стосунки стають для особистості більш реальними, ніж власне реальні. Останнім часом робляться навіть спроби побудувати сітьові мережі у вигляді віртуальних держав тощо.

Висновки. Розбудова інформаційного суспільства в Україні, що є нині одним із найважливіших пріоритетів державної політики, має передбачати не лише створення відповідної технічної бази у вигляді всеохопної загальної комп'ютеризації та інтернетизації України і нормативно-правової бази для суспільств нового типу, а й психологічну підготовку громадян до життя в якісно нових умовах, розроблення технологій профілактики та корекції футурошоків тощо. Для цього фахівці в галузі психології повинні, як і інші представники гуманітарних наук, долучитися до наукових досліджень соціально-психологічних наслідків інформатизації життя суспільства й людини, забезпечити їх урахування в практиці українського державотворення. Зважаючи на сказане вище, психологія політики розвитку інформаційного суспільства повинна стати одним із пріоритетних напрямів розбудови політичної психології.

Література

1. *Калашнюк С. О.* Політичні імперативи інформаційного суспільства в контексті євроінтеграційних процесів (на прикладі Європейського Союзу, Республіки Італія і України) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. політ. наук : спец. 23.00.04 / С. О. Калашнюк. – К., 2007. – 20 с.
2. *Мей К.* Інформаційне суспільство: Скептичний погляд / К. Мей. – К. : КІС, 2004. – 218 с.
3. *Солодов В. В.* Электронное правительство как инструмент трансформации государственного управления : автореф. дис. на соискание науч. степени канд. полит. наук : спец. 23.00.02 / В. В. Солодов. – М., 2007. – 26 с.

4. *Тапскотт Д.* Электронно-цифровое общество: Плюсы и минусы эпохи сетевого интеллекта / Д. Тапскотт; [под ред. С. Писарева; пер. с англ. И. Дубинского]. – К. : INT Пресс ; М. : Рефл-бук, 1999. – 403 с.
5. *Тоффлер Э.* Метаморфозы власти / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 2001. – 699 с.
6. *Тоффлер Э.* Третья волна / Э. Тоффлер. – М. : АСТ, 1999. – 784 с.
7. *Григор О. О.* Формування інформаційного суспільства в Україні в контексті інтеграції в Європейський Союз (державно-управлінський аспект) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. наук з держ. управління : спец. 25.00.01 / О. О. Григор. – Львів, 2003. – 20 с.
8. *Хоменко Л. Г.* История отечественной кибернетики и информатики : монография / Л. Г. Хоменко. – К. : Ин-т кибернетики им. В. М. Глушкова НАН Украины, 1998. – 455 с.
9. *Шевчук О. Б.* E-Ukraine. Інформаційне суспільство: бути чи не бути / О. Б. Шевчук, О. П. Голобуцький. – К. : Атлант UMS, 2001. – 101 с.
10. Всемирный Саммит по информационному обществу : [сб. документов] / Российский комитет Программы ЮНЕСКО “Информация для всех” ; Российская библиотечная ассоциация ; Российская нац. б-ка / Евгений Иванович Кузьмин (сост.), Владимир Руфинович Фирсов (сост.). – СПб., 2004. – 135 с.
11. *Окінавська Хартія Глобального Інформаційного Суспільства [Електронний ресурс].* – Режим доступу : <http://www.e-ukraine.biz/ukraine7.html>.
12. Закон України “Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки” від 9 січня 2007 р. № 537 V // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2007. – № 12. – С. 102.
13. Закон України “Про електронні документи та електронний документообіг” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ucrf.gov.ua/uk/doc/laws/1149755954/>.
14. Постанова Кабінету Міністрів України “Про утворення Міжгалузевої ради з питань розвитку інформаційного суспільства” від 14 січня 2009 р. № 4 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://apitu.org.ua/law/p2009_0004.
15. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15 серпня 2007 р. № 653 “Про затвердження плану заходів з виконання завдань, передбачених Законом України “Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки” [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=653-2007-%F0>.
16. *Нейсбит Д.* Высокая технология, глубокая гуманность / Д. Нейсбит. – М. : АСТ, 2005. – 381 с.
17. *Фукуяма Ф.* Великий разрыв / Фрэнсис Фукуяма. – М. : PHILOSOPHY, 2004. – 480 с.
18. *Тоффлер Э.* Футурошок / Э. Тоффлер. – СПб. : Лань, 1997. – 464 с.
19. *Кочетов Э. Г.* Глобалистика: Теория, методология, практика / Э. Г. Кочетов. – М. : НОРМА-ИНФРА-М, 2002. – 672 с.
20. *Тхостов А. Ш.* Влияние современных технологий на развитие личности и формирование патологических форм адаптации: обратная сторона социализации / А. Ш. Тхостов, К. Г. Сурнов. // Психологический журнал. – 2005. – № 6. – С. 16–23.

21. Назаретян А. П. Цивилизационные кризисы в контексте универсальной истории (Синергетика, психология и футурология) / А. П. Назаретян. – [2-е изд.]. – М. : PER SE, 2004. – 239 с.
22. Роменець В. А. Психологія творчості : навч. посіб. [для студ. вищих навч. закл.] / В. А. Роменець. – К. : Либідь, 2004. – 287 с.
23. Лем С. Сумма технологии : пер. с пол. / Станислав Лем. – М. : АСТ, 2008. – 672 с.
24. Шкловский И. С. Вселенная, жизнь, разум / под ред. Н. С. Кардашева и В. И. Мороза. – 6-е изд., доп. – М. : Наука ; Гл. ред. физ.-мат. лит., 1987. – 320 с.
25. Кастельс М. Информационная эпоха: Экономика, общество, культура / М. Кастельс. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 607 с.
26. Парламентські слухання з питань розвитку інформаційного суспільства в Україні: Матеріали парламентських слухань у Верховній Раді України 21 вересня 2005 року / Верховна Рада України ; Комітет з питань науки і освіти / М. К. Родіонов (голова ред. кол.), М. К. Родіонов (упоряд.), І. Б. Жилиєв (упоряд.). – К. : Парламентське вид-во, 2006. – 174 с.
27. Бухтатий О. С. Пріоритети державної інформаційної політики в умовах переходу до моделі інформаційного суспільства / О. С. Бухтатий // Стратегія регіонального розвитку: формування та механізми реалізації. – О., 2008. – С. 69–71.
28. Дубас О. Поняття і феномен інформаційного суспільства: аналіз політологічних підходів / О. Дубас // Генеза. – 2004. – № 1 (9). – С. 20–25.
29. Хоменко Л. Г. Електронна інформаційна цивілізація: досвід розбудови в Україні / Л. Г. Хоменко. – К. : Міжнар. агенція “BeeZone”, 2004. – 201 с.

Батраченко И. Г. Государственная политика развития информационного общества в Украине как проблема политической психологии

Проанализированы социально-психологические последствия государственной политики развития информационного общества в Украине. Показано, что в существующем сегодня механизме государственного управления процессом развития информационного общества отсутствует рефлексия мировоззренческих основ его преобразования. Обоснована необходимость учета социально-психологических последствий информатизации общественных отношений.

Ключевые слова: механизмы государственного управления, государственная политика, информационное общество, информатизация, социально-психологические последствия информатизации.

Batrachenko I. G. State politics of information society development in Ukraine as a problem of political psychology

Social psychological consequences of state politics of information society development in Ukraine are analyzed. Lack of reflection of world view principles of information society development in nowadays mechanism of state administration is shown. The necessity of taking into account social psychological consequences of informatization of public relations is grounded.

Key words: mechanism of state administration, state politics, information society, informatization, social psychological consequences of informatization.

ОСОБЛИВОСТІ КОМУНІКАТИВНОГО ПРОФІЛЮ МОЛОДІ В ПОЛІНАЦІОНАЛЬНОМУ СОЦІАЛЬНО-ПОЛІТИЧНОМУ ПРОСТОРИ

С. П. Бєлавін, м. Київ

Ідеться про визначення соціально-психологічних особливостей комунікативного профілю молоді та його вплив на політичні настрої студентства. Наголошується на диференціації населення за економічною, етнічною і політичною ознаками та змінах в уявленнях молоді про етичні норми, цінності, способи їх досягнення. У структурі мотиваційних орієнтацій у спілкуванні виділено афіліативний компонент як найвагоміший у міжособових комунікаціях, що актуалізує потребу в соціальних та політичних зв'язках – солідарності, ідентичності, належності до групи.

Ключові слова: комунікація, комунікативний профіль, полінаціональний простір.

Проблема. Характерною рисою сучасної соціально-психологічної та етнополітичної реальності є розширення міжетнічних контактів. Міжкультурні взаємодія і комунікація супроводжуються зламом соціальних стереотипів, зміною ціннісних змістів, загостренням політичних процесів. Це зумовлює посилення уваги науковців до соціально-психологічних проблем міжгрупової та міжкультурної взаємодії, етнічної толерантності в полікультурному просторі [1; 2]. Ідеться, зокрема, про співіснування та взаємодію етнічних спільнот як важливу умову функціонування суспільства, у яке включений суб'єкт, занепокоєний пошуком механізмів інтегрування актуального полікультурного простору та власного інтегрування у складний динамічний соціально-політичний простір.

Як зазначає О. М. Лозова, усі продукти, прояви, процеси культури є по суті актами комунікації, бо саме через комунікацію передається “відображене свідомістю світорозуміння” [3]. Проблемі комунікації присвячено чимало соціально-психологічних досліджень. Традиційно її прийнято розуміти як смисловий аспект соціальної взаємодії та взаємного впливу культурних одиниць, обмін різними ідеями, інтересами, почуттями, настроями. Окремої уваги в межах запропонованої статті заслуговує так звана міжнаціональна комунікація як система соціально-психологічних явищ та процесів, що виникають у результаті внутрішньонаціональних зв'язків, безпосередньої взаємодії та спілкування людей різних національностей [2; 4].

Мета статті: визначити деякі соціально-психологічні особливості комунікативного профілю та з'ясувати його вплив на політичні настрої

студентської молоді південного сходу України (на прикладі м. Бердянськ Запорізької області, що характеризується як полінаціональний регіон).

Робота проводилася в рамках попереднього етапу емпіричної частини дисертаційного дослідження. У ньому взяли участь 180 респондентів із числа студентів 3–5-х курсів трьох загальногуманітарних вищих навчальних закладів м. Бердянськ з різною фаховою спрямованістю (економічна, педагогічна, юридична, готельний бізнес, туристичні послуги). Вік респондентів становив 19–23 роки (включно), за статтю вони були розподілені приблизно порівну (з незначною перевагою осіб жіночої статі).

Вибір саме студентської аудиторії для проведення цього етапу дослідження був умотивований кількома причинами: по-перше, це найактивніша соціальна група; по-друге, саме в студентському віці завершується в основному формування соціально-когнітивних механізмів особистості; по-третє, у цьому віці людина, як правило, свідомо визначається щодо своєї національної та етнічної ідентичності. Обраний район Запорізької області можна охарактеризувати як полінаціональний та полілінгвістичний регіон, а мовою, якій надається перевага в родині, може бути не лише російська або українська, а й болгарська, грецька, вірменська, грецька, татарська тощо.

Нашим завданням було виявити за допомогою методу головних компонент найбільш значущі фактори, а відтак факторну структуру, яка дала б змогу описати об'єкт вимірювання, з одного боку, різносторонньо, в різних його проявах, а з другого – по змозі стисло. За допомогою факторного аналізу було визначено латентні змінні – узагальнювальні характеристики структури явищ, що вивчаються; фактори, що виявляють статистично значущі кореляційні зв'язки між змінними, які не були досі доступними для нашого спостереження. Саме ці латентні змінні дають можливість пояснити подібність отриманих даних між собою, і саме їх ми визначаємо як найбільш загальний фактор, фактор більш високого порядку.

Відповідно до поставлених завдань було визначено деякі параметри соціальної взаємодії в полінаціональному просторі, серед яких: соціальна та полікомунікативна емпатія, соціально-психологічне особистісне настановлення “альтруїзм-еґоїзм”, прийняття інших, деструктивні настановлення в міжособових стосунках, ступінь соціальної ізоляваності особи, ворожість, агресія, основні типи еґо-захисту, мотиваційні орієнтації в міжособових комунікаціях тощо. Саме ці критерії перевірялися на цьому етапі емпіричного дослідження, а крім того, було проведено відбір методик для подальшого дослідження.

До переліку методик для проведення попереднього дослідження було включено: *методику діагностики соціальної емпатії*, яка передбачає бінарні рівні згоди та спрямована на виявлення в різних життєвих ситуа-

ціях емоційної чуйності щодо переживань інших [5]; *методику діагностики рівня полікомунікативної емпатії*, яка дає можливість визначити характеристики окремих складових емпатії та рівень емпатійності за кожною складовою [там само]; *методику діагностики особистісного настановлення “альтруїзм-еґоїзм”* для вивчення соціально-психологічного настановлення особистості і виявлення рівня альтруїзму [там само]; *методику діагностики прийняття інших* (за шкалою Фейя) [там само]; *методику, спрямовану на визначення деструктивних настановлень у міжособових стосунках* (В. В. Бойко), яка дає можливість виявити завуальовану жорстокість, негативізм у судженнях, наявність особистого досвіду негативного спілкування з оточенням, визначити показники негативних комунікативних настановлень [там само]; *методику експрес-діагностики рівня соціальної ізольованості особистості* (Д. Рассел і М. Фергюссон) [там само]; *методику діагностики ворожості* (за шкалою Кука – Медлен), зокрема цинізму, агресивності, ворожості щодо інших [там само]; тест діагностики агресивної поведінки, тобто демонстрації переваги в силі або її застосування щодо іншої особи або групи та прагнення заподіяти шкоду (опитувальник Б. Басса і Р. Дарки в адаптації Л. Г. Почебут) (складається зі шкал: вербальна агресія, фізична агресія, предметна агресія, емоційна агресія, самоагресія; визначення рівня агресії може допомогти в аналізі та превенції міжнетнічних конфліктів, стабілізації соціальної ситуації в поліетнічних спільнотах) [2, с. 383–385]; *методику діагностики мотиваторів соціально-психологічної активності особистості*, засновану на теорії мотивації Д. Макклеланда, яка допомагає визначити провідні потреби-мотиватори особистості [5]; *методику діагностики типологій психологічного захисту* (Р. Плутчик в адаптації Л. І. Вассермана, О. Ф. Єришева, О. Б. Клубової), спрямовану на визначення основних типів еґо-захисту, із 8 шкал (заперечення, проєкція, регресія, витіснення, компенсація, заміщення, інтелектуалізація, реактивні утворення) [там само]; *методику діагностики мотиваційних орієнтацій у міжособових комунікаціях* (І. Д. Ладанов, В. А. Уразаєва), спрямовану на визначення основних комунікативних орієнтацій, їх гармонійності в процесі формального спілкування [там само]; *методику діагностики мотивів афіліації* (А. Мехрабіан), призначену для виявлення потреби бути прийнятим оточенням і страху бути знехтуваним ним [там само]; *методику діагностики самооцінки мотивації схвалення* (тест-опитувальник на щирість відповідей С. Марлоу і Д. Крауна), варіант шкали прагнення до схвалення соціально бажаних відповідей, бажання заручитися підтримкою оточення, мати відповідний до соціальних норм вигляд [6].

Для розробки загального опитувальника було використано індикатори вищезгаданих методик. Усі шкали були уніфіковані, тобто доведені до однієї форми відповіді, що охоплювала 5 варіантів оцінювання су-

джен (повністю згоден, частково згоден, ставлюся нейтрально, частково не згоден, зовсім не згоден). Відповіді респондента фіксувалися в спеціальній таблиці, а потім були піддані статистичній обробці. Таким чином, методичною базою попереднього етапу емпіричного дослідження стала сукупність тестових методик і методи статистичного аналізу результатів шляхом стандартних процедур з використанням комп'ютеризованої системи обробки статистичних даних SPSS 20. Для статистичної обробки результатів було використано факторний аналіз кореляційних матриць методом головних компонент із подальшим обертанням Varimax Normalized.

Кореляційний аналіз отриманих емпіричних результатів дав можливість виділити найбільшу кількість зв'язків між рівнем полікомунікативної емпатії, особистісним настановленням “альтруїзм-егоїзм”, прийняттям інших, мотиваторами соціально-психологічної активності особистості, мотивами афіліації, самооцінкою мотивації схвалення. Завдяки цьому можна визначити певні риси комунікативного профілю студентської молоді, що до певної міри презентує її соціально-психологічний портрет під кутом зору особливостей соціальних настановлень у процесі соціальної перцепції в полінаціональному соціальному просторі.

За результатами факторного аналізу було виокремлено п'ять значущих факторів (сумарна дисперсія становить 51,8%), на основі яких ви-малювалася в загальних рисах факторна структура особливостей комунікативного профілю студентської молоді південного сходу України (табл.).

Таблиця

Факторна структура особливостей комунікативного профілю молоді південного сходу України

Ознаки	Фактори				
	1	2	3	4	5
152) Люди навколо мене, але не зі мною	0,802	–	–	–	–
148) Я відчуваю себе ізольованим від інших	0,788	–	–	–	–
142) Я відчуваю себе покинутим	0,788	–	–	–	–
151) Я відчуваю себе виключеним та ізольованим іншими	0,785	–	–	–	–
144) Я відчуваю себе абсолютно самотнім	0,782	–	–	–	–
145) Мої соціальні відносини та зв'язки поверхові	0,733	–	–	–	–
134) Мені немає з ким поговорити	0,723	–	–	–	–
139) Немає нікого, до кого я міг би звернутися	0,717	–	–	–	–

Продовження таблиці

Ознаки	Фактори				
	1	2	3	4	5
140) Я зараз більше ні з ким не зближуюся	0,656	–	–	–	–
209) Мені здається, що оточуючі мене не люблять	0,636	–	–	–	–
349) Я цілком можу розраховувати на ширість мого співрозмовника	–	0,767	–	–	–
344) Обидва, мій співрозмовник і я, намагаємося догодити один одному	–	0,734	–	–	–
340) Мені подобається проводити час у бесідах з ним	–	0,730	–	–	–
348) Я щиро намагаюся зрозуміти наміри мого співрозмовника	–	0,710	–	–	–
333) Мій співрозмовник вважає мене гідним поваги	–	0,694	–	–	–
205) Коли я розгніваний, то викрикую найбільш злобну лайку	–	–	0,841	–	–
331) Я говорю багато непристойних слів	–	–	0,828	–	–
189) У сильному гніві я використовую міцне слівце, лаюся	–	–	0,817	–	–
266) Порнографія огидна	–	–	-0,579	–	–
425) Іноді, замість того щоб простити людину, я намагаюся відплатити тим самим	–	–	0,424	–	–
28) Нерозумно переживати те, що відбувається в кіно або про що читаєш у книзі	–	–	–	0,801	–
31) Я дуже переживаю, коли дивлюся фільми	–	–	–	-0,735	–
245) Я людина, яка ніколи не плаче	–	–	–	0,713	–
285) Люди говорять мені, що я усьому вірю	–	–	–	-0,593	–
118) Буває так: робиш людям добро, а потім шкодуєш про це, тому що вони платять невдячністю	–	–	–	–	0,765
102) Люди не завжди чесно поведуться з іншими людьми	–	–	–	–	0,726
115) Більшість працівників підприємств та закладів намагаються поцупити все, що погано лежить	–	–	–	–	0,679
Дисперсія	18,4	9,2	9,2	7,8	7,2

Структуру *першого* фактору (пояснює 18,4% дисперсії), який дістав назву “Соціальна відчуженість”, репрезентують твердження переважно з методики діагностики соціальної ізольованості особистості. Вони свідчать про те, що опитувані переживають послаблення соціальних зв’язків та відчуття ізольованості, відчуженості, недовіри тощо. Посилення відчуття відчуженості від соціуму і держави, індивідуалістичні орієнтації, прагнення усунути від вирішення суспільно важливих завдань та політичної участі спостерігаються у значної частини сучасної молоді. Частково це можна пояснити кризовим станом суспільства. Разом з тим у контексті цього дослідження привертає до себе увагу роз’єднаність полінаціонального простору культурних явищ, прийняттю яких у “своїй” культурі протистоїть неприйняття в “чужій”. Тобто в міжкультурній комунікації поняття “чужий” набуває ключового значення в результаті зіткнення “звичного” і “незвичного”, дозволяючи розуміти останнє в найширшому значенні як усе, що виходить за межі зрозумілих, звичних і відомих явищ. Протилежне ж до нього поняття “свій” має на увазі те коло явищ навколишнього світу, які сприймаються людиною як знайомі, звичні, само собою зрозумілі.

Це явище має як позитивну, так і негативну сторону. Позитивна полягає в тому, що носіїв чужої культури людина *несвідомо* відокремлює від носіїв своєї. І це необхідна для кожної спільноти функція збереження її ідентичності, цілісності та специфічності. Негативна ж сторона – у *свідомому* прагненні ізолювати одних людей від інших, сформувані негативне ставлення до інших і таким чином створити перешкоди для міжкультурної комунікації. Ідеться про ситуацію відчуження, коли сприймання чогось нового, невідомого відбувається шляхом *порівняння* із звичними і відомими явищами з власного досвіду.

Другий фактор (пояснює 9,2% дисперсії) було названо “Афіліативна мотивація”. Структуру цього фактору репрезентують твердження з методики діагностики мотиваційних орієнтацій у міжособових комунікаціях. Відтак у структурі мотиваційних орієнтацій під час спілкування було виділено афіліативний компонент як найвагомійший у міжособових комунікаціях.

Соціально-політична нестабільність актуалізує потребу в соціальних зв’язках – солідарності, ідентичності, належності до групи. Особистість прагне визначити певні соціальні та психологічні межі свого існування, щоб підсилити свою стабільність. Для цього вона ототожнює себе з якоюсь спільнотою чи групою. У кризовому суспільстві етнічна та політична ідентичності спроможні забезпечити людині відчуття безпеки і позитивної ідентичності. На етнічну ідентичність, як вид ідентичності соціальної, припадає найбільше навантаження в орієнтації індивідів у суспільстві.

Третій фактор (пояснює 9,2% дисперсії), що дістав назву “Вербальна агресія – Толерантність”, на перший погляд має двополюсну струк-

туру. Структуру цього фактору репрезентують твердження з різних методик, які загалом дають уявлення про інвективну поведінку; але на протилежному полюсі демонструється лояльність до порнографії, що цілком зрозуміло, якщо проаналізувати зміст непристойних слів, лайки. Коли йдеться про спрямованість та прояви агресії у молоді, слід відзначити переважання вербальної агресії та її сексуальний контекст. Агресивний емоційний стан супроводжується проявами ворожості щодо певного об'єкта, їх супроводжують процеси стереотипізації уявлень у створюваному “образі ворога”. Вербальна агресія свідчить про намір завдати психологічної шкоди. Її джерелом може бути стан невизначеності, фрустрації, прагнення до самоствердження. Разом з тим сучасній молоді притаманні грубість у спілкуванні, схильність до застосування фізичної сили, зниження критичності в оцінюванні негативної асоціальної поведінки.

Четвертий фактор (пояснює 7,8% дисперсії), що має біполярний характер, було визначено як “Емоційність – Індиферентність”. Структуру цього фактору репрезентують твердження з різних методик, але їхній зміст виявляє певне притуплення емоційної чутливості, недовірливість, дефіцит деперсоналізованої довіри. Перехідний період, як особливий стан суспільства, має тривалий, нестійкий і жорсткий характер, що формує довгострокові життєві настановлення. Найбільш уразливу частину населення в період кризи становлять молодь і діти. Низка дослідників проблем соціалізації молоді відмічають поширення в сучасному молодіжному середовищі індиферентності, прагматизму, егоїзму, байдужості до інших, національної нетерпимості, навіть цинізму, посилення практицизму та індивідуалізму.

П'ятий фактор (пояснює 7,2% дисперсії) – “Упередженість”. Структуру цього фактору репрезентують твердження із двох методик – “Методики діагностики ворожості” і “Методики діагностики прийняття інших”. Зміст цих тверджень відображає недовірливість до “інших” унаслідок прояву каузальної атрибуції, приписування “іншим” негативних мотивів, неналежної поведінки тощо. Упередженість пронизує різні сторони соціального життя як на рівні міжособових стосунків, так і на рівні спільнот (зокрема і політичних). Вона може викликати різноманітні негативні наслідки, а саме: стигматизацію, непорозуміння, конфлікти, обмеження позитивного досвіду соціальних контактів.

Висновки. На основі проведеного дослідження було визначено певні соціально-психологічні особливості комунікативного профілю студентської молоді південного сходу України. Виявлено, що на тлі подальших змін соціальної і політичної структури суспільства, значного посилення соціального індивідуалізму відбувається посилення диференціація населення за економічною, етнічною і політичною ознаками, а на її основі –

істотні зміни уявлень студентської молоді про етичні норми, життєві настановлення, цінності та способи їх реалізації.

Кореляційний аналіз отриманих емпіричних результатів дав можливість виділити найбільшу кількість зв'язків між рівнем прийняття інших, мотивами афіліації, мотиваторами соціально-психологічної активності особистості, особистісним настановленням “альтруїзм-еґоїзм”, полікомунікативною емпатією, самооцінкою, мотивацією схвалення. Виокремлення факторів “Соціальна відчуженість”, “Афіліативна мотивація”, “Вербальна агресія – Толерантність”, “Емоційність – Індиферентність” та “Упередженість” свідчить про послаблення соціальних зв'язків, поглиблення політичної індиферентності та відчуття ізольованості, відчуженості, недовіри, що створює ситуацію відчуження, коли осмислення чогось нового, невідомого відбувається шляхом порівнювання із звичними і відомими явищами з власного досвіду. Досить поширена в цих умовах вербальна агресія може виникати з різних причин: з одного боку, її причиною можуть бути стан невизначеності, фрустрації, прагнення до самоствердження, а з другого – поширення серед значної частини сучасної молоді таких негативних проявів, як грубість, брутальність у спілкуванні, застосування фізичної сили, зниження критичності у ставленні до негативно асоціальної поведінки.

У структурі мотиваційних орієнтацій спілкування було виділено афіліативний компонент як найвагоміший у системі міжособових комунікацій. Саме він актуалізує потребу в соціальних та політичних зв'язках – солідарності, ідентичності, належності до групи, допомагає особистості визначити певні соціальні та психологічні межі свого існування і тим самим підсилити свою стабільність. Головне при цьому – осмислити значення іншої культури, незвичних явищ і включити нові знання у свій культурний арсенал, у свою поведінку і спосіб життя; здолавши кризу, віднайти ресурси для особистої участі у справах держави та суспільства.

Література

1. *Лебедева Н. М.* Этническая толерантность в поликультурных регионах России / Н. М. Лебедева. – М. : Ин-т этнологии и антропологии РАН, 2002. – 296 с.
2. *Платонов Ю. П.* Основы этнической психологии / Ю. П. Платонов. – СПб. : Речь, 2003. – 452 с.
3. *Лозова О. М.* Психосемантика етнічної свідомості / О. М. Лозова. – К. : Освіта України, 2007. – 402 с.
4. *Крысько В. Г.* Социальная психология : словарь-справочник / В. Г. Крысько. – Минск : Харвест ; М. : АСТ, 2001. – 668 с.
5. *Фетискин Н. П.* Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп / Н. П. Фетискин, В. В. Козлов, Г. М. Мануйлов. – М. : Изд-во Ин-та Психотерапии, 2002. – 490 с.
6. *Психологические тесты / сост. С. Касьянов.* – М. : Эксмо, 2006. – 608 с.

Белавин С. П. Особенности коммуникативного профиля молодежи в полинациональном социально-политическом пространстве

Речь идет об определении социально-психологических особенностей коммуникативного профиля молодежи и его влияния на политические настроения студенчества. Делается акцент на дифференциации населения по экономическим, этническим и политическим признакам и изменениях в представлениях молодежи об этических нормах, ценностях, способах их достижения. В структуре мотивационных ориентаций в общении выделен аффилиативный компонент как наиболее весомый в межличностных коммуникациях, актуализирующий потребность в социальных и политических связях – солидарности, идентичности, принадлежности к группе.

Ключевые слова: коммуникация, коммуникативный профиль, полинациональное пространство.

Belavin S. P. Peculiarities of youth communicative profile in poly-national social and political space

The article is devoted to the social-psychological features of youth communicative profile, and its influences on the political tempers of students. It is accentuated on differences of population on economic, ethnic and political signs, and changes in presentations of young people about ethic norms, values, methods of their achievement. In the structure of motivational orientations in communication it was distinguished an affiliate component as the most significant in interpersonal communications, that actualizes a necessity in social and political connections – solidarity, identity, belonging to the group.

Key words: communication, communicative profile, poly-national space.

**ЯКІ ПОЛІТИКИ МАЮТЬ ШАНС НА ПРИХИЛЬНІСТЬ МОЛОДІ:
ДИСПОЗИЦІЙНИЙ РАКУРС**

*С. Л. Грабовська, Р. І. Карковська,
О. Б. Томчій, м. Львів*

Висвітлено основні теоретичні підходи до вивчення й трактування лідерства. Представлено результати емпіричного дослідження зв'язку рис образу “Я-ідеального” та ідеального політичного лідера чи лідера, за якого б виборці віддали свій голос (дослідження проводилося серед молоді, яка навчається). Встановлено, які риси молоді люди (студенти та аспіранти) вважають найважливішими для себе особисто і політичних лідерів. Описано особливості досліджуваних, які схильні оцінювати політичного лідера крізь призму важливих для себе рис, та поширені в опитуваній групі образи ідеального політика.

Ключові слова: лідерство, політичний лідер, особистісна риса, ранжування.

Проблема. Феномен лідерства – один з найбільш досліджуваних та дискусійних у соціальних науках. Незважаючи на те, що про цей феномен написано не одну сотню книжок і статей, маємо тут більше запитань, ніж відповідей. Залишається відкритим чи не найважливіше в плані розуміння природи лідерства питання: чому люди надають перевагу тому чи іншому кандидатові на виборах (до виборних органів влади, на виборні посади тощо), чому за одними йдуть і на свята, і на працю, і навіть на барикади, а заклики інших залишаються без відповіді.

Мета статті: представити результати дослідження впливу самооцінки певних особистісних рис на оцінку інших людей, вибір політичних преференцій у формуванні образу політичного лідера у студентської молоді.

До найдавніших концепцій лідерства зазвичай відносять теорії “героїв”, від яких беруть початок теорії рис. Так, найбільшими чеснотами для стародавніх греків були мудрість, справедливість, хитрість та звитяга (ці риси, як свідчить Іліада, були властиві, відповідно, Нестору, Агамемнону, Одиссею та Ахіллу). Епос наповнений образами героїв, яким приписуються аналогічні риси.

Дж. Дауд, Е. Дженінгс, Т. Карлайл та інші автори теорії “героїв” переконані, що, власне, від дій певних осіб залежать зміни в суспільстві і загалом розвиток історії [1]. Із 20-х років минулого століття почали шукати певний набір рис, особистісних характеристик, які виводять людину в ранг лідерів. Пошук набору лідерських рис триває й досі, хоча автори таких досліджень наводять списки рис, що часто суттєво різняться.

З позиції теорії “вроджених рис” (В. Бінхам, Л. Бернард, О. Гед, С. Кілбоурн та ін.) особистість стає лідером, якщо має певні здібності (інтелектуальні, ораторські, організаційні та ін.), досягнення (освіта, фізичний розвиток), відповідальність (незалежність, ініціативність, наполегливість, мотивація до успіху тощо), навички участі (активність, здатність до кооперації), статус (соціально-економічне становище, посада, популярність) та певні ситуативні риси (наприклад, чесність, сила, креативність, філософський склад мислення тощо) [2; 3]. У 1940 р. американський психолог К. Берд, узагальнивши всі відомі на той час теорії рис, склав список рис, які наводили різні автори. Цей список налічував 79 рис, але жодна з них не займала певного місця в рейтингу: автори називали лише 5% рис чотири рази, 4-5% – тричі, 16-20% рис названі двічі та в понад 65% випадків було названо різні риси. Серед найбільш популярних рис – ініціативність, ентузіазм, товариськість, упевненість у собі, почуття гумору, дружелюбність [1]. Це стало приводом для активної критики теорій рис як суб’єктивістських. Так, Е. Дженінгс стверджував, що автори

теорій рис називають найважливішими ті риси лідера, які їм самим найбільше імпонують (або їм притаманні) [там само].

Поведінкові теорії, що виникли у 1950-ті роки (починаючи з ідей К. Левіна), намагаються визначити найефективніші способи лідерської поведінки: авторитарний, демократичний чи ліберальний [там само].

Ситуаційні (ймовірнісні) теорії лідерства базуються на постулаті, що лідери можуть адекватно оцінювати ситуацію та ефективно адаптуватися до змін: ідеться про те, що в конкретній ситуації виникає потреба в певних рисах, якими володіють ті чи інші члени групи. Отже, ситуація створює умови для вияву певних особливостей людей і примушує групу висувати тих людей, які найбільше відповідають певному часу, місцю та обставинам. По суті, ситуаційні теорії лідерства лише уточнюють теорії рис, надаючи певні пояснення, чому люди, що мають важливі для групи риси, стають для неї лідерами.

Теорії “харизми” ставлять у центр уваги вплив лідера на групу, що базується на його особистісних рисах, здатності надихати прихильників образом майбутнього, безпомилково вести до позитивних змін.

Теорії взаємин, що почали з’являтися з кінця 1970-х років, стверджують, що лідер обирається групою і повинен діяти так, як хоче група. Відтак, за Р. Стогділлом і С. Шатлі, природа лідерства криється у стосунках лідера з групою, а не залежить від особистісних рис людини. Хоча, зрозуміло, стосунки завжди базуються на подібності чи відмінності поглядів, цінностей, феномені атракції. Відтак нехтувати рисами, якими володіє людина, не доводиться: обираючи лідера, група обирає риси, важливі для неї [4; 5].

Р. Кеттелл зробив вдалу спробу об’єднати ситуаційні та особистісні підходи, заклавши тим самим основи ситуаційно-особистісних теорій. Розглядаючи лідерство як динамічну взаємодію між метою і потребами групи та лідера, дослідник наголошував, що головна функція лідера полягає в тому, щоб максимально чітко зрозуміти потреби, інтереси та мету групи і бути здатним організувати її на їх досягнення.

Останні 20 років додали ще цілий ряд теорій лідерства, кожна з яких концентрує увагу на певних рисах чи діях лідера. Серед них можна виділити теорію очікування-взаємодії (операціональна модель лідерства Д. Хемфіла, Р. Стогділла; ймовірнісна модель ефективного лідерства Ф. Фідлера тощо) [5; 6].

Гуманістичний напрям у психології сприяв виникненню ряду мотиваційних теорій лідерства: Р. Блейк і Моутон створили теорію, за якою поведінка лідера розглядається із двох позицій: “потреби, інтереси людини” і “потреби, інтереси справи”. Завдання лідера полягає в тому, щоб максимально їх узгодити [7]. Ще одна мотиваційна модель лідерства, авторами якої є Т. Мітчел і С. Еванс, обстоє ідею, що лідери потрібні групі для того,

щоб визначити мету, створити ефективну мотивацію, організувати групу на ефективну діяльність для досягнення поставленої мети і створити умови, аби члени групи отримували задоволення від роботи [8].

Значної популярності набули теорії трансформаційного і транзакційного лідерства. Трансформаційний підхід полягає в тому, що лідером стає людина, здатна вносити зміни в стратегію розвитку групи, її культуру, бачити загальні перспективи. Транзакційний лідер зосереджує свою увагу на поточних справах, стосунках у групі, емоційній стороні процесу. Прихильники цього напрямку К. Джерджен, Д. Марч, Г. Саймон, Д. Тібо, Д. Хоманс та ін. звертають увагу на такі риси лідера, як здатність відчувати емоційний “пульс”, дух групи, її мету і скеровувати її на ефективне здійснення поставленої мети [9; 10].

Сучасні теорії лідерства базуються здебільшого на двох підходах. Відповідно до першого, лідера створює група; згідно із другим, сама група створюється діями лідера, скерованими на її згуртування. Теорія лідерства як служіння стверджує, що лідери не стільки керують і контролюють, скільки ставлять інтереси групи, її членів вище за свої власні, мотивують групу на ефективну діяльність, делегують владні повноваження членам групи, об'єднують її.

Список підходів до лідерства можна продовжувати і деталізувати, але й наведений фрагментарний перелік підходів до проблеми лідерства, з одного боку, свідчить про їх розмаїття, а з ~~другою~~ дивну однаковість усіх, хто говорить про лідерство: усі автори прагнуть відшукати риси, що роблять людей авторитетними для інших. Водночас представники психодинамічного підходу розглядають стосунки з лідером крізь призму ідентифікації – механізму, описаного З. Фройдом [11]. На основі цих підходів було сформульовано *gintezу*: імовірно, що критерієм, за яким обирається лідер загалом і політичний лідер зокрема, є ранжування певного переліку особистісно значущих рис. Для того щоб прийняти рішення за кого голосувати, виборець оцінює важливі для себе риси претендента, ніби зв'язуючи їх зі списком важливості цих рис у переліку “Я-ідеальне”. Цей механізм може мати і загальну природу, але особливо він, напевне, дієвий для українського виборця за нинішньої ситуації, коли відмінності програм політичних партій мінімальні і невиразні, а тому для більшості виборців реально важать особистісні риси претендентів на їхнє серце і руку (що поставить хрестик у відповідній графі).

У 1998–2005 роках ми провели дослідження портрета політичного лідера в середовищі студентів та аспірантів, під час якого випробуваням пропонувалося відповісти на запитання “Які риси, на Ваш погляд, повинен мати справжній політичний лідер, щоб Вам хотілося його підтримати, піти за ним?”, але вклястися вони мали у список не більше ніж із 5 рис [12]. На основі характеристик, які найчастіше називали опитані, був створений список, що охоплював 20 рис. До нього увійшли: чесність,

упевненість у собі, мудрість, сила, справедливість, цілеспрямованість, освіченість, харизматичність, порядність, рішучість, ораторські здібності, патріотизм, щирість, самостійність, толерантність, гнучкість, професіоналізм, відповідальність, організаторські здібності.

В актуальному дослідженні студентам та аспірантам пропонувалося проранжувати ці риси за важливістю для самих випробуваних. Риси мали посісти своє місце в списку від 1 до 20, повторювати ранг було заборонено. Далі респондентів попросили проранжувати ці риси за важливістю для політичного лідера, якого вони вважають еталоном (ідеальним політичним лідером). Наступним кроком було завдання проранжувати ці ж риси спочатку для гіпотетичного кандидата в депутати Верховної Ради, за якого випробуваний однозначно проголосував би, і далі – для гіпотетичного кандидата, за якого випробуваний однозначно не голосував би. Респонденти працювали індивідуально, на окремих бланках, відмов від участі в дослідженні не було.

Щоб належним чином перевірити висунуту гіпотезу, для дослідження було обрано студентську та аспірантську аудиторію двох міст – Львова і Сімферополя. Вибір досліджуваної групи зроблено з огляду на те, що студентська та аспірантська молодь традиційно вважається чи не найактивнішою в соціальному плані, а Західна Україна і Крим, за результатами виборів та даними соціологічних досліджень, є прихильниками різних політичних сил. Отже, цікаво було зіставити “Я-ідеальне” кримської і львівської молоді та виявити, які уявлення про ідеального політичного лідера побутують у цих групах. Загалом було досліджено 156 осіб, серед яких 70 аспірантів (49 осіб – львів’яни, 21 особа – із Сімферополя) та 86 студентів (34 особи живуть у Львові, 52 – у Сімферополі). Загалом 83 досліджуваних – жителі Львова, 73 – Сімферополя (29 чоловіків і 127 жінок).

Результати ранжування досліджуваними запропонованих рис подано в табл. 1. Риси розташовано в порядку зростання середніх арифметичних рангів, отриманих у загальній групі досліджуваних. Як видно, послідовність рис у перших трьох наведених списках значною мірою схожа. Першу п’ятірку рис, які опитана молодь визначила важливими для себе, для образу політичного лідера і для вибору того чи іншого кандидата на політичну посаду, склали чесність, мудрість і впевненість у собі. Цікаво відзначити, що впевненість у собі увійшла також у перелік перших п’яти рис кандидата, за якого досліджувані не голосували б. Рисою, яку респонденти відзначили як найменш важливу для себе, ідеального лідера та лідера, за якого віддали б свій голос, є гнучкість. У переліку рис політика, за якого опитані не голосували б, гнучкість посідає перше місце.

Таблиця 1

Результати ранжування риси (загальна група)

Ранг	“Я-ідеальне”	Ідеальний політичний лідер	Лідер, за якого голосував би	Лідер, за якого не голосував би
1	Чесність	Чесність	Чесність	Гнучкість
2	Мудрість	Мудрість	Мудрість	Сила
3	Упевненість у собі	Професіоналізм	Упевненість у собі	Ораторські здібності
4	Порядність	Упевненість у собі	Професіоналізм	Упевненість у собі
5	Освіченість	Порядність	Патріотизм	Харизматичність
6	Професіоналізм	Справедливість	Порядність	Організаторські здібності
7	Справедливість	Освіченість	Справедливість	Рішучість
8	Відповідальність	Відповідальність	Цілеспрямованість	Цілеспрямованість
9	Компетентність	Патріотизм	Компетентність	Самостійність
10	Цілеспрямованість	Компетентність	Харизматичність	Толерантність
11	Самостійність	Рішучість	Відповідальність	Освіченість
12	Щирість	Щирість	Ораторські здібності	Компетентність
13	Рішучість	Цілеспрямованість	Рішучість	Патріотизм
14	Сила	Харизматичність	Освіченість	Професіоналізм
15	Організаторські здібності	Сила	Щирість	Мудрість
16	Харизматичність	Організаторські здібності	Толерантність	Відповідальність
17	Патріотизм	Самостійність	Сила	Щирість
18	Толерантність	Ораторські здібності	Організаторські здібності	Справедливість
19	Ораторські здібності	Толерантність	Самостійність	Чесність
20	Гнучкість	Гнучкість	Гнучкість	Порядність

Значної ваги досліджувана молодь надає професіоналізму, компетентності, справедливості та відповідальності. Помітно, що самостійність опитувані вважають важливішою для себе особисто, аніж для політичного лідера. Цікавим видається ставлення опитаних до риси “патріотизм”: якщо в “Я-ідеальному” ця риса займає 17-ту позицію, їй не надають великого значення, то в образі ідеального політичного лідера вона переходить на 9-те місце, а серед критеріїв голосування – на 5-те, потрапляючи в розряд чи не найважливіших вимог до кандидата.

Розгляньмо детальніше уявлення молоді, яка навчається, про ідеального політичного лідера на підставі результатів ранжування запропонованих рис досліджуваними різними підгруп (табл. 2).

Таблиця 2

Результати ранжування рис ідеального політичного лідера
в підгрупах досліджуваних (порівняння підгруп
за t-критерієм Стьюдента)

Риси	Аспіранти		Студенти		Кримчани		Львів'яни		Чоловіки		Жінки	
	X середнє	Ранги	X середнє	Ранги	X середнє	Ранги	X середнє	Ранги	X середнє	Ранги	X середнє	Ранги
Чесність	7,49	1	4,48	1	6,65	1	4,89	1	7,07	2	5,54	1
Упевненість у собі	8,84	4	8,36	3	8,40	3	8,78	7	8,28	4	8,65	4
Мудрість	7,89	3	6,45	2	6,77	2	7,47	2	6,59	1	7,21	2
Сила	11,81	16	11,71	14	10,99	13	12,63	15	9,56	7	12,26	16
Компетентність	9,00	5	11,27	13	10,42	11	10,05	9	9,55	6	10,41	10
Справедливість	10,36	10	8,64	5	10,31	9	8,38	5	10,52	13	9,16	6
Цілеспрямованість	11,46	13	10,91	12	11,49	14	10,77	12	11,90	16	10,98	13
Освіченість	9,94	9	9,14	8	10,55	12	8,30	4	10,17	10	9,35	7
Харизматичність	9,83	8	12,80	15	10,17	8	12,95	18	9,76	8	11,86	14
Порядність	9,23	6	8,78	6	9,36	5	8,55	6	9,03	5	8,97	5
Рішучість	11,21	12	10,24	9	10,35	10	11,05	13	10,38	11	10,75	11
Ораторські здібності	11,87	17	13,37	19	12,80	18	12,59	14	11,07	14	13,07	19
Патріотизм	11,00	11	9,03	7	9,83	7	10,01	8	10,48	12	9,79	9
Щирість	11,66	15	10,69	11	11,95	17	10,18	10	12,00	17	10,92	12
Самостійність	13,03	19	12,13	16	11,71	15	13,47	19	14,72	19	12,03	15
Толерантність	12,89	18	12,99	18	13,06	19	12,81	17	13,97	18	12,71	17
Гнучкість	15,53	20	16,81	20	16,57	20	15,86	20	15,14	20	16,49	20
Професіоналізм	7,60	2	8,60	4	8,42	4	7,85	3	7,59	3	8,28	3
Відповідальність	9,37	7	10,26	10	9,58	6	10,19	11	11,21	15	9,55	8
Організаторські здібності	11,53	14	12,97	17	11,93	16	12,77	16	9,79	9	12,90	18

У табл. 2 напроти рис зазначено середні арифметичні рангів, отриманих у кожній із підгруп, та відповідно до цього місце, яке вони займають у переліку рис ідеального політичного лідера. Ранги, які досліджувані різних підгруп присвоювали рисам, ми порівняли за t-Стюдента, попарно зіставивши різні підгрупи (аспірантів і студентів, жителів Сімферополя і Львова, чоловіків і жінок). Відтак було виділено середні арифметичні, між якими встановлено статистично значущі відмінності. З таблиці видно, що риса може займати однакові позиції (ранги) в отриманих у різних підгрупах списках, проте середні арифметичні свідчать, що представники однієї з підгруп надають більшого значення цій рисі. Оскільки досліджувані ранжували риси від 1 до 20, де 1 – найважливіше, 20 – найменш важливе, конкретна риса важливіша для тих опитаних, у підгрупі яких отримано нижче середнє значення. Виявлено, що з-поміж рис ідеального політичного лідера аспіранти надають більшого значення компетентності (хс. = 9) та харизматичності (хс. = 9,83) (для студентів ці показники становлять відповідно хс. = 11,27; хс. = 12,8 при $p \leq 0,05$). Студенти порівняно з аспірантами вважають важливішими для політичного лідера чесність (хс.1 = 4,48; хс.2 = 7,49), справедливість (хс.1 = 8,64; хс.2 = 10,36) та патріотизм (хс.1 = 9,03; хс.2 = 11).

Для львів'ян більш пріоритетними, ніж для жителів Сімферополя, в образі ідеального політичного лідера є чесність (хс.1 = 4,89; хс.2 = 6,65), справедливість (хс.1 = 8,38; хс.2 = 10,31) та освіченість (хс.1 = 8,3; хс.2 = 10,55). Водночас кримчани порівняно з львів'янами важливішими для ідеального політика вважають харизматичність (хс.1 = 12,95; хс.2 = 10,17) та самостійність (хс.1 = 13,47; хс.2 = 11,71).

Жінки, описуючи ідеального політичного лідера, присвоїли самостійності вищі ранги (хс.1 = 12,03), ніж чоловіки (хс.2 = 14,72). Натомість досліджувані чоловіки активніше, ніж жінки, віддають перевагу силі (хс.1 = 9,56; хс.2 = 12,26) та організаторським здібностям (хс.1 = 9,79; хс.2 = 12,9) політичного лідера.

У загальній групі досліджуваних виявлено значущі кореляції (рангова кореляція Спірмена) між рангами, які отримала кожна із запропонованих рис. Встановлено прямі зв'язки між виборами професіоналізму, організаторських здібностей ($r = 0,21$; $p \leq 0,05$) та відповідальності ($r = 0,36$; $p \leq 0,05$). Спостерігаються також кореляції між рангами таких рис:

- чесністю і ширістю ($r = 0,19$; $p \leq 0,05$);
- гнучкістю і самостійністю ($r = 0,24$; $p \leq 0,05$) та гнучкістю і толерантністю ($r = 0,19$; $p \leq 0,05$);
- упевненістю в собі та ораторськими здібностями ($r = 0,18$; $p \leq 0,05$) і силою ($r = 0,18$; $p \leq 0,05$).

Шляхом кластерного аналізу емпіричного матеріалу в межах шкали “ідеальний політичний лідер” виділено три кластери, до яких увійшли

молоді люди з різними образами ідеального політика (табл. 3). Кластери названо залежно від рис, яким віддавали перевагу опитані, що до них увійшли.

Таблиця 3

**Образи ідеального політичного лідера
за результатами кластерного аналізу**

1-й кластер	2-й кластер	3-й кластер
"Слуга народу"	"Успішний менеджер"	"Сильний батько"
Найбільш виражені риси в образі ідеального політика		
Чесність	Харизматичність	Упевненість у собі
Порядність	Ораторські здібності	Мудрість
Патріотизм	Толерантність	Сила
Щирість	Гнучкість	Справедливість
Професіоналізм	Організаторські здібності	
Відповідальність		
Найменш виражені риси в образі ідеального політика		
Упевненість у собі	Справедливість	Порядність
Сила	Патріотизм	Толерантність
Харизматичність	Щирість	Гнучкість
Ораторські здібності		Професіоналізм
		Відповідальність
		Організаторські здібності

До першого кластера увійшло 69 осіб, що становить 44% усієї вибірки; до другого – 50 осіб (32%); до третього – 37 осіб (23%). Отже, більшість молодих людей, які взяли участь у дослідженні, вважають, що політик повинен бути професіоналом з розвинутими моральними якостями (чесність, порядність тощо), проте опитані, які увійшли до найбільшого кластера, не надають великого значення силі і впевненості політичного лідера.

Кореляційний аналіз рангів, які присвоювали досліджувані кожній із рис за чотирма критеріями ("Я-ідеальне"; ідеальний політичний лідер; лідер, за якого голосував би; лідер, за якого не голосував би), засвідчив такі значущі зв'язки:

- між 15-ма рисами “Я-ідеального” та ідеального лідера існують прямі зв’язки, між 5-ма (цілеспрямованість, освіченість, порядність, рішучість, патріотизм) кореляційні зв’язки не виявлено;

- прямі кореляційні зв’язки встановлено між 8-ма рисами (чесність, сила, компетентність, харизматичність, рішучість, патріотизм, гнучкість, професіоналізм) “Я-ідеального” та особи, якій досліджувані надали б право піднятися на “політичний Олімп”. Між іншими 12-ма рисами “Я-ідеального” і політика, за якого проголосували б, кореляційних зв’язків не виявлено;

- за 11-ма рисами із запропонованого списку виявлено обернені кореляційні зв’язки між образом “Я-ідеального” і політика, за якого опитувані не віддали б свого голосу (чесність, мудрість, сила, компетентність, справедливність, цілеспрямованість, харизматичність, ораторські здібності, самостійність, гнучкість, організаторські здібності). Жодного прямого зв’язку між рисами цих образів не встановлено.

Отже, приймаючи рішення за кого голосувати, опитана молодь оцінює важливі для себе риси претендента, “зіставляючи” його з образом “Я-ідеального”. Найтісніше пов’язані образи “Я-ідеального” та ідеального політичного лідера; водночас образ політика, за якого молоді люди готові були б віддати свій виборчий голос, є дещо “компромісним” – меншою мірою відповідає “Я-ідеальному”. В образі політика, за якого опитувані не проголосували б, яскраво виражені риси, які в переліку “Я-ідеального” займають низькі позиції.

Кореляційний аналіз рангів у загальній групі досліджуваних (змінні – досліджувані) дав можливість виявити зв’язки між рангами конкретної риси в різних образах. Кореляційний аналіз рангів було застосовано також для кожного досліджуваного (змінні – риси), що дало можливість виявити не лише зв’язки між окремими рисами, а й зв’язки між їхніми переліками (розподілами рангів). Ми підраховали кількість досліджуваних, у відповідях яких спостерігаються значущі (прямі та обернені) зв’язки між рисами образів, які вивчались (табл. 4).

Як видно з табл. 4, у понад третини досліджуваних (39,1%) виявлено прямий зв’язок між “Я-ідеальним” і образом ідеального політичного лідера та майже в третини (29,5%) – між “Я-ідеальним” та переліком рис образу політика, якому вони віддали б свій голос на виборах. Не перевищують 6% частки досліджуваних, чиє бачення рис бажаних політичних лідерів і “Я-ідеального” явно суперечливі: риси, яким вони надають великого значення для себе чи для ідеального політика, займають останні позиції в списку рис політика, за якого вони проголосували б, чи перші позиції в списку рис політика, за якого вони не віддали б свій голос.

Таблиця 4

Зв'язки між переліками рис, які формують досліджувані образи

Перелік рис (критерій ранжування), які включено в кореляційний аналіз	Вид зв'язку					
	прямий		не виявлено		обернений	
	к-сть осіб	частка (у %)	к-сть осіб	частка (у %)	к-сть осіб	частка (у %)
“Я-ідеальне” та ідеальний політичний лідер	61	39,1	94	60,3	1	0,6
“Я-ідеальне” та політик, за якого не голосували б	1	0,6	112	71,8	43	27,6
Ідеальний політичний лідер та політик, за якого не голосу- вали б	3	2	111	71	42	27
“Я-ідеальне” та політик, якому віддали б свій голос	46	29,5	104	66,7	6	3,8
Ідеальний політичний лідер та політик, якому віддали б свій голос	58	37,2	93	59,6	5	3,2
Політик, якому віддали б свій голос, та політик, за якого не голосували б	9	5,8	114	73	33	21,2

За допомогою порівняльного аналізу (t-критерій Стьюдента) встановлено, що досліджувані, у відповідях яких спостерігається прямий зв'язок між рисами “Я-ідеального” та образом ідеального політичного лідера, більшого значення, ніж ті, у відповідях яких такого зв'язку немає, надають чесності, мудрості, справедливості та порядності. Водночас опитувані, у відповідях яких не виявлено значущих кореляцій між рисами “Я-ідеального” та образом ідеального політичного лідера, схильні ставити на перші позиції в переліку важливих рис харизматичність, ораторські здібності, гнучкість і толерантність. Розгляньмо для прикладу значущі відмінності між середніми арифметичними рангів, які присвоїли рисам опитані названих підгруп, описуючи “Я-ідеальне” (рис. 1). Зіставлення рангів за шкалою “ідеальний політичний лідер” продемонструвало аналогічні відмінності.

До першого кластера увійшли 58% досліджуваних, а саме ті, у кого найменш пов'язані досліджувані образи. Найбільш виражені зв'язки між образами “Я-ідеального” та політичних лідерів у досліджуваних, які сформували третій кластер (25% опитаних). Результати порівняння (однофакторного дисперсійного аналізу) свідчать, що студенти й аспіранти, у яких схожі образи (“Я-ідеального”; ідеального політичного лідера; лідера, за якого вони віддали б свій голос), вважають важливішими чесність і мудрість а дещо меншого значення надають силі, харизматичності, ораторським здібностям і гнучкості, ніж досліджувані, у яких ці образи істотно різняться. Як уже зазначалося (див. табл. 1), мудрість і чесність – риси, які посіли вищі позиції в рейтингу важливих (бажаних) для себе та політичного лідера. Силі, харизматичності, ораторським здібностям і гнучкості опитані відвели чи не останні позиції в цих рейтингах. Коли ж ідеться про різні образи ідеального політичного лідера (див. табл. 3), то для досліджуваних, які схильні обирати політичного лідера, “зіставляючи” його риси з “Я-ідеальним”, найменш привабливим є образ “успішного менеджера”.

Висновки. Отже, висунуте нами припущення в цілому підтвердилося. Для успішного прогнозування шансів того чи іншого кандидата і його просування достатньо з'ясувати самооцінку важливих моральних рис для виборця і переконати його в тому, що аналогічними рисами володіє претендент на його “хрестик” у бюлетені. При цьому не слід забувати, що чесність і мудрість – це ті риси, які тотальна більшість опитаних молодих людей вважають найважливішими і яким надають найбільшої ваги ті, котрі схильні ідентифікувати себе з лідером.

Література

1. Leadership Theory and Research. Perspectives and Directions / Edited by M. M. Chemers, R. Ayman. – New York : Academic Press, Inc., 1993. – 345 p.
2. Barnard C. I. A definition of authority / C. I. Barnard // Reader in bureaucracy. – New York : Free Press, 1952. – 464 p.
3. Bingham W. V. Leadership / W. V. Bingham // The psychological foundation of management. – New York : Shaw, 1927. – P. 56–74.
4. Bass B. M. Bass & Stogdill's Handbook of Leadership. Theory, Research and Managerial Applications / B. M. Bass. – 3d ed. – New York : Free Press, 1990. – 1184 p.
5. Stogdill R. M. Personal Factors Associated with Leadership / R. M. Stogdill // Journal of Psychology. – 1948. – №25. – P. 35–71.
6. Bryson J. M. Leadership of the Common good / J. M. Bryson, B. C. Crosby. – San Francisco : Jossey-Bass Publishers, 1992. – 435 p.
7. Blake R. R. Presidential (grid) styles / R. R. Blake, J. S. Mouton // Training & Development Journal. – 1986. – 39 (3). – P. 14-17.
8. Evans S. M. Free Spaces : The sources of democratic change in America / S. M. Evans, H. C. Boyt. – University of Chicago Press, 1992. – 228 p.

9. *March J. G. Ambiguity and Choice in Organizations* / J. G. March, J. P. Olsen. – 2d ed. – Bergen : Universitetsforlaget, 1979. – 408 p.
10. *Simon H. A. Making management decisions: The role of intuition and emotion* / H. A. Simon // *Academy of Management Executive*. – 1987. – №1. – P. 57–64.
11. *Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого “Я”* / Зигмунд Фрейд // “Я” и “Оно”. Кн. 1 / Зигмунд Фрейд. – Тбилиси : Мерзни, 1991. – С. 71–138.
12. *Грабовська С. Ідеальний політичний лідер в уяві студентів* / С. Грабовська // *Соціальна психологія*. – 2006. – № 4 (18). – С. 28–37.

Грабовская С. Л., Карковская Р. И., Томчий О. Б. Какие политики имеют шанс на благосклонность молодежи: диспозиционный ракурс

Овещены основные теоретические подходы к изучению и пониманию лидерства. Представлены результаты эмпирического исследования связи качеств образа “Я-идеального” и идеального политического лидера или лидера, за которого избиратели отдали бы свой голос (исследование проводилось среди учащейся молодежи). Установлено, какие качества молодые люди (студенты, аспиранты) считают важнейшими для себя лично и для политических лидеров. Описаны особенности исследуемых, склонных оценивать политических лидеров через призму важных для себя качеств, и распространенные в опрошенной группе образы идеального политика.

Ключевые слова: лидерство, политический лидер, личностное качество, ранжирование.

Grabov's'ka S. L., Karkov's'ka R. I., Tomchiy O.B. What politicians have a chance to be in youth favour: dispositional foreshortening

The article deals with the major theoretical approaches to the study and interpretation of leadership. It is presented the results of an empirical study of connection between features of the image of the Self-real and ideal political leader or just leader who the voters would be for. The survey has been conducted among students and postgraduates. There have been established features that young people consider as the most important both for themselves and for political leaders. It is also described the features of people who tend to view political leader through the prism of important traits for themselves and there were current images of ideal politician within survey group.

Key words: leadership, political leader, personal trait and ranging.

**ПОЛІТИЧНА ПАРТІЯ ЯК РЕФЕРЕНТНА СПІЛЬНОТА:
МІЖ ІДЕНТИФІКАЦІЄЮ І МОБІЛІЗАЦІЄЮ**

Д. О. Кобрисенко, м. Київ

У статті розглядається проблема дослідження осіб, для яких політична партія править за референтну спільноту. Представлено емпіричні результати дослідження психолого-політичних особливостей членів різних політичних партій. Виявлено основні розбіжності в проявах образу Я, політичного образу Я, політичної ідентичності, інтернальності та атитюдів осіб, які мають різні політико-ідеологічні переконання і належать до різних політичних партій.

Ключові слова: політична партія, референтна спільнота, ідентичність, політична ідеологія, образ Я.

З-поміж численних проблем, які досліджує сучасна політична психологія, однією з найбільш актуальних є *проблема* об'єктивного і комплексного визначення психологічного контексту взаємодії “особа – політичне середовище”. Це зумовлює потребу в міждисциплінарному дослідженні політичних інститутів та осіб, що їх утворюють, а також особливостей їхньої взаємодії. Слід пам'ятати, що сучасне політичне поле неможливе без існування багатопартійної системи, у якій різноманітність політичних партій виконує роль інструменту побудови демократії. Із набуттям Україною незалежності вони виконують цілу низку важливих функцій: громадянсько-представницьку, функцію боротьби за владу, функцію законодавчого інституту, формування політичної культури громадянина і т. ін. Водночас не викликає сумніву психологічна значущість політичної партії для політично активних громадян, адже вона для них виконує роль значущої, референтної спільноти. Попри це аналізу політичної партії як референтної спільноти в сучасних психологічних дослідженнях не надається належного значення.

Мета статті: з'ясувати психологічні особливості взаємодії особи і політичної партії як референтної спільноти; емпірично дослідити і проаналізувати психолого-політичні особливості осіб, для яких політична партія править за референтну спільноту.

Визначаючи чинники, що впливають на формування ідентифікації особи в політичній площині, не можна не брати до уваги ідеологію різних груп та спільнот. Вважаємо, що ідеологічний чинник виступає одним із ключових у формуванні активної політичної позиції особи.

Аналізуючи партійно-політичну ідеологію, О. Т. Баришполець наголошує, що ідеологія партії виступає рушійним чинником політичного єднання громадян [1]. Тобто одна з основних функцій ідеології – об'єднувати електорат навколо партії, спрямовувати поведінку громадян у потрібному для тієї чи іншої партії напрямку. Проте єдину, прийнятну для всього суспільства ідеологію неспроможна виробити ні жодна особистість, ні жодна окрема політична партія, адже кожному суспільству об'єктивно властива множинність ідеологій, хоча б через різноманітність світосприймання кожного з його членів [там само, с. 84-94]. Водночас зв'язок особи з конкретною партією, що проявляється в підтримці, постійному голосуванні за неї на виборах, можна кваліфікувати як партійну ідентифікацію – стійке і тривале в часі явище [2, с. 25-26].

Цю ідею цікаво, на наш погляд, розвиває М. Ю. Довгопол. Він зазначає, що існує взаємозалежність чинників і механізмів ідентифікації

осіб з партіями, взаємозв'язок зовнішніх та внутрішніх детермінант цього процесу. Тобто залежно від ідеологічних, політичних уподобань можна визначити досить значні характерологічні розбіжності між виборцями, які віддають перевагу різним політичним системам. Дослідник зазначає, що для виборців, зорієнтованих на комуністичні ідеали, зазвичай характерні екстернальний локус контролю (значущі події в житті сприймаються як результат випадку або дії інших людей), консерватизм, підпорядкованість. Прибічникам ліберальних поглядів притаманні самодостатність, домінантність (пріоритет власності, прагнення до самостійності, незалежності). Для симпатиків націонал-демократизму спільними рисами є соціабельність (несамостійність, залежність, орієнтація на групову думку, безініціативність та брак сміливості при виборі особистої лінії поведінки), радикалізм, інтернальний локус контролю (загальне настановлення людини на те, що більшість значущих подій у житті було результатом її особистих дій, що вона здатна ними керувати). Автор звертає увагу на те, що останній тип є найбільш суперечливим з погляду психологічних особливостей: несамостійність і підпорядкованість поєднуються з радикалізмом (недовірливість щодо авторитетів) [3, с. 26-27].

Цікаво, що, визначаючи свою політичну ідентичність, індивіди отожднюють себе не з людьми як такими, не з конкретними подіями, а з людьми і подіями, які набули для них *символічного* значення [2, с. 28]. На неможливість розмежування образу Я особи та проявів її політичної ідентифікації звертає увагу Б. С. Мар'єнко. При цьому політична ідентифікація розглядається ним як процес самоототожнення індивіда з політичним лідером, партією, рухом, а також із політичною роллю і зразками політичної поведінки. Одночасно політична ідентичність нерідко трансформується, бо залежить від соціально-психологічних факторів, у першу чергу від референтного оточення. Критерієм сформованості політичної ідентичності виступає політична активність [4, с. 64-68]. Політична ідентичність може виражатися у ставленні людей до влади та її політики, загальнонаціональних і регіональних політичних інститутів, до держави в цілому та її регіонів у зв'язку з відносинами між ними [2, с. 29].

Враховуючи багатовекторність означеної проблеми, нас як дослідників зацікавили психолого-політичні особливості осіб, для яких політична партія править за референтну спільноту. Емпіричне дослідження з метою з'ясування таких характеристик членів різних політичних партій відбувалося з березня по листопад 2011 р. На *першому етапі* було визначено логіку побудови вибірки. Для цього ми скористалися моделлю дослідження політичної площини (за результатами дослідницької роботи Інституту соціальної та політичної психології НАПН України). Відповідно до цієї моделі українська партійно-політична площина визначається двома векторами політичних орієнтацій: проросійська-антиросійська та

реформаторська-антиреформаторська. Перетин зазначених орієнтацій утворює чотири варіанти партійних уподобань: проросійсько-реформаторський, проросійсько-антиреформаторський, антиросійсько-реформаторський та антиросійсько-антиреформаторський. При цьому категорія реформ базувалася на ставленні до ринкових реформ, ідей розвитку економіки за західним зразком [5].

Відповідно до названих чотирьох варіантів партійно-політичних площин ми провели експертне оцінювання сучасної партійної системи, метою якого було з'ясувати співвідношення між провідними українськими партіями і зазначеними вище векторами політичних орієнтацій. У ролі експертів виступили 14 осіб – фахівців у галузях політичної і соціальної психології, філософії. За результатами експертної оцінки до проросійсько-реформаторської площини було віднесено Партію регіонів, до проросійсько-антиреформаторської – Комуністичну партію України, до антиросійсько-реформаторської – ВО “Свобода” і ВО “Батьківщина”. У ході проведення емпіричного дослідження опитувалися члени київських представництв зазначених партій.

На *другому етапі* було здійснено психологічний аналіз емпіричних результатів, отриманих за методиками атитюдів О. Ф. Потьомкіної; політичної ідентичності О. М. Скар; ОРПС; методикою РСК; тестом самоставлення С. Р. Пантелеєва, В. В. Століна; авторською анкетною-опитувальником дослідження політичного образу Я. Отримані результати аналізувалися шляхом попарного порівнювання груп респондентів за допомогою критеріїв Манна – Уїтні і t-критерію Стьюдента залежно від особливостей розподілу даних загальної сукупності респондентів (шкали з розподілом, що істотно не відхиляється від нормального – t-критерій Стьюдента, де істотне відхилення від норми – критерій Манна – Уїтні). Особливості розподілу даних визначалися за критерієм Колмогорова-Смирнова. У результаті такого порівняння було виявлено психолого-політичні особливості членів різних політичних партій.

ВО “Батьківщина” і ВО “Свобода”. За результатами методики О. Ф. Потьомкіної визначено, що у представників ВО “Батьківщина” порівняно з ВО “Свобода” виразніше простежується декларований атитюд щодо грошей ($p \leq 0,01$). Можна припустити, що це зумовлено особливостями ідеології: у “Батьківщини” – це орієнтація на ринкові реформи, європейський досвід і відповідні цінності та дії, натомість у “Свободи” – орієнтація передусім на українську самобутність, коли ідея визначає зміст і сутність буття, а гроші є другорядним продуктом існування нації.

За результатами методики О. М. Скар, у респондентів ВО “Свобода” більшою мірою, ніж в активістів-партійців з ВО “Батьківщина”, проявляється політична ідентичність, що простежується в таких критеріях, як залучення до політичного життя країни та ідентифікація з культурними

цінностями суспільства ($p \leq 0,05$). Такі результати зумовлені тим, що, по-перше, націоналізм передбачає активну громадсько-політичну позицію осіб, що його сповідують, а по-друге, ідентифікація з культурою, мовою, традицією є невід'ємною частиною ідеології будь-якого націоналізму. Крім того, за результатами методики ОРПС, членам ВО "Батьківщина" меншою мірою, ніж респондентам ВО "Свобода" ($p \leq 0,01$) і КПУ ($p \leq 0,001$) властива політична ідентифікація. Припускаємо, що у виразно ідеологічних політичних партій чинником високих показників політичної ідентифікації виступає ідеологічний фактор.

За результатами методики С. Р. Пантелєєва, у членів партії ВО "Свобода" виразніше виявляються самоповага ($p \leq 0,05$) і самовпевненість ($p \leq 0,001$), а слабше – аутосимпатія ($p \leq 0,01$) і самозвинувачення ($p \leq 0,001$). Респонденти ВО "Свобода" мають більш оптимістичне самосприйняття, ніж представники ВО "Батьківщина", оскільки визначають себе категоріями самоповаги і самовпевненості; натомість респонденти іншої групи зорієнтовані на аутосимпатію та самозвинувачення.

За результатами методики РСК, загальна інтернальність сильніше виявляється у представників ВО "Батьківщина", ніж ВО "Свобода" ($p \leq 0,05$). Отже, члени ВО "Батьківщина" частіше сприймають самих себе як причину власних успіхів і невдач, натомість "свободівці" більше схильні вбачати причину тих чи тих подій власного життя в зовнішніх обставинах, у проявах долі.

Аналіз особливостей політичного образу Я показав, що члени ВО "Батьківщина" частіше, ніж "свободівці", визначають себе як росіянина, християнина ($p \leq 0,01$), ліберала, демократа та друга Росії ($p \leq 0,001$); натомість члени ВО "Свобода" частіше зараховують себе до сильного Я, українця ($p \leq 0,05$), особистості, патріота ($p \leq 0,01$), оптиміста та партійця ($p \leq 0,001$). Отримані результати видаються цікавими, оскільки обидві партії позиціонують себе як проукраїнські. Проте, як показують результати емпіричного дослідження, члени ВО "Батьківщина" мають більш проросійську орієнтацію (категорії "росіянин", "друг Росії"), натомість у представників ВО "Свобода" провідна орієнтація – патріотично-національна (категорії "українець", "патріот"). Крім того, у другій групі респондентів більш сильна особистісно-громадянська позиція (категорії "сильне Я", "особистість", "патріот", "оптиміст", "партієць").

ВО "Батьківщина" і КПУ. Як показали результати, отримані за методикою О. Ф. Потьомкіної, у членів ВО "Батьківщина" сильніше в порівнянні з членами КПУ проявляються атитюди щодо свободи, влади та грошей ($p \leq 0,05$). Припускаємо, що зазначені атитюди слабше простежуються у членів КПУ, оскільки, по-перше, респонденти-комуністи – це люди більш похилого віку, якому властива певна стриманість зазначених

орієнтацій, а по-друге, комуністична ідеологія, що править за детермінанту світогляду комуністів, визначає певні особливості їхніх атитюдів.

За результатами методики О. М. Скар, у представників КПУ вищий рівень ($p \leq 0,05$) залученості до політичного життя країни, тоді як у членів ВО “Батьківщина” сильніша ідентифікація з культурними цінностями суспільства ($p \leq 0,001$), цінностями європейської демократії ($p \leq 0,05$) та вища мобілізаційна активність ($p \leq 0,01$). Отримані результати видаються доволі цікавими, їх можна інтерпретувати таким чином: члени КПУ є представниками ідеологічної партії, що передбачає активну участь у політичному житті; при цьому політична активність не є вимушеною; Комуністична ідеологія априорі не сповідує цінностей європейської демократії та не робить акцент на розвиткові культурних цінностей українського суспільства (провідні ідеї – культура збереження спадку Радянського Союзу та “братньої” країни – Росії).

За результатами методики РСК, загальна інтернальність та інтернальність у сфері сімейних стосунків сильніше проявляються у членів ВО “Батьківщина”, ніж у членів КПУ ($p \leq 0,01$ і $p \leq 0,05$, відповідно). Представники КПУ рідше за членів ВО “Батьківщина” виявляють готовність брати на себе відповідальність за ситуації, що виникають у їхньому житті, насамперед у сімейних стосунках. Водночас, за методикою С. Р. Пантелеєва, у членів КПУ більшою мірою виражені самоінтерес, самоприйняття ($p \leq 0,05$) та самопослідовність ($p \leq 0,01$).

Аналіз політичного образу Я цих груп респондентів показав, що члени КПУ частіше, ніж члени ВО “Батьківщина”, визначають себе як росіянина, друга Росії, комуніста ($p \leq 0,001$), натомість останні частіше характеризують себе як віруючу людину ($p \leq 0,001$), особу із сильним Я, конкурента Росії ($p \leq 0,001$). На прикладі КПУ і “Батьківщини” яскраво простежується існуюче в нашій державі полярне ставлення до одного з провідних для України зовнішніх політичних гравців – Росії. Члени КПУ ставляться до неї по-дружньому, а “Батьківщина” сприймає як конкурента. Це є важливим аспектом розуміння внутрішньопартійної ідентичності, адже особливості визначення статусу зовнішнього партнера відіграють суттєву роль у визначенні стратегії взаємодії керівництва партії з керівництвом іншої держави, розробці концепції проведення передвиборної агітації тощо.

ВО “Батьківщина” і ПР. Результати, отримані за методикою О. Ф. Потьомкіної, засвідчили, що у членів ВО “Батьківщина” сильніше виражений атитюд щодо свободи ($p \leq 0,05$). Це можна пояснити тим, що на момент проведення дослідження представники ПР мали переважну більшість у Верховній Раді, Кабінеті Міністрів, місцевих органах влади, а також обіймали провідні керівні посади – президента, прем’єр-міністра, очільників міністерств і т. ін. Зазначені обставини можуть сприйматися

членами ВО “Батьківщина” як певне обмеження власної свободи, оскільки можливість бути при владі, вирішувати політичні питання для них є досить обмеженою.

Водночас, за результатами методики О. М. Скар, члени ВО “Батьківщина” у порівнянні із членами ПР вважають себе більш залученими до політичного життя країни ($p \leq 0,05$) і більшою мірою зорієнтовані на власний політичний вибір ($p \leq 0,01$). За методикою ОРПС, у членів ВО “Батьківщина” помітніше, ніж у респондентів ПР, виявляються владне самоствердження ($p \leq 0,05$) і позиційна конкуренція ($p \leq 0,01$). Це можна пояснити тим, що на момент проведення дослідження члени ВО “Батьківщина” перебували в опозиції щодо правлячої ПР. У цьому контексті активне залучення до політичного життя може виступати певним інструментом здобуття влади. Високі показники за орієнтацією на власний політичний вибір свідчать про автентично активну громадсько-політичну позицію членів ВО “Батьківщина”, а за шкалами владного самоствердження та позиційної конкуренції – про їхнє актуальне бажання боротися за владу.

За результатами методики С. Р. Пантелєєва, членам ПР більше, ніж представникам ВО “Батьківщина”, властиве самозвинувачення ($p \leq 0,05$). Натомість, як показали результати методики РСК, у членів ВО “Батьківщина” сильніше проявляється інтернальність у сфері досягнень ($p \leq 0,01$) і в сімейних стосунках ($p \leq 0,001$). Відтак можна констатувати, що респонденти ВО “Батьківщина” частіше за членів інших політичних партій готові брати на себе відповідальність у різних сферах життя, насамперед у сімейних стосунках.

Політичний образ Я у порівнюваних групах має таку специфіку: члени “Батьківщини” частіше за членів ПР визначають себе як лібералів ($p \leq 0,05$), майбутнє суспільства, патріотів та конкурентів Росії ($p \leq 0,001$), натомість члени ПР частіше зараховують себе до песимістів ($p \leq 0,05$), росіян, друзів Росії ($p \leq 0,001$). Визначальною особливістю політичного образу Я представників ПР у порівнянні з політичним образом Я представників “Батьківщини” є полярне ставлення до Росії. У цьому контексті провідною особливістю “Батьківщини” є проукраїнське самосприйняття (“патріот”, “конкурент Росії”), а також оптимістично забарвлені політичні категорії (“ліберали”, “майбутнє суспільства”).

ВО “Свобода” і КПУ. Результати, отримані за методикою О. Ф. Потьомкіної, показали, що у членів ВО “Свобода” атитюд щодо влади виражений сильніше, ніж у членів КПУ ($p \leq 0,01$). Можливо, це зумовлено віковими особливостями членів ВО “Свобода”, переважна більшість яких – молодь. Відомо, що молоді властива більша зорієнтованість на владу, ніж людям літнього віку, які зазвичай більш консервативні у своїх поглядах та більш стримані у вчинках.

За методикою О. М. Скар встановлено, що у респондентів ВО “Свобода” більш помітно, ніж у комуністів, виражені ідентифікація з культурними цінностями суспільства ($p \leq 0,001$) та мобілізаційна активність ($p \leq 0,05$). Ці результати є прогнозованими, оскільки національно спрямована “Свобода” за своєю ідеологією орієнтується на українські культурні цінності. Порівнюючи політичну активність представників київського осередку КПУ і “свободівців”, бачимо, що для перших вона має більш виразну внутрішню детермінацію, засновану на особистісних переконаваннях партійців. Натомість політична активність партійців-націоналістів має певною мірою мобілізаційну зумовленість, тобто політичні лідери, традиції, думка оточення і т. ін. вирішують змістову наповненість і емоційну забарвленість їхньої політичної поведінки. Таким чином, респонденти КПУ мають більш усвідомлену, автономну та незалежну від інших осіб громадянсько-політичну позицію.

За результатами методики С. Р. Пантелєєва, у респондентів КПУ сильніший, ніж у “свободівців”, прояв таких категорій самоставлення, як аутосимпатія ($p \leq 0,05$), самоінтерес, самоприйняття ($p \leq 0,01$) і самозвинування ($p \leq 0,001$), натомість останнім більш властиві самовпевненість ($p \leq 0,001$) і самоінтерес ($p \leq 0,05$).

Як показала методика ОРПС, у членів ВО “Свобода” частіше, ніж у членів КПУ, простежуються нормативна непоступливість ($p \leq 0,01$) і владне самоствердження ($p \leq 0,001$). Цікаво, що свободівці частіше сприймають себе як особистість, лідера, українця ($p \leq 0,05$), оптиміста, патріота ($p \leq 0,01$), сильне Я та конкурента Росії ($p \leq 0,001$); натомість комуністи частіше визначають себе як реаліста, християнина ($p \leq 0,01$), росіянина, ліберала, демократа, друга Росії та комуніста ($p \leq 0,001$). Отже, порівнювані групи респондентів мають доволі різну структуру політичного образу Я (із 21 запропонованої категорії в 14 існують статистично значущі розбіжності прояву). Тому доволі цікавими видаються результати аналізу наявних розбіжностей зарахування себе до різних категорій політичного образу Я. Так, група респондентів, що сповідує українську націоналістичну ідеологію, ідентифікує себе з проукраїнською орієнтацією (відібрані категорії: “українець”, “патріот”, “конкурент Росії”). Натомість група членів КПУ виказує більш проросійську орієнтацію (категорії “росіянин”, “друг Росії”). Цікаво, що членам КПУ властива ще й орієнтація на демократично-ліберальні цінності, яка проявилась у таких категоріях: “християнин”, “ліберал”, “демократ”. Ці результати помітно відрізняються від тих поглядів, які сповідували комуністи за часів Радянського Союзу, адже визнавати себе демократом, який відстоює в першу чергу свої власні права і, крім того, з релігійним забарвленням – тоді було неможливо. Імовірно, отримані результати свідчать про суто українську специфіку розвитку комуністичної ідеї на пострадянському просторі.

Респонденти ВО “Свобода” визначають себе категоріями, які умовно можна поєднати в групу активної, сильної позиції Я: “особистість”, “лідер”, “оптиміст”, “патріот”, “сильне Я”. Зарахування себе до зазначених категорій частково можна пояснити віком респондентів “Свободи”, а також їхнім неприхованим прагненням прийти до влади, адже вони, на відміну від членів КПУ, на момент проведення емпіричного дослідження не мали жодних важелів реальної влади ні в Київській міській раді, ні тим більше у Верховній Раді.

ВО “Свобода” і ПР. Як видно з результатів, отриманих за методикою О. Ф. Потьомкіної, група членів Партії регіонів у порівнянні із “Свободою” має більш виражені атитюди щодо праці ($p \leq 0,05$) та грошей ($p \leq 0,01$). У “свободівців” сильніше виражена орієнтація на владу ($p \leq 0,05$). Вважаємо, що ідеологічно активна позиція “Свободи” сприяє активізації поведінки її членів у здобутті влади. До того ж на момент проведення дослідження представники “Свободи” були в опозиції до чинної влади (на відміну від респондентів ПР).

Порівняння цих двох груп респондентів за методикою О. М. Скар засвідчило, що між ними існують істотні розбіжності за показниками вияву політичної ідентичності. У членів ВО “Свобода” помітніше, ніж у членів ПР, виявляються такі складові політичної ідентичності, як залученість у політичне життя країни, ідентифікація з культурними цінностями суспільства, орієнтація на власний політичний вибір ($p \leq 0,001$). За методикою ОРПС, у членів ВО “Свобода” більшою мірою виражені також й інші складові політичної ідентичності, зокрема нормативна непоступливість ($p \leq 0,05$), позиційна конкуренція, політична ідентифікація, владне самоствердження ($p \leq 0,001$). Припускаємо, що такі закономірності можуть бути зумовлені опозиційно-позиційними стосунками ВО “Свобода” і двох інших партій (КПУ і ПР) на момент проведення емпіричного дослідження. За результатами методики С. Р. Пантелеєва, членам ВО “Свобода” більшою мірою властиві самоповага ($p \leq 0,05$) і самовпевненість ($p \leq 0,001$), а отимість членам ПР – самоінтерес ($p \leq 0,01$), аутосимпатія та самозвинувачення ($p \leq 0,001$). У свободівців вищий порівняно із членами ПР рівень інтернальності у сфері досягнень, у сімейних та виробничих стосунках ($p \leq 0,05$).

Члени ВО “Свобода” частіше обирають такі самовизначення, як “особистість”, “сильне Я” ($p \leq 0,05$), “оптиміст” ($p \leq 0,01$), “майбутнє суспільства”, “партієць”, “патріот”, “конкурент Росії” та “українець” ($p \leq 0,001$); натомість члени ПР віддають перевагу здебільшого іншим: “реаліст”, “християнин”, “комуніст” ($p \leq 0,05$), “ліберал” ($p \leq 0,01$), “росіянин”, “демократ”, “друг Росії” ($p \leq 0,001$). У членів ПР, як і у членів КПУ, позитивне ставлення до Росії та комуністичної ідеології, оскільки респонденти ви-

значали себе як росіян, друзів Росії, комуністів, натомість у представників ВО “Свобода” яскраво домінує проукраїнська активна позиція.

КПУ і ПР, коли йдеться про психологічні особливості активістів-партійців, мають певні відмінності. За методикою О. М. Снар, зазначені групи респондентів показали значні розбіжності щодо вияву політичної ідентичності: у членів КПУ помітніше виражені залученість у політичне життя країни ($p \leq 0,001$) та орієнтація на власний політичний вибір ($p \leq 0,05$), натомість респонденти ПР більшою мірою ідентифікуються з культурними цінностями суспільства ($p \leq 0,01$) та цінностями європейської демократії ($p \leq 0,05$), їм більш властива мобілізаційна політична активність ($p \leq 0,001$). Наявність такої великої кількості розбіжностей пояснюється ідеологічною заангажованістю членів КПУ та ідеологічною невиразністю регіоналів. При цьому перші мають суто радянсько-комуністичний вектор, інші – капіталістично-реформаторський. Цікаво, що політична активність членів ПР має дещо вимушений характер і часто не є внутрішньо усвідомленою дією, як це зазвичай спостерігаємо у членів КПУ.

Для комуністів більш актуальні, ніж для членів ПР, такі складові самоставлення, як самоприйняття ($p \leq 0,01$) і самоінтерес ($p \leq 0,05$). Цікаво, що інтернальність у сфері досягнень і виробничих стосунків сильніше виражена у представників КПУ ($p \leq 0,001$). Порівняно низький рівень цих показників у представників київського осередку ПР свідчить про те, що вони не схильні брати на себе відповідальність за ті чи ті події у власному житті і вважають їх переважно результатом впливу зовнішніх обставин і чинників.

Атиту́д щодо грошей виразніше простежується у респондентів Партії регіонів, менш виразно – у комуністів ($p \leq 0,001$). Це може бути зумовлено сповіданням членами КПУ комуністичної ідеї, яка передбачає певне відсторонення від грошей, оскільки мати великі гроші, ставити їх заробляння на перше місце в житті з погляду комуністичної ідеології (теоретично) трохи навіть “соромно”.

Політична ідентифікація більшою мірою проявляється у членів КПУ, ніж у респондентів ПР ($p \leq 0,001$). Отримані результати є доволі прогнотозованими, адже відомо, що члени ідеологічних партій мають підвищений рівень політичної ідентифікації зі своїм політичним суб’єктом.

Комуністи частіше, ніж члени ПР, визначають себе як майбутнє суспільства ($p \leq 0,05$). Крім того, цікавим видається те, що вони також частіше визначають себе через категорію “партієць” ($p \leq 0,05$). Члени КПУ частіше порівняно з регіоналами відносять себе до патріотів ($p \leq 0,05$) і вважають комуністами ($p \leq 0,001$), натомість члени ПР убачають у собі демократів ($p \leq 0,05$). Те, що члени Комуністичної партії визначають себе комуністами, – прогнозовано, а члени ПР – демократами, – закономірно, оскільки орієнтація на демократичні цінності – головна ознака центрист-

ської партії, що орієнтується на широкі маси виборців. Проте дещо дивним видається сприймання комуністами себе як патріотів, що значною мірою схоже на самосприйняття націоналістів. У цьому виявляється певна схожість політичного образу Я свободівців і комуністів. Спільною ознакою є для них ідеологія, оскільки і комунізм, і націоналізм мають багато спільного із соціалізмом, ідеї якого активно декларуються обома партіями.

Отже, підсумовуючи результати теоретичного та емпіричного дослідження особливостей осіб, для яких політична партія править за референтну спільноту, можемо зробити такі *висновки*:

1. Сьогодні політичні партії є ефективним інструментом не тільки для здобуття влади, лобювання певних інтересів (бізнесових, матеріальних тощо), а й для отримання психологічного комфорту. При цьому психологічний комфорт досягається через відчуття необхідності для іншого, захищеності, а відтак і сили. Цей комфорт отримують як ті, хто хоче реалізовуватися в політичній діяльності як головній сфері життя, так і ті, хто не бачить для себе можливостей самореалізації в інших сферах. Ідентифікація осіб з референтними спільнотами (у нашому випадку – з політичними партіями) є для особи запорукою отримання психологічного комфорту.

2. Зв'язок особи з конкретною партією, зокрема постійне голосування за неї на виборах, членство в партії, підтримку на мітингах і під час пікетів, можна визначити як індикатор партійної ідентифікації. Індивіди ототожнюють себе не з людьми як такими, не з конкретними подіями, а з людьми та подіями, які набули для них символічного значення. Відтак референтна спільнота для особи може бути як реальною, так і уявною.

3. Порівнявши політичну активність київських комуністів і націоналістів, ми дійшли до висновку, що для перших вона має певною мірою внутрішню детермінацію, що ґрунтується на особистісних переконаннях партійців. Натомість політична активність київських партійців-націоналістів має мобілізаційну спрямованість, тобто політичні лідери, традиції, думка оточення і т. ін. вирішують змістовність та емоційну забарвленість їхньої політичної поведінки. Таким чином, члени київського осередку КПУ мають більш усвідомлену, автономну та незалежну від інших осіб політичну позицію. Їм порівняно з іншими активістами-партійцями (ВО “Свобода”, ВО “Батьківщина”, ПР) найменшою мірою властиві атитюди щодо влади та грошей. Крім того, комуністи активно залучені в політичне життя країни, політично ідентифікуються з партією, вирізняються автономною політичною активністю (усвідомленою). Разом з тим вони не ідентифікуються з культурними цінностями суспільства та цінностями європейської демократії. Політичний образ Я комуністів має певні особливості: вони найчастіше визначають себе через категорії “росі-

янин”, “друг Росії”, “комуніст”, а найменше і найрідше – як “сильне Я”, “конкурент Росії”.

4. Членам київського осередку ПР властиві атитюд щодо грошей, а також самозвинувачення. Київські регіонали порівняно з іншими партійцями найменшою мірою виявляють інтернальність у сферах досягнень, сімейних та виробничих стосунків. Відтак київські члени ПР не завжди готові брати на себе відповідальність у сімейних та виробничих стосунках, визначати свою значущість щодо тих чи інших досягнень у власному житті. Регіонали здебільшого визнають себе росіянами, демократами, друзями Росії, найрідше сприймають себе майбутнім суспільства, партійцями, конкурентами Росії.

5. Київським членам ВО “Батьківщина” властиві атитюди щодо свободи і грошей. Слід зазначити, що політична ідентичність активістів-партійців з ВО “Батьківщина” порівняно з членами КПУ і “Свободи” виявлена слабше, зокрема в залученні до політичного життя країни; відповідні показники більші тільки порівняно з ПР. Аналіз образу Я членів ВО “Батьківщина” показав, що їм меншою мірою, ніж партійцям “Свободи”, властиві вияви самоповаги і самовпевненості, а самоінтерес та самопослідовність у них не так яскраво виражені, як у членів КПУ. Натомість ауто-симпатія і самозвинувачення частіше спостерігаються серед партійців ВО “Батьківщина”, ніж серед свободівців. Представники “Батьківщини” мають високу інтернальність, зокрема загальну і у сфері сімейних стосунків, часто визначають себе як лібералів і конкурентів Росії, рідко – як росіян і друзів Росії.

Проведене емпіричне порівняння психолого-політичних особливостей членів різних політичних партій (на прикладі їхніх київських осередків) дає підстави стверджувати, що залежно від партійної належності між партійцями існують істотні розбіжності у вияві атитюдів, образу Я, політичного образу Я, політичної ідентичності, інтернальності. Відтак перспективи дослідження цієї проблеми ми вбачаємо в подальшому поглибленні аналізу психолого-політичних особливостей членів інших політичних партій у різних містах і регіонах, прихильників різних політичних ідеологій, у визначенні ієрархії чинників і детермінант динаміки загального та політичного образів Я, емоційного ставлення та поведінки в політичному середовищі.

Література

1. *Барішполец О. Т.* Психологічні джерела та механізми дії партійних ідеологій / О. Т. Барішполец // Наукові студії з політичної психології: зб. статей. – К., 1998. – Вип. 3. – С. 82–96.
2. *Фарукишин М. Х.* Политическая идентичность в контексте политической культуры: учеб. пособие / М. Х. Фарукишин, О. И. Зазнаев. – Казань: Центр инновационных технологий, 2009. – 44 с.

3. Довгопол М. Ю. Психологические факторы ориентации избирателей в политическом пространстве современной Украины / М. Ю. Довгопол // Вісник Харківського університету. – 1999. – № 452. – С. 25–27.
4. Мар'єнко Б. С. Психологічні аспекти політичної ідентифікації / Б. С. Мар'єнко // Наукові студії з політичної психології : зб. статей. – К., 1996. – Вип. 2. – С. 64–69.
5. Васютинський В. О. Масова політична свідомість у ракурсі бачення і передбачення / В. О. Васютинський // Наукові студії з політичної психології : зб. статей. – К., 1998. – Вип. 3. – С. 47–56.

Кобрисенко Д. О. Политическая партия как референтное сообщество: между идентификацией и мобилизацией

В статье рассматривается проблема исследования лиц, для которых политическая партия выступает референтной общностью. Представлены эмпирические результаты исследования психолого-политических особенностей членов различных политических партий. Определены основные различия в проявлениях образа Я, политического образа Я, политической идентичности, интернальности и аттитудов людей, имеющих различные политико-идеологические убеждения и принадлежащих к разным политическим партиям.

Ключевые слова: политическая партия, референтная общность, идентичность, политическая идеология, образ Я.

Kobrysenko D. O. Political party as a referent community: between identification and mobilization

The article deals with the study of people who consider political party as an important community. The empirical results of study of psychological and political features of different political parties' members are presented. It is defined the main differences in image of the Self, political image of the Self, political identity, internal orientation and attitudes of people who have different political and ideological credos and become members of the different political party.

Key words: political party, important community, identity, political ideology, image of the Self.

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИСТОРИЧЕСКОЙ ИНФОРМАЦИИ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

В. В. Мельникова, г. Севастополь

Рассматривается виртуальное пространство как один из наиболее востребованных в современном мире источников информации. Определяются особенности восприятия исторической информации посредством виртуального пространства по сравнению с реальным восприятием. Описываются основные проблемы при работе с информацией в интернете, а также перспективы использования виртуального пространства для передачи исторической информации.

Ключевые слова: виртуальное пространство, виртуальная реальность, киберпространство, историческая информация, интернет, восприятие.

Проблема. Одной из приоритетных задач современного общества является формирование у молодежи гражданской ответственности и правового самосознания, духовности и культуры, самостоятельности и инициативности, способности к успешной социализации в обществе.

Восприятие и усвоение личностью исторической информации обуславливает возможность обращения к духовному опыту старших поколений, соизмерения его с личным опытом, а также создает потенциальные возможности для всестороннего развития личности и приобщения ее к общечеловеческим идеалам, мировым культурным традициям. Таким образом, исторические знания направлены на самоидентификацию человека в окружающем мире и интеграцию в этот мир.

Переход к информационному обществу, непрерывное наращивание технических и информационных ресурсов определяют особый интерес к изучению средств восприятия личностью исторической информации. Наиболее актуальной информация становится в переломные моменты истории, когда происходят качественные преобразования в природе, общественном устройстве, науке и т. п. Все переломные моменты в истории общества связаны с накоплением информации и появлением новых способов и средств информационного обмена [1, с. 11].

Цель статьи: исследование специфики восприятия исторической информации с наиболее актуального современного носителя информации – виртуального пространства.

Передача исторической информации осуществляется по различным официальным и неофициальным каналам. К числу официальных каналов передачи информации можно отнести законы, указы, официальные заявления, периодическую печать, средства массовой информации, кинофильмы, интернет. При этом СМИ, кинофильмы и интернет могут быть отнесены и к неофициальным (обывательским) каналам информации. Так, например, персональные странички в интернете, чаты не могут рассматриваться как официальная информация. К неофициальным каналам передачи информации должны быть также отнесены слухи, фольклор, семейные альбомы, любительские видеоматериалы и т. п. [2, с. 40].

Глобальная компьютеризация жизни породила интерес ученых (психологов, лингвистов, социологов, кибернетиков и др.) к феномену виртуального пространства. По данным многочисленных опросов и исследований, на сегодняшний день наиболее приоритетным источником информации для населения является именно интернет.

Опрос, проведенный на сайте www.poll4all.ru, четко отображает тенденцию конвергенции сознания человека и виртуальной информационной компьютерной среды. Цель опроса состояла в определении того, какому из источников получения информации отдает предпочтение аудитория. Общее количество респондентов на 1 ноября 2002 г. составило 263 человека (граждане России), среди них 72% – мужского пола; основная возрастная группа – 26-30 лет (41%), имеющая высшее образование (55%); все являются жителями различных регионов соседней страны. Результаты опроса показали, что 75% респондентов (201 человек) обратятся за информацией в случае необходимости в интернет, в то время как услугами библиотеки воспользуются только 9% (23 человека), информационной помощи у друзей попросят 11% респондентов (29 человек), 1 % (3 человека) обратятся за информацией в книжный магазин и 4% (7 человек) воспользуются другими источниками [3].

Таким образом, возросшая роль интернета как приоритетного источника информации обусловила актуальность исследования данной проблемы. Возникла необходимость дифференциации особенностей восприятия информации непосредственно через виртуальное пространство.

Изучению механизмов и особенностей восприятия посвящен широкий ряд фундаментальных и прикладных исследований в рамках психологии, социологии, анатомии. Из работ зарубежных авторов отметим труды Э. Титчинера, Л. А. Вегенера, Ж. Пиаже, Дж. Срэттона, А. Эймса и др.; в том числе российских исследователей – работы А. Н. Леонтьева, Р. С. Немова, А. В. Петровского, М. Г. Ярошевского, С. Л. Рубинштейна, А. Р. Лурии и др.; в частности интерес к феномену виртуальной реальности нашел отражение в работах О. Астафьевой, Д. Иванова, Г. Фольца, А. Войскунского, С. Дацок, И. Кондратьева, О. Арестова, Л. Бабанина, Н. Карпицкого, И. Алексеевой и др. Не менее активно исследуется влияние интерактивных технологий на психику человека в работах отечественных, украинских, авторов, например Л. А. Найдёновой, П. Д. Фролова, Т. А. Вольфовской, Н. И. Череповской, А. В. Мироненко. Однако имеющих работ отечественных исследователей, изучающих проблему, недостаточно для выделения существенных особенностей и механизмов восприятия информации посредством виртуального пространства. Отсюда – проблема восприятия исторической информации через один из наиболее востребованных каналов – интернет – остается недостаточно изученной.

В последние годы развитие информационных технологий позволило создать технические и психологические феномены, которые в популярной и научной литературе получили название “виртуальной реальности”, “мнимой реальности”, “виртуального пространства”. Под виртуальной реальностью понимается иммерсивная (внутренне сдержи-

ваемая) и интерактивная имитация реалистичных и вымышленных сред. Иными словами, некий иллюзорный мир, в который погружается и с которым взаимодействует человек.

С термином “виртуальная реальность” связано понятие “киберпространство”. Киберпространство – это большая электронная сеть, в которой как бы свернуты виртуальные реальности. Киберпространство является специфической разновидностью виртуальной реальности. На сегодняшний день глобальным, всемирным киберпространством стала сеть Интернет, давшая обширное поле для развития виртуальных технологий. Киберпространство, или интернет, – смысловой вариант виртуальной реальности, где доминирующее положение занимают логико-языковые апперцептивные структуры информации [4, с. 86].

По мнению И. Ю. Алексеевой, “глобальная сеть Интернет – символ рубежа XX–XXI столетий, одно из наиболее впечатляющих воплощений современной технологической мысли – становится все более мощным фактором влияния на сознание все большего числа людей” [5, с. 24].

Историческая информация выступает как источник культурного развития и основной канал этого развития. Она наследуется в форме социального опыта и способствует возникновению социальной памяти. Место и роль информации в структуре социальной памяти определяется ее регулятивным началом в процессе взаимодействия традиций и инноваций в культурном развитии [2, с. 36]. Под исторической информацией обычно понимается вся “совокупность сведений, которые содержатся в исторических источниках” [6, с. 22].

Если понимать исторический источник как *систему*, то эта система должна выглядеть следующим образом: “информация – создатель источника – носитель информации”. Таким образом, каждый исторический источник объединяет три подсистемы: 1) информация, 2) субъект, фиксирующий информацию (автор исторического источника), 3) носитель информации (средство, с помощью которого информация фиксируется, сохраняется и распространяется) [2, с. 37].

Виртуальная реальность задействует работу органов чувств, а поскольку ее возможности в этой области велики, то это и дало возможность системе называться новой реальностью – искусственной, созданной человеком с помощью компьютерных информационных технологий. Основным инструментом проникновения в виртуальную реальность каждый человек имеет от рождения – это мозг и его сенсорные рецепторы [7]. Взаимодействие в среде виртуальной реальности происходит таким же образом, как и в подлинной реальности – с помощью систем репрезентации (восприятия и передачи информации).

Психологами условно выделены *три системы приема информации* в зависимости от преобладающих анализаторов: 1) визуальная репрезен-

тативная система человека (где задействованы зрительные анализаторы); 2) аудиальная репрезентативная система восприятия информации (задействовано слуховое восприятие информации); 3) кинестетическая система восприятия, основанная на ощущениях, чувствах.

Таким образом, человек использует три канала для восприятия и обработки поступающей извне информации. К этим каналам добавляется *внутренний диалог* (дигитальный канал, или дискретная репрезентативная система), который работает со словами и числами, хотя существует мнение, что “дискретную систему вовсе не стоит рассматривать в качестве репрезентативной системы, так как входящие сигналы уже прошли обработку” [8, с. 24].

Компоненты виртуальной реальности сходны с типами репрезентативных систем человека – это визуальная, аудиальная, тактильная (кинестетическая) информация. Сюда можно отнести ощущение равновесия и ориентацию. Эксперименты по передаче вкусовых и обонятельных признаков реальности уже существуют, но пока еще не закрепили положительных результатов [3]. Таким образом, восприятие информации в подлинной и виртуальной реальности происходит по аналогии друг с другом посредством включения репрезентативных систем человека.

Однако существуют специфические *особенности восприятия* информации в виртуальном пространстве. Основной формой организации информационного пространства в интернете является гипертекст. Гипертекст – термин, введенный Тедом Нельсоном в 1965 году для обозначения “текста ветвящегося или выполняющего действия по запросу”. Обычно гипертекст представляется набором текстов, содержащих узлы перехода между ними, которые позволяют избирать читаемые сведения или последовательность чтения [9].

Работа с гипертекстом задействует одну систему восприятия – визуальную. Нормальному ходу восприятия может помешать, например, слишком едкая цветовая гамма, мелкий шрифт, перегруженность страницы информацией. В данном случае процесс восприятия не идет дальше фиксации отдельных знаков и символов, так как имеются физические пределы для осознанного понимания информационного сообщения.

Большое значение в восприятии имеет *язык визуальных образов*. Он воспринимается быстрее и легче, он более точен по сравнению с вербальным языком. Заголовки и основной текст, как символы, которые надо прочитать и истолковать, более абстрактны и, следовательно, сложнее для обработки, чем картинки, – они воспринимаются как отражение реальности. Однако перегруженные графикой страницы могут повлиять на технические аспекты загрузки сайта. Человек, нацеленный на нахождение определенной информации, будет испытывать раздражение при ожидании загрузки.

К особенностям восприятия информации посредством виртуального пространства можно также отнести: 1) избыток информации – интернет является хранилищем огромного объема неструктурированной, неупорядоченной информации, что затрудняет работу; 2) люди не читают веб-страницы, а просматривают – данный факт подтверждается многочисленными исследованиями. Вместо подробного чтения текста пользователи интернета просматривают его, задерживаясь на словах и выражениях, которые привлекли внимание; 3) пользователи избегают медленно загружающихся сайтов. Как уже было отмечено выше, ожидание загрузки вызывает раздражение; 4) трудности чтения с экрана монитора. Исследования, проведенные британскими учеными, показали, что читать с листа бумаги действительно легче и быстрее, чем с экрана монитора [10].

Целесообразным будет обратить внимание на проблему достоверности размещенной в интернете информации. Эта проблема возникает потому, что размещаемая в сети информация не подвергается редактированию или контролю (в отношении достоверности). Таким образом, становится очевидным, что доля недостоверной информации в интернете гораздо выше, чем в книге, прошедшей издательское и научное редактирование.

И. И. Дьяконенкова в своей статье “Проблемы обучения и самообразования в эпоху Интернета” отмечает, что пользователь, ведущий поиск в сети, должен быть заранее готовым к возможности получения недостоверной информации и относиться к ней критически, перепроверять ее несколькими способами. Автор статьи предлагает повысить уровень достоверности научной информации с помощью организации специальных сайтов (диспетчерских сайтов), которые помогут пользователю сориентироваться во множестве сайтов, относящихся к данному предмету [11].

С психологической точки зрения, человеческая активность в интернете подчинена удовлетворению *трех основных видов потребностей*: 1) коммуникативной (электронная почта, конференции, рассылки, форумы и т. п.); 2) познавательной (навигация по сети, поиск конкретной информации или знакомство с текущими новостями и т. п.); 3) игровой (сражение в традиционные спортивные игры типа футбола, хоккея и т. д., либо в азартные игры типа карточных, либо в игры, не имеющие традиционного аналога).

Специалистами отмечаются серьезные изменения в познавательной и коммуникативной сферах личности человека, чья деятельность связана с использованием компьютеров. Психологи всерьез обеспокоены появлением так называемой интернет-аддикции, то есть “маниакального” стремления часами бродить по киберпространству [4, с. 88].

Чаще всего интернет-аддикция понимается как 1) зависимость от компьютера, то есть обсессивное пристрастие к работе с компьютером

(играм, програмуванню или другим видам деятельности); 2) “информационная перегрузка”, то есть компульсивная навигация по WWW, поиск в удаленных базах данных; 3) компульсивное применение интернета, то есть патологическая привязанность к опосредованным интернетом азартным играм, онлайн-аукционам или электронным покупкам; 4) зависимость от “киберотношений”, то есть от социального применения интернета: от общения в чатах, групповых играх и телеконференциях, что может в итоге привести к замене имеющихся в реальной жизни семьи и друзей виртуальными; 5) зависимость от “киберсекса”, то есть от порнографических сайтов в интернете [12, с. 252].

В своих интервью в прошлом руководитель Центра виртуалистики Института человека Российской академии наук доктор психологических наук Н. А. Носов не раз подчеркивал, что есть немало людей, которые и сейчас не могут различить у себя в психике, где у них виртуальное, а где – реальное. В этом смысле не виртуальная среда опасна психическими сдвигами, а обычное незнание того, что в каждом из нас есть объективные психические миры (виртуальные реальности), – утверждал Носов. Такими внутренними искусственными реальностями, к примеру, считаются реальности, когда человек пребывает в состоянии инсайта, вдохновения, то есть творчество – это и есть временный переход в мир виртуальной реальности [3].

По форме представления, способам ее кодирования и хранения любая информация классифицируется на текстовую, числовую, графическую, звуковую и видеoinформацию [13, с. 32]. Как уже было указано выше, текстовая форма является основной формой представления информации в киберпространстве. Для восприятия текста человеком используется визуальная репрезентативная система, то есть восприятие происходит посредством зрения. 7 июня 2010 г. на лекции, прочитанной перед профессорско-преподавательским составом Российского государственного гуманитарного университета (РГУ) арт-директором Интернет-лаборатории КСАН, отмечалось, что “глаз движется по любому изображению, по любому объекту. Именно в движении глаз все воспринимает. Европейцы всегда начинают рассматривать любую картинку с левого верхнего угла. Там обычно размещается самая первая, важная, ключевая информация. Дальше начинается сканирование. Соответственно, сверху – направо и сверху – вниз. (Как мы привыкли читать). Но он не просто идет – равномерно, расплывчато – он сканирует. Первым делом глаз привлекают движущиеся объекты, как известно. Дальше – крупные, яркие объекты” [там же]. Восприятие исторической информации в интернете подчиняется тем же законам, что и восприятие любой другой информации.

Итак, историческая информация, как и любой другой вид информации в интернет-пространстве, воспринимается путем перцептивных действий. Исторические представления обеспечивают полноценное знание истории, на их основе начинается становление и развитие когнитивного компонента исторического сознания [14, с. 24]. Однако всегда существует риск получения недостоверной, непроверенной, неточной информации из-за общедоступности интернет-ресурсов, так как в формировании информационного пространства может принимать участие любой пользователь интернета, что увеличивает риск распространения недостоверной информации. В статье “Інформаційний простір та інтерактивні технології” П. Д. Фролов отмечает: “Ті, кого традиційно прийнято вважати споживачами інформації, по суті самі залучаються до творення інформаційного простору, оскільки завдяки існуючим технічним можливостям самі долучаються як до творення інформації, так і до її поширення. Прикладами такого творення є поява сайтів, на яких окремі особи, групи осіб, установи та організації розміщують інтернет-бібліотеки, створюють файлообмінники, ведуть консультації, діляться враженнями щодо певних питань, проводять інтернет-дискусії, конференції тощо” [15, с. 95]. Все это дает основания говорить о медиатизации всех сфер жизни современного человека. Процесс медиатизации не может не затрагивать и информационное пространство и таким образом не отражаться на его особенностях.

Однако в использовании интернета для усвоения информации есть и своя опасность в виде интернет-зависимости. Для обеспечения наиболее эффективной работы в киберпространстве и сохранения психологического здоровья пользователей необходимо определенным образом организовывать процессы восприятия.

Профессор Берлинского университета им. Гумбольдта Франц Лёзер в своей книге “Тренировка памяти” выделил основные принципы организации восприятия информации для наиболее продуктивного ее усвоения. Лёзер назвал их *принципами рационального восприятия информации*:

1. Ясно и четко формулировать познавательные цели, выбирать существенную информацию. Нужно приучить себя к тому, чтобы начинать деятельность с формулировки ее цели. Нужно ответить на вопрос: “Чего я хочу достичь путем восприятия этой информации?”. Нужно определить затем, какая информация может сыграть решающую роль при достижении цели. Сконцентрируйте внимание на восприятие этой информации.

2. Всесторонне и интенсивно использовать анализаторы. Во всех случаях, когда это целесообразно, нужно стараться использовать для восприятия информации в первую очередь свой доминирующий анализатор (зрение или слух). Но чем шире используются анализаторы, тем интен-

сивнее протекает процесс восприятия. Поэтому при работе с текстом следует стараться не только понять его смысл, но также представить его в образной форме. Можно также, если это помогает, записывать самые важные мысли; можно проговорить текст вслух, стараясь придать ему эмоциональную окраску и определенный ритм; проверить, не оказывает ли благоприятное воздействие на восприятие ходьба. Возможно использовать анализатор запаха, вкуса и осязания.

3. Создать интерес. Попытаться сделать информацию, которую следует запомнить, максимально интересной. Для этого особенно важно осознать ее значение для работы. Использовать все знания, которыми располагаете, чтобы сделать процесс восприятия более интенсивным. Для этого полезно поразмыслить о том, что уже знаете из воспринимаемой информации, какое отношение она имеет к знаниям и как это может помочь улучшению запоминания [16, с. 50].

Использование данных принципов при восприятии исторической информации через виртуальное пространство, по нашему мнению, может оптимизировать процесс поиска, сортировки, осмысления, усвоения информации, а также избежать такого затруднения в работе с интернетом, как избыток информации.

Выводы. Таким образом, восприятие информации в киберпространстве подчиняется тем же принципам, что и реальное восприятие, но имеет свои дифференциальные особенности. Основной единицей информации в виртуальном пространстве является гипертекст, который для наиболее успешного усвоения информации должен быть читабельным. Эффективное восприятие электронных гипертекстов зависит от языкового оформления и дизайна интернет-страницы.

Виртуальное пространство не несет социальной ответственности за достоверность размещаемой в нем информации, не способствует сохранению самобытной национальной культуры, не осуществляет в полной мере поддержку формирования гражданской ответственности и правового самосознания молодежи. Существующее положение может быть изменено при наличии социального и государственного заказа интернету.

Таким образом, перспективным представляется дальнейшее изучение оптимальных условий восприятия исторической информации посредством наиболее значимых источников информации, в частности виртуального пространства.

Литература

1. Уханов В. А. Информационная деятельность человека: социально-философский анализ : автореф. дис. на соискание учен. степени д-ра филос. наук / В. А. Уханов. – Екатеринбург, 1997. – 292 с.

2. *Можаяева Г. В.* Роль исторической информации в современном источниковедении / Г. В. Можаяева // Открытое и дистанционное образование. – 2003. – № 1. – С. 35–46.
3. *Коловоротный С. В.* Виртуальная реальность: манипулирование временем и пространством [Электронный ресурс] / С. В. Коловоротный // Журнал практической психологии и психоанализа. – 2003. – № 1. – Режим доступа: <http://psyjournal.ru>
4. *Беляев С. А.* Экологическая психология : учеб.-метод. комплекс / С. А. Беляев ; под общ. ред. И. Т. Кавецкого. – Минск : Изд-во МИУ, 2009. – 204 с.
5. *Алексеева И. Ю.* Интернет и проблема субъекта / И. Ю. Алексеева // Влияние Интернета на сознание и структуру знания / отв. редактор В. М. Розин. – М., 2004. – С. 24–57.
6. *Ковальченко И. Д.* Методы исторического исследования / И. Д. Ковальченко. – М., 1987. – 440 с.
7. *Hammet F.* Virtual reality / F. Hammet. – New York, 1993.
8. *Егоров А. И.* Методология применения современных технических средств обучения : учеб.-метод. пособие / И. Н. Фролов, А. И. Егоров. – М. : Академия Естествознания, 2008. – 45 с.
9. Гипертекст как объект лингвистического исследования [Электронный ресурс] // Материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием (15 марта 2010). – Режим доступа : <http://www.стройков.рф>
10. *Мержевич В.* Особенности восприятия сайтов [Электронный ресурс] / В. Мержевич. – Режим доступа : <http://htmlbook.ru/blog/osobennosti-voispriyatiya-saitov>
11. *Дьяконовка И. И.* Проблемы обучения и самообучения [Электронный ресурс] / И. И. Дьяконова // Материалы конкурса обзорно-аналитических работ среди студентов и молодых ученых “Интернет в мире и мир в Интернете”. – Режим доступа : <http://www.fid.su/projects/internetworld>
12. *Войскунский А. Е.* Психологические исследования феномена интернет-аддикции / А. Е. Войскунский // Материалы 2-й Российской конф. по экол. Психологии, Москва, 12-14 апреля 2000 г. : тезисы. – М. : Экопсицентр РОСС, 2000. – С. 251–253.
13. *Захаров В. П.* Информационные системы (документальный поиск) : учеб. пособие / В. П. Захаров. – СПб. : СПб. гос. ун-т, 2002. – 188 с.
14. *Постников П. Г.* Дидактика истории (на пути к профессиональному мастерству) [Электронный ресурс] / П. Г. Постников. – Режим доступа : <http://www.oim.ru/reader.asp>
15. *Фролов П. Д.* Інформаційний простір та інтерактивні технології / П. Д. Фролов // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия “Филология. Социальная коммуникация”. Т. 21 (60). – 2008. – № 1. – С. 90–95.
16. *Лёзер Ф.* Тренировка памяти / Ф. Лёзер ; перевод с нем. К. М. Шоломия под ред. Н. К. Корсаковой. – М. : ЭЙДОС, 1995. – 169 с.

Мельникова В. В. Особливості сприйняття історичної інформації у віртуальному просторі

Розглядається віртуальне середовище як одне з найбільш запотребованих у сучасному світі джерел інформації. Визначаються особливості сприйняття історичної інформації у віртуальному середовищі порівняно з реальним сприйняттям. Описуються основні проблеми під час роботи з інформацією в інтернеті, а також перспективи використання віртуального середовища для передачі історичної інформації.

Ключові слова: віртуальне середовище, віртуальна реальність, кіберпростір, історична інформація, інтернет, сприйняття.

Mel'nykova V.V. Peculiarities of perception of historical information in virtual space

It is considered virtual space as one of the most popular sources of information in the modern world. It is defined the features of perception of historical information in virtual space, in comparison with the real perception. It is described the main problems of working with information in the Internet, as well as the prospects of virtual space using for transmission of historical information.

Key words: virtual space, virtual reality, cyberspace, historical information, the Internet, perception.

ІНТЕРНЕТ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ОБРАЗУ ПРЕЗИДЕНТА

С. В. Походенко, м. Запоріжжя

Розглядається роль інтернету в сучасному суспільстві як важливого чинника формування політичної свідомості населення та його політичної поведінки. Простежується, яким чином активність користування інтернет-мережею впливає на формування образу політичного суб'єкта, зокрема сприйняття Президента України В. Януковича та Президента Російської Федерації В. Путіна. Виявлені якісні та кількісні відмінності оцінюються як свідчення часто негативного впливу інтернету на формування образів президентів України та Росії.

Ключові слова: образ політичного суб'єкта, імідж політика, політична свідомість, користувачі інтернету, інтернет-комунікація.

Проблема. У 2011 р. нами було опубліковано результати дослідження образу політичного суб'єкта в сприйнятті користувачів інтернету [1]. Загальна тенденція недовіри і негативного ставлення до політичних суб'єктів і владних інституцій в активних користувачів інтернету являє собою, на нашу думку, досить цікавий та вартий подальшої наукової розробки феномен.

Мета статті: визначення особливостей сприйняття політичного суб'єкта користувачами глобальної мережі залежно від глибини та часу їхньої взаємодії з мережею.

На другому етапі дослідження, що проводилося у 2012 р. спільно з В. Ю. Михайліком, для більш ґрунтовної перевірки гіпотези про суттєвий вплив інтернету на формування образу політичного суб'єкта та уточнення характеру такого впливу ми намагалися максимально об'єктивізувати процес дослідження та обробки результатів. Дані, одержані за допомогою контент-аналізу висловлювань респондентів, було вирішено перевірити методом структурованого опитування. Коло політичних суб'єктів було звужено до двох (максимально відомих, однакових за політичним статусом) осіб. Такими суб'єктами стали Президент України В. Янукович і Президент Росії В. Путін. Відтак виникло питання щодо визначення та систематизації параметрів, які мають становити структуру образу політичного суб'єкта (далі – політичного іміджу) в користувачів мережі.

Зауважимо, що природа іміджу двоїста. З одного боку, імідж має соціальну природу, тому що виникає тільки в процесі спілкування між людьми, а з другого боку, він має психологічну природу, тому що залежить від індивідуальних особливостей психіки і психологічних властивостей того, хто сприймає, і, таким чином, будується відповідно до його усвідомлених або неусвідомлених уявлень. Досі залишається відкритим і питання про питому вагу об'єктивних (пов'язаних із психологічними особливостями політичного суб'єкта) і суб'єктивних (зумовлених психологічними особливостями виборців) компонентів політичного іміджу: скільки в політичному іміджі від політика, а скільки – від його виборця?

У структурі політичного іміджу традиційно виділяють три компоненти: особистісний, поведінковий та ставленнєвий [2].

Багато дослідників феномена іміджу політиків підкреслюють першорядну важливість саме особистих рис політичного суб'єкта над усіма іншими. На цьому заснована дія “ефекту персоніфікації політичних суб'єктів” – для виборців у кінцевому підсумку важливіша особистість політичного лідера, а не ідеї, які той пропагує. В **особистісному компоненті іміджу** політичного суб'єкта (особистісні риси й особливості політика) на підставі вивченої джерельної бази пропонуємо розглядати такі його характеристики:

1. *Зовнішність політичного лідера.* Зовнішні дані є однією з найважливіших характеристик, на підставі яких люди мають можливість судити одне про одного. Це риси обличчя і його фотогенічність, зачіска, зріст, постава, прояви фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді. В умовах опосередкованого ЗМК політичного позиціонування, коли в людей немає можливості прямо контактувати, спілкуватися з політиком, виборці судять про

нього в першу чергу саме за його зовнішністю на підставі стереотипного, традиційного уявлення: що красиво – те й добре. Саме тому в умовах численності кандидатів на виборний пост за відсутності явних відмінностей їхніх програм середньостатистичний виборець буде, швидше за все, “зустрічати по одежинці”, тобто голосувати за принципом: подобається – не подобається.

2. *Комунікативні якості й уміння.* Професійна діяльність політика – це передусім спілкування з людьми. Тому комунікативні якості, уміння й навички, особливості спілкування політика з виборцями, його вміння налагоджувати контакти і доброзичливі відносини з партнерами по спілкуванню життєво важливі для професійної політичної діяльності політика будь-якого рангу. На думку американського політолога М. Еделмана, усе політичне життя є конструкція, що діє за допомогою мови. О. В. Сгорова-Гантман наголошує, що образ діяльного лідера конструюється в очах громадянства не тільки й не стільки реальними діями й ініціативами, але швидше за допомогою слів і мови [3].

3. *Інтелектуальні якості.* Ця характеристика стоїть на перших місцях майже у всіх соціологічних та соціально-психологічних дослідженнях, предметом яких є найбільш важливі, значущі для політика якості. Політичний суб’єкт, що претендує на якийсь пост або посаду в результаті виборів, має бути розумним та ґрудованим, повинен показати себе в очах виборців людиною, що має глибокі, міцні знання, розбирається у всіх тонкощах своєї сфери, володіє інтуїцією.

4. *Вольові якості.* Г. Лебон вважав, що люди мають чисто інстинктивну потребу коритися сильній волі свого лідера: “Його воля є тим ядром, навколо якого кристалізуються і еднаються думки... Юрба завжди готова слухати людину, обдаровану сильною волею, що здатна справляти на неї значний вплив. Люди в юрбі втрачають свою волю й інстинктивно звертаються до того, хто її зберіг” [4, с. 241].

5. *Моральні якості.* Існують загально визнані ознаки, за якими особистість політика визнається як високоморальна. Серед них у першу чергу такі: патріотизм, любов до батьківщини, чесність, порядність, альтруїзм, особиста скромність, релігійність [5; 6]. Увесь цей комплекс якостей ми й будемо мати на увазі, коли говоритимемо про моральні якості політичного лідера.

6. *Харизма.* Ця характеристика є однією з найбільш значущих для виборців у сприйнятті образу політичного суб’єкта. Нагадаємо, що в соціології і політичній науці термін “харизма” набув значного поширення завдяки М. Веберу, який використав його у своїй типології авторитету. Дослідник вважав, що покора владі може бути заснована на звичці, емоційному зв’язку послідовника з лідером, матеріальних інтересах або ідеологічних міркуваннях. Однак ні окремо, ні взяті разом вони не

забезпечують самі по собі стабільності влади. Для цього необхідний інтегративний принцип, яким, на думку М. Вебера, є “віра в законність” чинної влади. Саме завдяки цій вірі просте панування перетворюється в авторитет.

Харизматичний авторитет не зв’язаний нормами або правилами. Це пояснюється особливим характером віри в особливі якості харизматичної влади. Приклади харизми: незвичайна військова відвага, дар пророцтва, магичні здібності і т. ін. Вирішальне значення для виникнення харизматичного ставлення має не стільки саме володіння харизмою, скільки визнання її з боку послідовників. Для цього необхідно, щоб харизма була підтверджена якимось знаменням, дивом. У кінцевому підсумку найважливішим доказом справжності харизми є успіх харизматичного руху.

Умовний характер харизматичних відносин, як правило, не усвідомлюється їхніми учасниками: лідер вірить у своє покликання, послідовники вірять у лідера; тож підтримка лідера розглядається як священний обов’язок послідовників, а всякий сумнів у його харизмі – як святотатство. За Вебером, такий лідер здатний запропонувати нові відповіді на хвилюючі суспільство питання й виступити з ініціативами, які виходять за рамки того, що є прийнятним у цьому суспільстві, і за звичайних умов були б ефективно заблоковані. У його трактуванні харизматичне лідерство: 1) має особистий характер; 2) будується на емоційній основі; 3) відіграє новаторську або революційну роль; 4) недовговічне і з часом нівелюється [7]. Цей комплекс характеристик ми й будемо мати на увазі, оперуючи поняттям “харизма”.

7. Успішність попередньої діяльності. У контексті створення ефективного іміджу політика потрібно відзначити особливо, що успішність людини в попередній діяльності найчастіше розглядається людьми як успішність узагалі, у будь-якій сфері діяльності. Тому слід обов’язково наголошувати на тому, що де б він раніше не працював, які б посади не займав, він скрізь виходив переможцем, у нього завжди все виходило. З недавньої історії радянського періоду ми добре пам’ятаємо, що саме так і складалися біографії всіх державних діячів країни.

8. Потенціал для дальшого “зростання”. Мається на увазі таке враження про політичного лідера, що в цього політика є необхідні резерви для того, щоб зайняти більш високий пост. Дана характеристика, на наш погляд, сприймається тільки на інтуїтивному рівні. Зазвичай цей параметр дуже важливий, тому що наявність потенціалу розвитку виборці пов’язують із здатністю політика виконувати передвиборні зобов’язання та сприяти розвиткові держави в цілому.

Вивчення іміджу політичного суб’єкта як сприйманої реальності для виборців вимагає також аналізу його рольової поведінки, співвідношення поведінки з авторитетом особистості. І це не випадково – основним

поняттям, що дає можливість науково описати діяльність особистості, її місце в системі суспільних відносин, є соціальна роль, що розуміється як соціальна функція особистості, як відповідний щодо прийнятих норм способів поведінки людини залежно від її статусу або позиції в суспільстві.

Отже, *соціальна роль (поведінковий компонент іміджу)* у контексті нашого дослідження – це стійкий стереотип, спосіб поведінки, що пропонується політичному суб'єктові суспільством у певних ситуаціях на основі ряду зв'язків і відносин, конкретизованих у формі соціально обумовлених детермінант – рольових вимог і очікувань з боку виборців. На основі аналізу літератури було виділено як значущі для сприйняття виборцями такі параметри поведінки політичного суб'єкта:

1. *Лідерська поведінка взагалі.* Людям дуже важливо знати, що людина, яку вони обирають на якусь керівну посаду, справді є лідером за вдачею; що вона вміє керувати людьми, переконувати, впливати і, якщо буде потрібно, то й змушувати; що їй будуть беззастережно підкорятися.

2. *Поведінка лідера в екстремальних умовах.* Перехідні періоди в житті суспільства завжди складні, часом екстремальні ситуації, у яких необхідно швидко приймати відповідальні рішення. Тому виборець має бути впевнений, що політик у складний для суспільства момент не розгубиться, буде діяти рішуче, вміло й ефективно. Що складніші в суспільстві обставини, то більші вимоги пред'являє виборець до політичного суб'єкта за цим параметром.

3. *Поведінка лідера в повсякденності, "рутині".* Ця складова важлива для електорату не менше, ніж попередня. Адже відомо, що найбільш складна робота політичного суб'єкта – це щоденна, копітка, день у день, діяльність, спрямована на творення, поліпшення умов життя людей.

Наступною складовою іміджу політичного суб'єкта є *ставленнєвий його компонент*, що характеризує уявлення людей про ставлення політичного суб'єкта до різних об'єктів життєдіяльності. Виділити цей компонент іміджу політичного лідера можна на основі аналізу механізмів та особливостей сприйняття людини людиною. Його можна звести до знайомих усім закономірностей. Відомо, що в процесі соціальної перцепції велика увага приділяється внутрішньому змісту (намірам, ставленням тощо), спостерігач же через свою схожість із спостережуваним може робити висновки за аналогією. Провідним механізмом при цьому стають ідентифікації як глибинна основа процесів співчуття й співучасті, співпереживання й симпатії, згоди й погодженості в спільних діях [8].

Отже, ставленнєвий компонент іміджу політичного суб'єкта складають такі характеристики:

1. *Ставлення лідера до країни, народу, суспільства.* Цей критерій історично є дуже важливим для нашої країни, де люди через різні істори-

чні обставини часто ставили особисті інтереси вище за суспільні. І для виборця дуже важливо, щоб політик насправді вболівав за державу.

2. *Ставлення політика до своєї родини і близьких.* Люди часто прокують ставлення політика до близького оточення на ставлення до всього народу.

3. *Ставлення до самого себе.* На нашу думку, це дуже складний і суперечливий критерій. Людям дуже важливо знати, як політик ставиться до самого себе, “чи горить на роботі”, чи, навпаки, приділяє значну увагу своєму здоров’ю. З одного боку, люди поважають лідерів, що знають собі ціну, а з другого – сподіваються, що лідер буде скромним.

На основі наведених вище міркувань було розроблено опитувальник: за 5-бальною шкалою респонденти мали оцінити 19 параметрів двох образів – Президента України і Президента Росії (табл. 1). Рівень активності користувачів інтернету визначали такі параметри: час користування мережею (методика тестування інтернет-користувачів “Сприйняття інтернету” О. О. Щепіліна), глибина взаємодії користувачів з мережею (“Тест на інтернет-залежність” К. Янг). Для зручності опитування анкету було відтворено у HTML-версії.

У дослідженні взяли участь користувачі інтернету, усього 205 осіб віком від 18 до 46 років. За результатами опитування було визначено 112 активних та 93 пасивних інтернет-користувачів мережі.

Представлені в табл. 1 результати свідчать про те, що в цілому російського Президента респонденти сприймають більш позитивно порівняно з українським. На думку випробуваних, у В. Януковича більш приваблива зовнішність, зате В. Путін має вищі показники за рештою параметрів особистісного та поведінкового компонентів. У ставленнєвому компоненті спостерігається незначна відмінність у ставленні до країни, народу, суспільства (показники ставлення В. Януковича нижчі від середніх), однак у цілому ставлення обох президентів до світу сприймається респондентами приблизно однаково. Активність користування інтернет-мережею впливає (на жаль, негативно) на кількісні показники іміджу президентів. Отже, отримані нами в 2011 р. результати щодо негативного впливу інтернету на образ політичного суб’єкта дістали підтвердження.

Для обробки результатів ми скористалися також факторним аналізом. Це дало можливість виявити об’єктивно існуючі фактори, які впливають на сприйняття інтернет-користувачами політичного суб’єкта. Ці фактори недоступні для безпосереднього спостереження, але від них істотно залежать кількісні показники визначених параметрів політичного іміджу.

Таблиця 1

Соціальне сприйняття президентів Росії та України залежно від активності користування мережею інтернет (середні показники балів)

Компоненти політичного іміджу		В. Янукович			В. Путін		
		Групи виборців			Групи виборців		
		усі	активні	неактивні	усі	активні	неактивні
Особистісний	риси обличчя	2,7	2,6	3,1	2,9	2,8	3,1
	фотогенічність	2,9	3,0	3,2	3,0	2,9	3,2
	зачіска	3,4	3,5	3,8	2,2	2,2	2,3
	зріст	3,7	3,8	4,1	2,5	2,4	2,6
	постава	3,2	3,1	3,7	3,5	3,4	3,7
	прояви фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді	3,1	3,1	3,4	3,5	3,5	3,6
	комунікативні якості та вміння	2,0	2,0	2,1	4,1	4,1	4,1
	інтелектуальні якості	2,0	2,0	2,1	4,2	4,2	4,2
	вольові якості	2,5	2,7	2,7	3,8	3,7	4,0
	моральні якості	1,8	1,8	2,1	2,7	2,7	2,8
	харизма	2,6	2,4	3,1	3,8	3,7	3,9
	успіх попередньої діяльності	2,5	2,4	2,8	3,5	3,3	3,8
	потенціал для дальшого зростання	2,0	2,0	2,2	2,9	2,9	3,0
Поведінковий	лідерська поведінка	2,8	2,6	3,2	4,2	4,0	4,4
	поведінка в екстремальних умовах	2,0	2,1	2,2	3,8	3,6	4,1
Ставленсвий	щоденна (рутинна) поведінка	2,5	2,5	2,7	3,3	3,2	3,5
	ставлення до країни, народу, суспільства	1,7	1,6	2,0	2,6	2,4	2,9
	ставлення до родини та близьких	3,6	3,5	3,9	3,6	3,7	3,6
	ставлення до самого себе	4,3	4,1	4,8	4,4	4,4	4,5

Факторний аналіз результатів опитування респондентів щодо сприйняття ними образів українського та російського президентів дав змогу не тільки з'ясувати внутрішні чинники сприйняття потенційними виборцями політиків, уточнити особливості впливу інтернету на виборців з урахуванням дії малоусвідомлюваних ними чинників, а й визначити відмінності в образах двох президентів, що можуть бути зумовлені особистими якостями В. Януковича і В. Путіна та характером їх позиювання в ЗМК (табл. 2; 3).

Таблиця 2

Фактори ставлення до В. Януковича (за вибіркою в цілому)

Результати факторного аналізу (71,8% загальної дисперсії)			
1-й фактор – 36,3% загальної дисперсії – просоціальна спрямованість		2-й фактор – 11,7% загальної дисперсії – лідерський потенціал	
<i>Ставлення до країни, народу, суспільства</i>	0,867	<i>Харизма</i>	0,767
<i>Комунікативні якості й уміння</i>	0,818	<i>Ставлення до родини й близьких</i>	0,732
<i>Інтелектуальні якості</i>	0,753	<i>Лідерська поведінка</i>	0,707
<i>Щоденна (рутинна) поведінка</i>	0,744	<i>Риси обличчя</i>	0,690
<i>Поведінка в екстремальних ситуаціях</i>	0,688	Прояв фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді	0,423
<i>Моральні якості</i>	0,676	Інтелектуальні якості	0,394
<i>Успіх попередньої діяльності</i>	0,648	Щоденна (рутинна) поведінка	0,313
Потенціал для подальшого зростання	0,578	Фотогенічність	0,305
Лідерська поведінка	0,429	Вольові якості	0,289
Фотогенічність	0,417	Моральні якості	0,273
Харизма	0,360	Ставлення до країни, народу, суспільства	0,252
Вольові якості	0,336	Ставлення до самого себе	0,223
Зачіска	0,302	Комунікативні якості й уміння	0,200
Риси обличчя	0,231	Успіх попередньої діяльності	0,153
Ставлення до родини й близьких	0,219	Постава	0,119
Постава	0,114	<i>Активність користування мережею Інтернет</i>	-0,215
Прояв фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді	0,102	–	–
3-й фактор – 7,0% загальної дисперсії – зовнішня привабливість		4-й фактор – 6,6% загальної дисперсії – вікові особливості виборців	
<i>Зріст</i>	0,766	<i>Вік респондента</i>	0,882
<i>Постава</i>	0,695	Фотогенічність	0,360

Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави

Продовження табл. 2

<i>Прояви фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді</i>	0,690	Моральні якості	0,318
Зачіска	0,569	Постава	0,221
Риси обличчя	0,468	Риси обличчя	0,198
Фотогенічність	0,467	Потенціал для подальшого зростання	0,172
Ставлення до самого себе	0,415	Харизма	0,147
Успіх попередньої діяльності	0,317	Поведінка в екстремальних ситуаціях	0,124
Поведінка в екстремальних ситуаціях	0,245	Прояв фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді	0,111
Потенціал для подальшого зростання	0,221	Лідерська поведінка	0,100
Комунікативні якості й уміння	0,209	Ставлення до родини й близьких	-0,107
Ставлення до родини й близьких	0,187	Комунікативні якості й уміння	-0,181
Вольові якості	0,169	Інтелектуальні якості	-0,198
Харизма	0,103	Зріст	-0,237
		<i>Активність користування мережею Інтернет</i>	-0,357
5-й фактор – 5,1% загальної дисперсії – самостійність (автономія)		6-й фактор – 5,0% загальної дисперсії – подолання перешкод (працездатність)	
<i>Ставлення до самого себе</i>	0,742	<i>Вольові якості</i>	0,666
Відношення до родини й близьких	0,277	Поведінка в екстремальних ситуаціях	0,417
Зріст	0,256	<i>Активність користування мережею Інтернет</i>	0,317
Успіх попередньої діяльності	0,246	Ставлення до родини й близьких	0,269
Поведінка в екстремальних ситуаціях	0,208	Постава	0,206
Постава	0,149	Щоденна (рутинна) поведінка	0,170
Лідерська поведінка	0,141	Моральні якості	0,155
Харизма	0,138	Прояви фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді	0,141
Ставлення до країни, народу, суспільства	0,121	Лідерська поведінка	0,106
Зачіска	0,111	Ставлення до самого себе	0,102
Риси обличчя	-0,110	Риси обличчя	-0,214
Комунікативні якості й уміння	-0,117	<i>Зачіска</i>	-0,532
Інтелектуальні якості	-0,180	–	–
Фотогенічність	-0,183	–	–
Потенціал для подальшого зростання	-0,379	–	–
<i>Активність користування мережею Інтернет</i>	-0,519	–	–

Таблиця 3

Фактори ставлення до В. Путіна (за вибіркою в цілому)

Результати факторного аналізу (69% загальної дисперсії)			
1-й фактор – 30,9% загальної дисперсії – лідерський потенціал		2-й фактор – 11,7% загальної дисперсії – просоціальна спрямованість	
<i>Лідерська поведінка</i>	0,775	<i>Моральні якості</i>	0,819
<i>Вольові якості</i>	0,715	<i>Ставлення до країни, народу, суспільства</i>	0,733
<i>Комунікативні якості й уміння</i>	0,676	<i>Потенціал для подальшого зростання</i>	0,729
<i>Харизма</i>	0,655	<i>Інтелектуальні якості</i>	0,562
<i>Постава</i>	0,654	<i>Ставлення до родини й близьких</i>	0,437
<i>Інтелектуальні якості</i>	0,624	<i>Успіх попередньої діяльності</i>	0,427
<i>Успіх попередньої діяльності</i>	0,583	Вольові якості	0,383
Прояви фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді	0,437	Поведінка в екстремальних ситуаціях	0,356
Поведінка в екстремальних ситуаціях	0,419	Зачіска	0,328
Фотогенічність	0,313	Зріст	0,318
Ставлення до самого себе	0,308	Ставлення до самого себе	0,207
Щоденна (рутинна) поведінка	0,262	<i>Вік респондента</i>	0,175
Ставлення до родини й близьких	0,189	Лідерська поведінка	0,127
Моральні якості	0,139	Щоденна (рутинна) поведінка	0,115
Потенціал для подальшого зростання	0,125	<i>Постава</i>	-0,211
3-й фактор – 9,3% загальної дисперсії – зовнішня привабливість		4-й фактор – 6,6 загальної дисперсії – працездатність	
<i>Риси обличчя</i>	0,900	<i>Щоденна (рутинна) поведінка</i>	0,789
<i>Фотогенічність</i>	0,779	<i>Поведінка в екстремальних ситуаціях</i>	0,451
<i>Зачіска</i>	0,695	<i>Вік респондента</i>	0,431
<i>Зріст</i>	0,568	<i>Харизма</i>	0,428
<i>Прояв фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді</i>	0,472	<i>Прояв фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді</i>	0,291
<i>Постава</i>	0,268	Ставлення до родини й близьких	0,267
Поведінка в екстремальних ситуаціях	0,203	Успіх попередньої діяльності	0,245
Харизма	0,191	Інтелектуальні якості	0,144

Ставлення до родини й близьких	0,183	Моральні якості	0,131
Лідерська поведінка	0,175	Риси обличчя	0,116
Інтелектуальні якості	0,137	Ставлення до країни, народу, суспільства	0,114
Потенціал для подальшого зростання	0,102	Лідерська поведінка	0,112
<i>Активність користування мережею Інтернет</i>	-0,125	<i>Зачіска</i>	-0,300
<i>Вік респондента</i>	-,127	<i>Постава</i>	-0,328
<i>Успіх попередньої діяльності</i>	-,200	<i>Зріст</i>	-0,343
5-й фактор – 5,1% загальної дисперсії – самостійність (автономія)		6-й фактор – 5,0% загальної дисперсії – вікові особливості виборців	
<i>Ставлення до самого себе</i>	0,768	<i>Вік респондента</i>	0,466
<i>Ставлення до родини й близьких</i>	0,580	Ставлення до країни, народу, суспільства	0,215
<i>Зріст</i>	0,415	Успіх попередньої діяльності	0,205
<i>Ставлення до країни, народу, суспільства</i>	0,404	Зріст	0,196
Прояв фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді	0,233	Поведінка в екстремальних ситуаціях	0,189
Комунікативні якості й уміння Успіх попередньої діяльності	0,201	Постава	0,130
	0,191	Прояви фізичного здоров'я в зовнішньому вигляді	-0,155
Щоденна (рутинна) поведінка	0,183	Ставлення до родини й близьких	-,205
Інтелектуальні якості	0,152	<i>Активність користування мережею Інтернет</i>	-0,887
Потенціал для подальшого зростання	0,128	–	–
Лідерська поведінка	0,111	–	–
<i>Вік респондента</i>	-0,229	–	–
<i>Зачіска</i>	-0,294	–	–

Цікаво, що в процесі аналізу образів українського та російського президентів виразно означилися по 6 однакових за змістом факторів, що пояснюють в обох випадках близько 70% дисперсії: 5 факторів зумовлені певними особливостями політичного суб'єкта, а 6-й фактор – це вік респондента, що обернено пропорційно пов'язаний з активністю користування інтернетом. Оскільки за зовнішніми та особистісними ознаками обидва президенти помітно відрізняються, можна зробити висновок, що образ

політичного суб'єкта (а саме Президента держави) приблизно на 70% визначається особливостями тих, хто сприймає.

Зупинімося більш детально на змісті згаданих факторів.

Головну роль у формуванні образу В. Януковича відіграє **фактор просоціальної спрямованості** (36,3% загальної дисперсії): саме ставлення до країни, народу, суспільства визначає поведінку в екстремальних умовах та щоденній роботі, використання комунікативних та інтелектуальних якостей. Потенціал для подальшого зростання країни полягає у високій моральності та здатності політика перш за все “думати про країну і народ”. В образі В. Путіна цей фактор посідає друге місце із значно меншим навантаженням (11,7% загальної дисперсії). При цьому середні значення провідного показника цього фактору досить невисокі і у В. Путіна (2,6 бала), і у В. Януковича (1,7 бала).

Другий за значенням **фактор лідерського потенціалу** у В. Януковича (11,7% загальної дисперсії) визначається загальною харизмою та фізичними якостями. У В. Путіна цей фактор, навпаки, посідає перше місце та визначає 30,6% загальної дисперсії (з опорою на вольові та комунікативні якості). З погляду типології і стилів лідерства в обох політиків переважає авторитарний стиль та соціальний тип лідерства.

Третій за значущістю у формуванні образів обох президентів – **фактор зовнішньої привабливості** (7% дисперсії в образі В. Януковича і 9,3% – в образі В. Путіна). Це видається цікавим моментом, тому що не може бути зумовлено образом конкретного політика (В. Путіна не можна назвати особливо зовнішньо привабливим). Що ж до Президента України, то цей фактор досить передбачуваний, оскільки В. Янукович вирізняється серед інших політиків кремезною статурою та зростом. Які саме зовнішні риси цінують респонденти – варто вивчати додатково. Цей фактор визначається також віком респондентів.

На четвертий фактор – **загальну працездатність** – припадає близько 7% загальної дисперсії в образі В. Путіна; визначається він в основному параметрами поведінкового та особистісного компонентів іміджу (щоденна, рутинна поведінка є провідним параметром). В образі В. Януковича цей фактор не тільки зміщується на шосте місце (5% загальної дисперсії), а й суттєво змінює порядок основних параметрів (на першому місці – вольові якості, далі – поведінка в екстремальних умовах). Можна припустити, що від В. Путіна респонденти очікують системної і стабільної роботи, а від В. Януковича – напруженої роботи з подолання екстремальної ситуації. (У цілому це відповідає основному контенту передвиборної риторики президентів: В. Путін забезпечує стабільний розвиток, а В. Янукович долає руїну).

П'ятий фактор ми визначили як **фактор самостійності (автономії) політика**. Він охоплює систему його ставлень до себе і близького

оточення (5% дисперсії в обох випадках). Цікаво, що в цей фактор потрапляє фізична характеристика – зріст. Мабуть, спрацьовує архетип Батька: чим вище (статусніше), тим більше впливу (згадаймо казку про Машу, яка обдурювала ведмедя: “Високо сижу – далеко гляжу!”). Слід зауважити різку полярність параметрів “ставлення політика до самого себе” і “активність користувача інтернету” в цьому факторі. Чим нижча активність користувача мережі (чим старший він за віком), тим більше значення для нього має ставлення політика до себе.

Вартим уваги в контексті визначення впливу інтернету на політичний імідж є шостий фактор – **вікові особливості виборців**, який на від’ємному полюсі визначається активністю користування мережею: що менший вік респондента, то активніший користувач. Вік респондентів також визначає від’ємні полюси чотирьох із вищеназваних факторів. Отже, нашу гіпотезу про суттєвий вплив інтернету на формування образу політика на прикладі аналізу образів президентів України та Росії підтверджено в повному обсязі.

Щоб провести змістовий аналіз впливу активності користування інтернетом на образи президентів України та Росії, розгляньмо окремо зміст факторів “ставлення до політика” в активних і неактивних користувачів (табл. 4; 5).

Таблиця 4

Порівняльний аналіз факторного навантаження залежно від активності користування інтернетом (образ В. Януковича)

Групи користувачів залежно від інтенсивності користування мережею Інтернет	Фактори ставлення до політика (% загальної дисперсії)						
	Лідерський потенціал	Просоціальна спрямованість	Самостійність (автономність)	Подолання перешкод (працездатність)	Зовнішня привабливість	Самопрезентація	Перспективність
активні	14,2	32,5	–	6,4	9,6	7,6	5,1
неактивні	8,6	43,6	5,4	–	11,6	6,6	–
за вибіркою в цілому	11,7	36,6	5,1	5,0	7,0	–	–

Найбільш суттєві відмінності у ставленні до В. Путіна залежно від активності користування інтернетом виявилися за двома факторами – “просоціальна спрямованість” і “самостійність”. При цьому під час аналізування відповідей неактивних користувачів фактор “просоціальна спрямованість” узагалі не визначається (замість нього на першому місці – навіть з більшим факторним навантаженням – з’являється фактор самос-

тійності (у ньому яскраво виражені всі ставленнєві параметри іміджу). Цікаво, що обидва стосуються особистостісного компонента.

Таблиця 5

Порівняльний аналіз факторного навантаження залежно від активності користування інтернетом (образ В. Путіна)

Групи користувачів залежно від інтенсивності користування мережею Інтернет	Фактори ставлення до політика (% загальної дисперсії)					
	Лідерський потенціал	Просоціальна спрямованість	Самостійність (автономність)	Працездатність	Зовнішня привабливість	Самопрезентація
активні	10,6	30,8	17,5	6,0	7,3	5,0
неактивні	14	–	36,8	6,6	8,4	5,5
за вибіркою в цілому	30,9	14,7	5,1	6,6	9,3	–

У ході аналізу залежно від активності користування інтернетом визначається додатковий (щодо загальних) фактор, який ми визначили як *навички самопрезентації* – здатність справляти враження на оточення завдяки вмінню триматися та завдяки комунікативним якостям.

У цілому вплив ставленнєвих чинників на формування образу В. Путіна в активних користувачів інтернету значно вищий порівняно з неактивними. З огляду на те, що активні користувачі інтернету є переважно молодими людьми, ПР-кампанія В. Путіна в інтернеті успішно виконує функцію виховання та політичної соціалізації молоді.

На основі порівняльного аналізу було виявлено істотні відмінності майже щодо всіх факторів образу Президента України в активних і неактивних користувачів інтернету, крім фактору зовнішньої привабливості та навичок самопрезентації. На нашу думку, саме ці фактори визначають ту частину іміджу політика, яка зумовлена його власними фізіологічними особливостями та базовими комунікативними навичками і найменшою мірою піддається іміджевій корекції. Якщо припустити, що змістові і кількісні розбіжності у факторах образу В. Януковича зумовлені змістом інформації та ставленням респондентів до Президента України, можна зробити висновок про істотні відмінності в ПР-кампаніях Президента України і Президента Росії в інтернеті та решті ЗМК.

Висновки.

1. Активні користувачі інтернету сприймають президентів України і Росії менш позитивно порівняно з неактивними.

2. Активність користування інтернет-мережею обернено пропорційно залежить від віку випробуваних.

3. Імідж політичного суб'єкта (на прикладі іміджів президентів України та Росії) приблизно на 70% зумовлений психологічними особливостями виборців.

4. Найбільш суттєві відмінності в образі політичного суб'єкта в активних і неактивних користувачів інтернет-мережі виявлено за фактором “самостійність” (автономія): для неактивних користувачів цей фактор більш значущий.

5. Порівняльний аналіз змісту факторів, що впливають на іміджі президентів України і Росії, залежно від активності користування інтернетом свідчить про те, що ПР-кампанія В. Путіна в інтернеті більш успішно виконує функцію виховання та політичної соціалізації молоді, а також про те, що ПР-кампанія В. Януковича в інтернеті та інших ЗМК має істотні відмінності.

Виявлена тенденція негативного впливу інтернету на формування образу політичного суб'єкта видається нам певною мірою небезпечною, особливо з огляду на те, що активними користувачами сьогодні є переважно молоді люди. Негативне ставлення молоді до політиків у кращому разі призводитиме до зниження рівня її електоральної активності та політичної участі, а в гіршому (в умовах зростання соціально-економічної напруженості) – до навмисно девіантної, конфліктної політичної поведінки. А перевиховувати, як відомо, значно важче, ніж виховувати.

Сьогодні багато політичних партій і політиків, які раніше використовували для зв'язків із громадськістю традиційні засоби масової інформації, визнають інтернет ефективним засобом комунікації [9]. Стрімкий розвиток українського політичного сегмента інтернету зумовлений, по-перше, раціонально немотивованим прагненням політиків прилучитися до інтернету як до явища інформаційного суспільства, що сприймається за символ прогресу; по-друге, функціональним підходом до мережевого середовища.

Сучасному політикуму варто якнайшвидше усвідомити, що прагматичний підхід до інтернету (як до одного з ресурсів передвиборної кампанії, до того ж найменш контрольованого) є хибним і недалекоглядним. Інтернет – це не просто один із каналів комунікації, це нове соціальне середовище, вплив якого на особистість вивчено ще дуже мало. Кожен політичний суб'єкт, який створює інтернет-ресурс або розміщує в мережі певну інформацію, має усвідомлювати, що таким чином він вступає в нову спільноту і бере на себе всю повноту соціальної відповідальності за віддалені наслідки свого впливу на майбутнє.

Література

1. Походенко С. В. Особливості сприйняття політичних суб'єктів користувачами мережі інтернет / С. В. Походенко // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К., 2011. – Вип. 12. – С. 234–243.
2. Тупилина О. Г. Образ политического лидера в сознании масс : дис. ... канд. психол. наук / О. Г. Тупилина. – М., 2003. – 182 с.
3. Егорова-Гантман Е. В. Политическое консультирование / Е. В. Егорова-Гантман, К. В. Плешаков. – М. : Николло М, 2002. – 472 с.
4. Лебон Г. Психология народов и масс / Густав Лебон. – СПб. : Макет, 1995. – 316 с.
5. Зазыкин В. Г. Черты избранника. Штрихи психологического портрета того, кто может стать Президентом России / В. Г. Зазыкин // УТР. – 1995. – № 16. – С. 11–15.
6. Корнієнко В. О. Імідж політичного лідера: проблеми формування та практичної реалізації : монографія / В. О. Корнієнко, С. Г. Денисюк. – Вінниця : УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2009. – 144 с.
7. Вебер М. Соціологія. Загальноісторичні аналізи. Політика / Макс Вебер. – К. : Основи, 1998. – 534 с.
8. Бодалев А. А. Формирование понятия о другом человеке как личности / А. А. Бодалев. – Ленинград : Политизд, 1970. – 256 с.
9. Чугунов А. В. Политика и интернет: политическая коммуникация в условиях развития современных информационных технологий : автореф. дис. на соискание учен. степени канд. полит. наук / А. В. Чугунов. – СПб., 2000. – 40 с.

Походенко С. В. Интернет как фактор формирования образа президента

Рассматривается роль интернета в современном обществе как важнейшего фактора формирования политического сознания населения и его политического поведения. Прослеживается, каким образом активность пользования интернет-сетью влияет на формирование образа политического субъекта, в частности восприятие Президента Украины В. Януковича и Президента Российской Федерации В. Путина. Выявленные качественные и количественные отличия оцениваются как свидетельство часто негативного влияния интернета на формирование образов президентов Украины и России.

Ключевые слова: образ политического субъекта, имидж политика, политическое сознание, пользователи интернета, интернет-коммуникация.

Pokhodenko S. V. The Internet as a factor of forming of president image

It is considered role of the Internet in modern society as an important factor in forming of political consciousness of people and its political behavior. The article describes how the Internet activity influences on creating of image of political subject, in particular perception of President of Ukraine V. Yanukovich and President of Russian Federation V. Putin. The identified qualitative and quantitative differences are estimated as an evidence of negative influence of the Internet on the image of President of Ukraine and President of Russia.

Key words: the image of political subject, the political consciousness, the Internet users, the Internet communication.

ПСИХОТЕХНОЛОГІИ В РЕКЛАМЕ НА МЕСТНЫХ ВЫБОРАХ В УКРАИНЕ 2010 Г.

С. А. Пудич, г. Одесса

В статье проводится анализ и систематизация рекламных психотехнологий, которые были использованы на местных выборах в Украине 2010 года, а также даются общие определения политической рекламы и её психологического аспекта. Отмечается, что наличие пропорциональной и мажоритарной избирательных систем обусловило выбор различных средств и технологий для ведения предвыборной кампании. Сделан вывод о том, что технологии внедрялись в практику политических выборов на основе интуитивных предположений и личностного восприятия политтехнологов без надлежащего использования системного подхода и научных методов.

Ключевые слова: реклама, политика, психотехнологии, предвыборные технологии, выборы.

Проблема. Актуальность исследования обусловлена необходимостью анализа и систематизации психотехнологий в рекламе, использованных во время местных выборов в Украине 2010 г., в связи с появлением новых технологий и недостаточной научной изученностью данной тематики. Проблема исследования заключается в недостаточной аналитической проработке предвыборных кампаний и их психологических рекламных аспектов, а также в необходимости систематизации предвыборных рекламных психотехнологий.

Цель статьи: провести комплексный анализ рекламных психотехнологий, примененных во время местных выборов 2010 года, и на основе его результатов разработать соответствующую классификацию такого рода технологий.

Политическая реклама – это форма политической коммуникации в условиях выбора, адресное воздействие на электоральные группы в лаконичной, оригинальной, легко запоминающейся форме. Политическая реклама отражает суть политической платформы определенных политических сил, настраивает избирателей на их поддержку, формирует и внедряет в массовое сознание определенное представление о характере этих политических сил, создает желаемую психологическую установку на голосование [1, с. 4]. По мнению О. А. Феофанова, политическая реклама – это “любая реклама как система методов психологического воздействия на массовые аудитории с целью управления их политическим поведением, нацеленная на изменение или закрепление тех или иных политических убеждений” [2, с. 159].

Политическая реклама предлагает не сигареты и автомобили, а политического кандидата и его политическую платформу. Эти цели определяют и выбор тех психологических средств, которыми оперирует политическая реклама. Не удивительно, что эти средства почти целиком заимствованы у коммерческой рекламы. Общность политической и коммерческой рекламы в значительной мере обусловлена и тем, что профессиональная политическая реклама готовилась, да и сейчас готовится, в основном рекламными агентствами, которые выполняют ее по “стандартам” коммерческой. Слова “торговля”, “продажа”, “сбыт” прочно вошли в американский политический словарь и употребляются теперь без кавычек, в самом прямом смысле, и не только менеджерами, торгующими кандидатами, но и самими кандидатами. Так, во время президентской кампании 1968 г. Хьюберт Хэмфри, выступая на митинге возле большого универмага, сказал: “До выборов осталось 14 торговых дней” [3, с. 201]. Характерно, что книга журналиста Джо Макгинниса, посвященная предвыборной кампании Ричарда Никсона, названа “Как продавался Президент в 1968 году”, а на ее обложке изображена распечатанная пачка сигарет с портретом будущего президента [там же].

Особенная роль отводится невербальному общению кандидата с электоратом. Так, кандидат должен всем своим телом показывать свою доброжелательность и открытость: открытые ладони, отсутствие переkreшенных конечностей, расстегнутый пиджак, положительное кивание головой во время речи, поднятые вверх брови, “искренняя” улыбка.

Всемирно известный ученый в области языка телодвижений Аллан Пиз пишет: “Часто можно наблюдать, как какой-нибудь политик стоит на трибуне, крепко скрестив руки на груди (защитная поза) с опущенным подбородком (критическая или враждебная поза), и говорит аудитории о том, как восприимчиво и дружелюбно он относится к идеям молодежи. Он может попытаться убедить аудиторию в своем теплом, гуманном отношении, делая быстрые, резкие удары по трибуне” [4, с. 9].

С. Князев приводит пример рекламного фильма кандидата с “неправильной” постановкой жестов: “В первых кадрах этот кандидат приезжает на некий завод, причем приезжает на новенькой иномарке; у входа его встречают рабочий и бедно одетая работница. Потом они идут по цеху, кандидат делает указывающие жесты, а работники усиленно кивают головами. В это время диктор рассказывает о том, как хорошо живет кандидат и его рабочие. Во второй части фильма – выступления кандидата крупным планом, и замечаешь следующее: он говорит о том, что если его выберут на должность (при этом усиленно кивает головой), то он позаботится о выплате зарплаты вовремя (сопровождает “отрицательным” покачиванием головой), о повышении пенсии (вновь отрицательные покачивания, уже с “отдаляющим” жестом рукой) и еще о многом, “если вы меня

выберете” (вновь положительное кивание). Результат оказался ожидаемым, с учетом того, что этот фильм усиленно крутили по ТВ” [5, с. 84].

Еще одна находка специалистов НЛП, принятая в политической пропаганде, – иерархия ценностей Г. Бейтсона. Интерес к политике (согласно его иерархии) находится на последнем месте, поэтому начинать агитацию со слов “Мы – за демократические реформы” – просто бессмысленно, это не сработает и не будет понято людьми. Идеально подходят такие понятия, как здоровье, семья, финансовое благополучие. Кроме того, “описание данных категорий ценностей простым языком, да еще с учетом фоносемантического анализа, даст такую отдачу и отклик в сердцах избирателя, что кандидата будут принимать как родного” [там же].

Важное значение в предвыборной кампании имеет расстановка фотографий и текста на агитационном материале. Так, С. Князев подчеркивает, что “90 процентов людей зрительно вспоминают прошлое при взгляде влево и вниз, зрительно думают о будущем – при взгляде вправо и вверх. Данная проекция наших представлений о времени на пространство поля зрения называется “Линией времени” [там же, с. 83].

Кроме расположения фотографии и текста в определенных местах, необходимо учитывать форму фотографии и шрифт текста. Шрифт должен быть легко читаемым, а слоган – издали бросаться в глаза. Фотография должна отвечать общепринятым нормам морали и стереотипности мышления. Так, один из кандидатов в депутаты Одесского городского совета использовал на листовке фотографию, напоминающую портрет разыскиваемого преступника на доске объявлений в милиции. А в России один из кандидатов “решил выделиться и разместил свою фотографию на листовке в овальной рамке. Ему не пришло в голову, что такие снимки бывают только на надгробиях” [там же, с. 84].

Ситуация перед местными выборами в Украине 2010 г. сложилась, с одной стороны, очень интересная и долгожданная – вернулась смешанная избирательная система, а с другой – таинственная и непредсказуемая, в связи с постоянными изменениями и трактовками нормативно-правовой базы. Смешанная система позволила кандидатам-мажоритарщикам применить весь арсенал психотехнологий в своей личной предвыборной кампании. К сожалению, баллотироваться одномандатники могли только от партии, что существенно ограничило их творческий потенциал.

Смешанная избирательная система предполагает выборы в советы всех местных уровней по двум системам: пропорциональной и мажоритарной, что обусловило выбор различных средств и технологий для ведения предвыборной кампании, хотя успех политической партии во многом зависел от мажоритарщика, а его личный успех – от той политической силы, которая его выдвинула.

Рассмотрим основной пласт психотехнологий, которые использовались на местных выборах в Украине.

Молодой политик. Эта технология использовалась как одиночными кандидатами, так и партиями. Основные лозунги: “Дорогу молодым”, “Во власть должны идти молодые и перспективные”, “Молодежь – наше будущее”, “Городу необходимы новые люди” и т. п. Эту технологию использовали кандидаты в возрасте до 30 лет и недавно созданные политические партии. Основная целевая аудитория – молодежь и люди пенсионного возраста. Молодежь голосует из соображений “соратника”, который будет защищать свои интересы, а значит и интересы молодого поколения. Пенсионеры же голосуют за молодежь, так как считают, что молодые политики еще не успели “очерниться”, в отличие от политиков среднего возраста.

Объемная предвыборная программа. Использовалась в основном только крупными политическими партиями. Основной носитель – многостраничные книжки либо плакаты формата А1-А2 с мелким шрифтом для создания эффекта преувеличения. Основная цель – создать у избирателя впечатление, что партия имеет “серьезные” намерения и планы, а также состоятельность политической силы. Пункты программы отличаются большой обобщенностью и несут конкретику только в принципиальных моментах политической силы.

Свой. В большинстве случаев использовалась кандидатами-одномандатниками. Для сближения кандидата с электоратом использовались такие обращения, как: “Уважаемые соседи!”, “Мы вместе, мы соседи!”, “Дорогой Друг! (письмо другу)”, “Я Ваш сосед...”, “Дорогие земляки!”, “Голосуй за своих!”, “С Уважением, Ваш сосед...”. Тем самым кандидаты пытались донести до избирателей, что они “сделаны из одного теста”, что они не чужие друг другу люди, а “соседи”. А соседи, как известно, всегда знают о проблемах друг друга и помогают в их решении.

Вместе. Использовалась как кандидатами, так и партиями. Заключается во включении в лозунг слова “вместе” в любых вариациях. К примеру: “Вместе Мы сильные!”, “Вместе сделаем больше!”, “Изменим *населенный пункт* Вместе!”, “Победим бездействие Вместе!”, “Создадим будущее Вместе!” и т. п. Суть технологии заключается в создании причастности избирателя к кандидату, в том, что кандидат берет его в свою “команду” и будет прислушиваться и советоваться с ним.

Кандидат-знаменитость. Смысл технологии заключается в том, что у кандидата есть достижения в сфере, не связанной с политикой, к примеру в спорте. Избиратель проецирует положительные качества спортсмена на политическую плоскость. Самый яркий пример – Виталий Кличко. Те положительные качества, которые присущи Виталию как боксеру (сила, выносливость, твердый характер, честность, напористость,

целестремленность и т. д.), переносятся на Виталия как политика. Так, в листовке кандидата в депутаты Одесского горсовета Игоря Беланова (знаменитого игрока Одесского “Черноморца”) с одной стороны напечатан портрет кандидата-футболиста с золотым кубком, а с другой – стадионы Донецка и Харькова с лозунгом “Возродим гордость Одессы!”, который подразумевает возрождение стадиона ЧМП и команды “Черноморец”, которая вышла в Первую лигу. Так же кандидат-знаменитость поднимает рейтинг партии, от которой баллотируется.

Договор. Использовался мажоритарными кандидатами. В листовке кандидата записан “Договор”, или “Соглашение”, в котором он перечисляет те действия, которые обязуется выполнить, став депутатом. Причем в случае невыполнения этого “Договора” он обязуется сложить свои полномочия депутата. Технология призвана вызвать у избирателя ощущение ответственности и честности кандидата, что он не просто дает предвыборное обещание, а лично готов нести наказание за его невыполнение.

Отождествление с лидером. Кандидат-мажоритарщик показывает свои личные “связи” с лидерами партии, от которой он выдвигается. Избиратель отождествляет малоизвестного кандидата с популярным лидером и переносит его личные качества на мажоритарщика.

Социологический опрос. Использовался партиями в трех направлениях – в исключении конкурентов, преувеличении рейтинга своей партии и преуменьшении рейтинга конкурентов. Исключение конкурентов заключается в преднамеренном невписывании некоторых партий в социологический опрос, что создает впечатление отсутствия поддержки данной политической силы среди населения. Преувеличение своего рейтинга и преуменьшение рейтинга конкурента, кроме создания благоприятной среды среди электората, ставят перед собой и другие цели. Если эта партия не имеет возможности прибегнуть к фальсификации голосов, то эта технология помогает ей опротестовывать после выборов результаты, которые оказались хуже, чем это показывал соцопрос. Если же эта партия намерена прибегнуть к фальсификациям, то она заранее подготавливает платформу для защиты: результаты оказались такими же, как было показано в исследовании.

Экспертное мнение. Используется политическими партиями. В СМИ публикуются статьи неких именитых “экспертов” либо организаций, которые, ссылаясь на научные категории, анализируют и трактуют “нужную” политическую ситуацию. Главное условие – показать независимость мнения от каких-либо политических сил. Это оставляет впечатление обоснованности и правдивости данных и выводов, сделанных этими экспертами.

Антиреклама, или Черные технологии. Использовались всеми, начиная от кандидата поселкового совета и заканчивая партиями власти. Эта

технология бывает открытой и zaangażированной как по отношению к объекту, на который направлена антиреклама, так и по отношению к субъекту, который эту антирекламу производит. Князев пишет: “В политической рекламе есть одно простое правило: прежде чем сделать какую-нибудь гадость сопернику, скажите, что вы ее делать не будете”[5, с. 84].

Информационная помощь. Эта технология применяется в двух случаях: 1) когда кандидат является узкопрофильным специалистом либо хочет им казаться в глазах избирателя, 2) для уменьшения выбрасываемости листовок. Таким образом, адвокаты пишут о правилах поведения при определенных обстоятельствах, связанных с юриспруденцией, о процедуре подачи жалобы или заявления в различные инстанции; врачи пишут о способе сохранения здоровья и т. п. Для сокращения выбрасываемости используют либо заднюю, либо последнюю (в зависимости от формата листовки) страницу, на которой пишут расписание поездов, автобусов, телефоны различных коммунальных служб. С помощью этой технологии кандидат показывает, что еще до того, как он станет депутатом, он переживает за электорат и пытается ему всячески помочь.

Команда. Использовалась как партиями, так и отдельными кандидатами. Основной посыл – существует сплоченный, объединенный общей целью коллектив, который состоит из разнонаправленных специалистов, профессионалов и знаменитостей. Эта технология призвана создать впечатление собранности, согласованности, четкого распределения обязанностей, подготовленности и массовости.

Выводы. Таким образом, можно сказать, что психотехнологии в предвыборных кампаниях на местных выборах в Украине 2010 г. имели массовое применение. Хотя, нужно отметить, в большинстве случаев они внедрялись без надлежащей системности, научных методов создания и анализа рекламы, а преимущественно на основе интуитивных предположений и личностного восприятия.

Технологии можно классифицировать по направленности, содержанию и форме. В данной статье мы сделали краткий образ технологий, которые применялись на местных выборах в Украине: “Молодой политик”, “Объемная предвыборная программа”, “Свой”, “Вместе”, “Кандидат-знаменитость”, “Договор”, “Отождествление с лидером”, “Социологический опрос”, “Экспертное мнение”, “Антиреклама” (или “Черные технологии”), “Информационная помощь”, “Команда”.

Несмотря на то, что выборы проходили в условиях постоянно изменяющейся нормативно-правовой базы и недостатка времени на подготовку предвыборной кампании, они дали толчок к развитию новых рекламных психотехнологий. Это создало предпосылки к разработке новой методологической базы для создания, анализа и систематизации пред-

выборных рекламных технологий с целью использования их на дующих выборах в Украине.

Литература

1. Лисовский С. Ф. Политическая реклама / С. Ф. Лисовский. – М. : Маркетинг, 2000. – 23 с.
2. Феофанов О. А. Реклама: новые технологии в России / О. А. Феофанов. – СПб. : Питер, 2001. – 384 с.
3. Феофанов О. А. США: Реклама и общество : монография / О. А. Феофанов. – М. : Мысль: Гл. ред. соц.-эконом. л-ры, 1974. – 262 с.
4. Пиз А. Язык телодвижений. Как читать мысли окружающих по их жестам / Аллан Пиз. – М. : Эксмо, 2003. – 120 с.
5. Князев С. Психотехнологии в политической рекламе / С. Князев // Пресс-Служба. – 2004. – №2. – С. 84–90.

Пудич С. О. Психотехнології в рекламі на місцевих виборах в Україні 2010 року

У статті здійснюється аналіз та систематизація рекламних психотехнологій, які були використані на місцевих виборах в Україні 2010 року, а також наводяться загальні визначення політичної реклами та її психологічного аспекту. Зазначається, що наявність пропорційної та мажоритарної виборчих систем обумовила вибір різних засобів і технологій для ведення передвиборної кампанії. Зроблено висновок про те, що технології упроваджувались у практику політичних виборів на основі інтуїтивних здогадок та особистого сприйняття політтехнологів без належного використання системного підходу та наукових методів.

Ключові слова: реклама, політика, психотехнології, передвиборні технології, вибори.

Pudych S. O. Psychotechnologies in advertising during the 2010 local elections in Ukraine

The article offers analyses and systematization of psychotechnologies in the field of advertisement, which were used during the local elections in Ukraine in 2010. Common definitions of political advertisement and its psychological aspect are offered. Proportional and simple majority electoral system stipulated selection of different tools and technologies to conduct the campaign.

It is concluded that technologies were implemented into political elections practice on the basis of intuitive surmises and personal perception of technologists without the proper use of systematic approach and scientific methods.

Key words: advertisement, politics, psychotechnologies, election technologies, election.

МОДУЛЯЦІЯ ОСОБИСТІСНИХ ЦІННОСТЕЙ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ЕЛЕКТОРАЛЬНОГО ВИБОРУ: РЕЗУЛЬТАТИ ПЕРВИННОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

С. Д. К. Пуертас, м. Харків

Наведено результати пілотного дослідження, присвяченого вивченню впливу цінностей особистості на її електоральний вибір. Експеримент показує можливість модулювання електорального вибору студентської молоді шляхом актуалізації окремих індивідуальних цінностей. Описано процедуру та основні результати дослідження.

Ключові слова: цінності, модуляція, електоральний вибір.

Проблема. Одним із наріжних каменів демократії прийнято вважати виборність представницьких органів влади різних рівнів. Для української політичної культури, яка ще перебуває на етапі свого формування, електоральна поведінка є практично найбільш доступною формою політичної участі для широких верств населення. Від того, як здійснюється електоральний вибір і який склад політичних сил у результаті приходять до влади, багато в чому залежить подальший розвиток української політичної системи. Тому електоральний вибір і чинники його формування потребують уваги з боку представників суспільних наук, у тому числі політичної психології.

Актуальність вивчення електорального вибору і психологічних характеристик студентської молоді стає зрозумілою, якщо врахувати, що саме молодь є одним з найважливіших, на думку Ш. Шварца, індикаторів соціально-політичних змін (див. [1, с. 10]). Разом з тим юність, переконані Г. Абрамова, Л. Божович, Б. Братусь, І. Кон, – це період долучення людини до політичного життя та становлення її системи цінностей. Саме в цьому віці активізуються процеси формування психологічної складової політичного й електорального вибору, що уможливорює їх безпосереднє дослідження [2–5].

Взявши за основу динамічний характер особистісних цінностей та їх вплив на електоральний вибір особистості, ми зробили *припущення* (висунули *гіпотезу*), що шляхом цілеспрямованої актуалізації конкретних цінностей можна модулювати електоральний вибір особистості. Для перевірки зазначеної гіпотези було проведено пілотне дослідження.

Мета дослідження: експериментальним шляхом з'ясувати характер впливу ціннісних орієнтацій особистості на її електоральний вибір. *Об'єктом дослідження* став електоральний вибір особистості, *предметом* – вплив цінностей на електоральний вибір.

Під електоральним вибором розуміють дію суб'єкта, якою він віддає перевагу одній політичній силі перед іншою (іншими) на певній підставі. Значущими внутрішньопсихологічними підставами формування вибору є особливості ціннісних орієнтацій особистості (Г. Балл, Ф. Василюк). Вплив ціннісних орієнтацій на соціально-політичну позицію особистості, її політичний і електоральний вибір розглянуто в працях дослідників країн пострадянського простору Г. Залеського, Є. Головахи, Г. Будинайте, С. Бубнової, Т. Корнілової та ін. У західній психології значний теоретичний і практичний внесок у дослідження цінностей і їхнього впливу на особливості формування політичних симпатій та електорального вибору зробили М. Рокич, Р. Інглхарт, Ш. Шварц. Так, згідно з концепцією Ш. Шварца, відмінності між цінностями залежать від типу мотиваційної мети, яку вони відображають. Зіставивши окремі цінності з метою, дослідник виділив десять типів, які, на його думку, об'єднують усі різновиди цінностей: **влада, досягнення, гедонізм, стимуляція, самостійність, універсалізм, доброта, традиція, конформність, безпека** (див. [1]).

Спираючись на запропоновану Шварцом теорію і розроблені на її основі методики, автор провів низку досліджень у країнах Європи та в Ізраїлі, в яких проілюстрував наявність відмінностей між цінностями електорату різних політичних сил [там само, с. 13]. Саме уявлення про цінності та їх співвідношення з особливостями політичних уподобань виборців лягло в основу цього дослідження. Важливо, що наявність особливостей у ціннісних орієнтаціях прихильників різних політичних сил було проілюстровано на українській вибірці, і саме на прикладі студентської молоді (Н. Маєвська, Д. Пуертас та ін.) [2, с. 80]. Отримані результати дають підстави стверджувати, що висновки Ш. Шварца щодо впливу ціннісних орієнтацій на особливості електорального вибору цілком справедливі і для української вибірки.

Хоч емпіричні дослідження Ш. Шварца і надали важливі відомості про взаємопов'язаність цінностей та електорального вибору, утім дослідження вченого і його послідовників (А. Барди, М. Барнеа, Н. Лебедєва та ін.) [6–8] досі не мали надійної експериментальної бази. На нашу ж думку, саме експериментальне дослідження дає змогу перевірити згадану вище концепцію та глибше розкрити сутність впливу цінностей на електоральний вибір особистості.

У нашому дослідженні одним із ключових було питання: “Як змінюватиметься електоральний вибір у разі модулювання та зміни актуальності окремих цінностей виборця?”. Ідея можливості модулювання цінностей ґрунтується на концепції динамічного характеру системи цінностей особистості. В. Ядов, зокрема, вважає, що в системі ціннісних орієнтацій співіснують різні щодо схильності до змін цінності. На переконання Ш. Шварца, меншою мірою піддаються змінам культурні цінності, а біль-

ша динамічність властива індивідуальним цінностям. Під зміною цінностей згадані автори розуміють зміну їхньої значущості та актуальності для людини. Якщо питання стосується того, як індивідуальні відмінності в ціннісних пріоритетах пов'язані з варіаціями інших індивідуальних якостей, то, на думку Шварца, повинні вимірюватися цінності на рівні індивідуальних пріоритетів (див. [1, с. 13]). А з другого боку, рівень індивідуальних цінностей більшою мірою залежить від зовнішнього середовища і співвідноситься з конкретними вчинками людини, що відповідає засадам нашого дослідження.

Дослідження проводилося на базі Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. У ньому взяли участь експериментальна і контрольна групи. До складу експериментальної групи увійшла 31 особа (студенти двох факультетів – міжнародних відносин та геолого-географічного). Контрольну групи склали 25 осіб (студенти економічного та геолого-географічного факультетів). Вік досліджуваних – від 18 до 21 року.

Відповідно до мети дослідження основною вимогою до *стимульних матеріалів* була їхня здатність актуалізувати у студентів обрані авторами цінності, щоб відтак мати можливість дослідити зміни в ціннісних орієнтаціях та електоральному виборі. Зрештою за стимульний матеріал було взято невеликий за обсягом текст, у якому йшлося про історію життя Стіва Джобса і компанії Apple. Зважаючи на значущість для сучасної молоді візуального каналу сприйняття, текст супроводжувався зображеннями Стіва Джобса та емблеми компанії. До тексту було додано два запитання, відповідаючи на які респондент засвідчував рівень свого розуміння змісту тексту, міг глибше осягнути проблему досягнення своєї мети.

За цінність, на актуальність якої мав впливати експериментальний текст, було обрано **цінності досягнення**. Саме вони відповідають за прагнення до мети, професійного зростання, високих матеріальних статків, власного успіху через демонстрування компетенції в поєднанні із соціальними стандартами [1, с. 13]. У політичному плані цінності досягнення притаманні прихильникам демократичних, ліберальних політичних сил, що відкриті до соціальних змін, прагнуть до економічного зростання країни, пропагують свободу особистості [6, с. 30].

Проблему еквівалентності змісту тексту було вирішено під час проведення фокус-групи. У ній взяли участь 8 студентів соціогуманітарних і природничих факультетів. Випробуваням пропонувалося прочитати текст, відповісти на запитання до нього, а відтак взяти участь в обговоренні. Питання для загального обговорення були сформовані на основі методів психолінгвістичного аналізу, серед яких: методи інтертекстових і післятекстових запитань, метод асоціацій, метафори і метод формування назви тексту. Фокус-групове дослідження показало, що зміст, вкладений у текст автором, відповідав змістові, який формувався у свідомості учасни-

ків групи, та актуалізував образи досягнення мети, формування кар'єрного успіху. За результатами роботи фокус-групи стимульний матеріал було певним чином доопрацьовано. Для цього використовувалися такі методики: методика Ш. Шварца для вивчення індивідуальних цінностей “Профілі особистості” (для аналізу зміни значущості окремих цінностей у ході експерименту) [1, с. 68]; анкета (для визначення особливостей електорального вибору студентів, а також збирання базових демографічних даних). Методика “Профілі особистості” для вивчення індивідуальних цінностей, зокрема, дає змогу виявити десять типів цінностей (доброта, універсалізм, самостійність, стимуляція, гедонізм, досягнення, влада, конформізм, безпека, традиція) і на їх основі побудувати ціннісний портрет студентської молоді досліджуваних груп [1, с. 40; 5, с. 703].

Робочі матеріали надавалися експериментальній групі в такій послідовності: стимульний матеріал у вигляді тексту, методика “Профілі особистості”, анкета. Контрольна група працювала з методикою “Профілі особистості” та анкетом.

Процедура дослідження була такою. Студентам пропонувалося взяти участь у психологічному дослідженні. Згідно з інструкцією вони мали працювати з матеріалами самостійно, не спілкуватися під час роботи, перегортати сторінку тільки тоді, коли виконають завдання на ній. Їм також було повідомлено, що з метою дослідження вони будуть ознайомлені по закінченні роботи. Відповідно до плану проведення експерименту студенти в аудиторії були умовно поділені на контрольну та експериментальну групи. Найбільш вдалим з організаційної точки зору був поділ за навчальними рядами, чим і скористався дослідник у процесі надання матеріалів. Для виконання завдань методик досліджуванним знадобилося в середньому 15-20 хв. Під час роботи з матеріалами у студентів майже не виникло запитань щодо настанов інструкції чи змісту самих матеріалів.

Розгляньмо відтак *результати пілотного дослідження*. Узагальнені показники значущості блоків цінностей в експериментальній та контрольній групах аналізувалися за значеннями середнього бала актуальності цінностей, рангу значущості цінностей та статистичної різниці відмінностей між показниками групи за U-критерієм Манна–Уїтні (табл. 1).

З табл. 1 видно, що досліджувані групи відрізняються одна від одної певними особливостями в ієрархії цінностей. Для експериментальної групи значущість цінностей досягнення має вищі рейтинги, ніж для контрольної. Унаслідок впливу стимульних матеріалів актуальність цінностей досягнення змінилася в експериментальній групі на три позиції. Вважаємо ці зміни результатом експериментального впливу. Дослідження інших українських психологів, які вивчали цінності студентської молоді на основі методик Ш. Шварца, показали, що досягнення в рейтингу цінностей не входить у першу трійку цінностей [5, с. 702]. Зауважимо також, що зміни відбулися не тільки на рівні цінностей досягнення, а й у загальній системі

цінностей. Цікавим видається те, що разом із цінностями досягнення в групі актуалізувалися цінності, близькі за своєю мотиваційною метою. Такі результати можна пояснити динамічним співвідношенням цінностей, описаним у теорії динамічних відносин між ціннісними типами Ш. Шварца (рис.) (див. [1, с. 30]).

Таблиця 1

Значущість типів цінностей у досліджуваних групах

Цінності	Середні показники ЕГ	Середні показники КГ	Рангове значення типів цінностей ЕГ	Рангове значення типів цінностей КГ	Значущість відмінностей за U- критерієм
Самостійність	3,000782	2,595332	1	1	$p \leq 0,001$
Влада	2,408104	1,34368	5	10	$p \leq 0,001$
Універсалізм	1,334165	2,409131	9	3	$p \leq 0,001$
Досягнення	2,767712	1,920196	3	6	$p \leq 0,001$
Безпека	1,52243	1,714556	7	8	$p \leq 0,05$
Стимуляція	2,599654	2,09188	4	4	$p \leq 0,001$
Конформність	1,381164	1,837199	8	7	$p \leq 0,05$
Традиції	0,405034	1,680026	10	9	$p \leq 0,001$
Доброта	2,340834	2,519079	6	2	–
Гедонізм	3,276389	1,93527	2	5	$p \leq 0,001$

ЕГ – експериментальна група, КГ – контрольна група

В експериментальній групі актуалізувалися цінності, спрямовані на самозвеличення та відкритість до змін. Водночас для контрольної групи більш значущими, як це було й досі, залишилися цінності самотрансценденції (вихід за межі “Я”) та відкритості до змін. Цінності збереження в обох групах належать до менш значущих. Звертаємо увагу на те, що значущість відмінностей підтверджується статистично (див. табл. 1). На підставі цього можна зробити висновок, що на час проведення дослідження в експериментальній групі були актуалізовані прагнення до досягнення власного успіху, самостійності, інтелектуальної свободи та насолоди життям. Для контрольної групи більш характерними стали прагнення до допомоги іншим, доброти, розуміння думки іншої людини, самостійності та отримання насолоди від життя. Таке співвідношення високої значущості цінностей самотрансценденції і гедонізму є типовим для студентської молоді [1, с. 35; 5, с. 703]. Найменш характерними для експериментальної групи виявилися цінності, які відповідають за прагнення до збереження традиційного плину життя і толерантності до думки та поведінки інших людей. Для контрольної групи найменш значущими стали прагнення до традиційного плину життя, будівництва сім’ї, поваги до батьків та прагнення до влади.



Рис. Модель взаємозв'язків десяти типів цінностей за Ш. Шварцом

Звернімося до особливостей розподілу електорального вибору у групах студентів (табл. 2). Нагадаємо, що в анкетах респондентам пропонувалося віддати свій голос за ту чи іншу політичну силу.

Таблиця 2

Розподіл електоральних голосів студентів

Політичні сили	Експериментальна група		Контрольна група	
	кількість осіб	частка, у %	кількість осіб	частка, у %
БЮТ	6	18,6	1	4
Громадська позиція	0	0	0	0
Проти всіх	8	24,8	10	40
КПУ	0	0	0	0
Партія регіонів	5	15,5	5	20
Не вирішив	9	27,9	5	20
Свобода	0	0	2	8
УДАР	2	6,2	1	4
Україна – вперед	1	3,1	0	0
Фронт змін	1	3,1	5	20

Отже, у розподілі електоральних голосів в експериментальній та контрольній групах виявлено певні зміни. Як видно з табл. 2, кількість студентів експериментальної групи, які віддали свій голос за опозиційні політичні сили, зросла порівняно з контрольною групою на 10%. Натомість серед студентів експериментальної групи спостерігався спад рейтингу Партії регіонів відповідно на 10% та протестних настроїв – на 15%. На нашу думку, протестні голоси розподілилися між опозиційними силами і позицією “не вирішив”. Зазначені результати збігаються з нашими уявленнями про вплив цінностей на особливості електорального вибору. Згідно з нашими попередніми дослідженнями, серед українських студентів цінності досягнення більшою мірою виражені у прихильників опозиційних сил [2, с. 85]. Це можна пояснити тим, що ці політичні сили у своїх кампаніях, політичних стратегіях та поведінці дотримуються більш відкритого до змін, демократичного курсу. У студентів вони асоціюються з можливістю досягнення професійних цілей, тоді як провладні сили – з більш традиційними, консервативними, ієрархічними цінностями, що знижує віру молоді в можливість матеріального і професійного зростання.

Таким чином, отримані результати свідчать, що цілеспрямована актуалізація індивідуальних, особистісних цінностей є одним із можливих способів формування та модуляції електорального вибору студентської молоді. На наш погляд, зміни актуальності цінностей, викликані за допомогою текстів певного змісту, не є довгостроковими, але ми й не ставили своїм завданням сформуванню нову стійку ієрархічну систему цінностей. Мета полягала в аналізі взаємозв'язку цінностей та електорального вибору.

Вважаємо, що результати цього пілотного дослідження не можна розглядати як доконаний науковий факт. Воно дає нам лише уявлення про можливість такого напрямку роботи та підтверджує працездатність висунутої гіпотези і розробленої методики. Важливо також, що результати пілотного дослідження належним чином узгоджуються з методологічними засадами дослідження.

Висновки:

1. Отримані нами результати свідчать про те, що індивідуальні цінності й справді можна розглядати як підґрунтя формування електоральних прихильностей і вибору. Пілотне дослідження показало дієвість гіпотези та методичного інструментарію дослідження.

2. Для студентів експериментальної групи, порівняно зі студентами контрольної групи, більш значущими виявилися цінності досягнення та близькі за мотиваційною метою типи цінностей, що пояснюється дією стимульних матеріалів. Водночас більша кількість студентів експериментальної групи схильні віддати свій голос за опозиційні політичні сили; у цій групі спостерігається також зменшення частки протестного електорату та падіння популярності провладних партій.

Література

1. Карандашев В. Н. Методика Шварца для изучения ценностей личности: концепция и методическое руководство / В. Н. Карандашев. – СПб. : Речь, 2004. – 70 с.
2. Маєвська Н. Особливості цінностей студентської молоді з різним електоральним вибором / Н. Маєвська, С. Д. К. Пуертас // Соціальна психологія. – 2010. – № 1. – С. 77–85.
3. Абрамова Г. С. Возрастная психология : учеб. пособие для студентов вузов / Г. С. Абрамова. – М. : Академ. проект, 2000. – 623 с.
4. Носенко Е. Л. Психологічні ознаки та напрямки їх змін в умовах соціально-економічних перетворень у країні : монографія / Е. Л. Носенко, Н. А. Маєвська. – Х. : Тарбут Лаам, 2005. – 116 с.
5. Семків І. І. Індивідуальні цінності як психологічні механізми формування соціального капіталу / І. І. Семків // Проблеми сучасної психології : зб. наук. праць. – К., 2010. – Вип. 10. – С. 699–709.
6. Barnea M. Values and voting / M. Barnea, S. H. Schwartz // Political Psychology. – 1998. – № 19. – P. 17–40.
7. Schwartz S. H. Los valores en orientaciones políticas: Aplicaciones en España, Venezuela y Méjico [Value bases of political orientations: Applications in Spain, Venezuela, and Mexico] [Електронний ресурс] / S. H. Schwartz, M. Barnea // Psychologia Politica. – 1998. – № 11. – P. 15–40. – Режим доступу : <http://www.uv.es/garzon/psicologia%20politica/N11-2.pdf>
8. Schwartz S. Value consensus and importance. A Cross National Study [Електронний ресурс] / S. Schwartz, G. Sagie // Journal of cross cultural psychology. – 2000. – Vol. 31, № 4. – P. 465–497. – Режим доступу : <http://jcc.sagepub.com>

Пуертас С. Д. К. Модуляция личностных ценностей как фактор формирования электорального выбора: результаты первичного исследования

Представлены результаты пилотажного экспериментального исследования, посвящённого изучению влияния ценностей личности на ее электоральный выбор. В эксперименте показана возможность модуляции электорального выбора студенческой молодежи путем актуализации отдельных индивидуальных ценностей. Описаны процедура и основные результаты исследования.

Ключевые слова: ценности, модуляция, электоральный выбор.

Puertas S. D. K. Modulation of personal values as a factor of the electoral choice forming

There are submitted the results of the pilot experimental research that is devoted to the study of influence of personal values over one's electoral choice. The experiment shows a possibility of students' electoral choice modulation by actualization of particular individual values. The materials, procedure and main results of the research are described. The article presents a conclusion about the possibility of applying the data in the dissertation.

Key words: values, modulation, electoral choice.

ПОЛІТИЧНІ ПРАКТИКИ СУБ'ЄКТІВ ПОЛІТИЧНОЇ ВЗАЄМОДІЇ: СПРОБА КЛАСИФІКАЦІЇ

О. М. Скар, м. Київ

Побудова, конструювання картини політичного світу молоді розглядаються в процесі соціальної взаємодії через взаємовпливи практик суб'єктів політичної соціалізації. Робиться висновок, що сформована таким чином картина світу визначає суспільно-політичні дії і практики молоді, які також впливають на практики інших агентів поля політичної соціалізації, що веде до утворення спільного дискурсивного політичного простору, зміст якого час від часу змінюється залежно від використовуваних практик. Політичні практики визнаються за похідні від соціальних. Пропонуються варіанти класифікації політичних практик.

Ключові слова: взаємодія, соціальні практики, політичні практики, політична картина світу, молодь, класифікація.

Проблема. Суспільно-політичний простір України насичений соціальними, інформаційними, політичними та іншими практиками агентів, акторів політичного процесу. У нашому суспільстві, яке перебуває в перехідному стані, наразі одночасно функціонують як усталені, так і новосформовані практики, що ускладнює орієнтування особистості в суспільно-політичному просторі країни. В умовах високого рівня невизначеності та неоднозначності сучасного політичного контексту, суперечливості суспільно-політичних подій та практик особистість прагне віднайти певну внутрішню структуру, “сітку координат”, смислові оцінювальні вісі, які допомогли б їй у структуруванні досвіду творення політичної картини світу. Таке впорядкування полегшило б як сприйняття політичної реальності, так і сприяло б утворенню певних ставлень, оцінок, суджень про неї та, урешті-решт, допомогло б визначити способи взаємодії особистості зі світом політики загалом і з різними суб'єктами соціальної й політичної взаємодії зокрема. А отже, ті чи інші типи політичних практик агентів політичної соціалізації, з одного боку, впливають на становлення, “організацію” й “зміст” політичної картини світу молоді людини, а з другого – той чи інший варіант ставлення, оцінювання молоддю політичних практик акторів передбачає певний тип, певну конфігурацію політичної картини світу громадянина, яка “скеровує” його дії та вчинки, відіграє важливу роль у визначенні повсякденної реальності та спрямуванні суспільно-політичної поведінки. Зазначимо, що це проблемне поле є чи не найменш дослідженим у сучасній політичній психології, хоч така потреба вже давно назріла.

Мета статті: викласти концептуальні засади дослідження політичних практик як чинника структування політичної картини світу студентської молоді та класифікувати політичні практики суб'єктів політичної взаємодії.

Ми виходимо з того, що основною і неодмінною умовою, що забезпечує в процесі соціалізації набуття особистістю соціального (у тому числі й політичного) досвіду, виступає **взаємодія**. На думку В. О. Васютинського, ті **способи взаємодії** з оточенням, які спрямовані на задоволення власних потреб, досягнення своїх цілей та інтересів, **що найчастіше, найбільше себе виправдовують**, стають типовими [1], **перетворюючись на практики**. Зміст практик, за Т. М. Титаренко, визначається під час діалогу, який безперервно веде особистість зі своїм оточенням, реальними й віртуальними учасниками взаємодії, та й із соціумом у цілому [2, с. 22]. На переконання дослідниці, **досвід суспільства можна вивчати через вивчення соціальних практик**, які не є незмінними протягом століть: “Основу соціального порядку слід шукати в повторювальному характері соціальної діяльності та її зв'язках із соціальними практиками на підґрунті взаємозалежності структури і дії (Бурдье, Гідденс, Хабермас)” [3, с. 17].

Тож для кожної епохи, країни, суспільства, політичного устрою характерними є певні типи практик, що продукують і демонструють агенти поля політики і зокрема поля політичної соціалізації. Повсякчас перебуваючи в діалозі із соціумом, з реальними та віртуальними партнерами по комунікації, молодь, як суб'єкт політичної взаємодії, певним чином реагує, оцінює, інтерпретує суспільно-політичні практики, визначає власне ставлення до них, “виробляє” і породжує нові сенси, вибудовуючи свою картину політичного світу, в якій впорядковується набутий суспільно-політичний досвід. Водночас сформоване світовідчуття, утворена “конфігурація” політичної картини світу відіграють визначальну роль щодо повсякденних, соціальних, політичних та інших практик молоді, відповідним чином спрямовуючи їх.

Отже, у процесі взаємодії, через взаємовпливи практик суб'єктів політичної соціалізації, відбувається побудова, створення, конструювання **картини політичного світу** молоді. Ця картина визначає її суспільно-політичні дії й практики, що веде до утворення спільного дискурсивного політичного простору, зміст якого час від часу змінюється залежно від використовуваних практик.

Аналіз наукових публікацій, у яких започатковано дослідження практик [4], показав, що при вивченні практик предметом дослідження найчастіше виступали мова (Л. Вітгенштейн, Ф. де Соссюр), дії (М. Вебер, Т. Парсонс), поведінка (Д. Коулмен, Д. Хоманс) та деякі інші властивості цього феномена. Відтак П. Бурдье розглядав “практики” як те, що

утворюється в результаті взаємодії настановлень та ресурсів особистості, які виявляються в певному соціальному полі і тим самим створюють його. На його думку, практики людей породжуються й організуються системою диспозицій, настановлень, які формуються в процесі соціалізації та продукують відповідні уявлення та поведінку [5]. Ці диспозиції, за П. Бурдье, формуються протягом доволі тривалих відтинків часу свободами і необхідностями, можливостями і неможливостями, дозволами і заборонами тощо. Тому, зазначає Т. М. Титаренко, "...якихось надто оригінальних, неймовірних практик не існує, вони виключаються з обігу. Набутий досвід активно присутній в особистісних і колективних практиках, існуючи у формі схем сприймання, мислення, дій. Досвід гарантує правильність та стабільність практик, їхню постійність у часі надійніше, ніж усі формальні правила та експліцитні норми" [2, с. 217].

Узагальнюючи існуючі підходи до розуміння "практик" (див., наприклад, аналіз, здійснений В. В. Волковим), можна констатувати, що в найзагальнішому розумінні практики – це все, що роблять люди, використовуючи при цьому як "предметні", так і символічні (норми, традиції, мова) засоби. Важливо також наголосити на тому, що **практики – це передусім дії за визначеними правилами**. Саме тому А. В. Петров звертає увагу на можливість розгляду практик "як упорядкованих і відтворюваних структур" [6, с. 123]. А отже, *соціальні практики (як і політичні) – це певний набір правил, процедур, конвенцій поведінки людей, застосовуваний з метою реалізації власних інтересів*. Соціальні практики в повсякденному житті – це постійні дії та взаємодії, які відтворюють упорядкованість життєвого світу [там само]. **В основі практик** – звичні, традиційні дії, що здійснюються відомими, знайомими засобами. Важливо також додати, що в повсякденні практики "вбудований" так званий дотеоретичний рівень знань, тобто те, що відомо кожній людині про соціальний світ, – це може бути певна сукупність правил поведінки, моральних принципів та приписів, прислів'я та приказки, цінності й вірування, міфи тощо [6].

Теоретично соціальні практики можна розглядати у двох аспектах – буденному й діяльнісному, хоча насправді вони взаємопов'язані між собою. Якщо буденний вимір практик виявляється через звички, стереотипи, симпатії й прихильності людей, то діяльнісний передбачає цілеспрямованість, раціональність у поведінці, де самі дії визначаються інтенцією, в основі якої – єдність раціонального і ціннісного ставлення до світу [там само].

Одиниця аналізу соціальних практик – дія, водночас це "колективна" дія, що є результатом певних схем типізацій, які включають не тільки типізації інших людей, а й типізації різних подій та соціального досвіду, що відбувся в процесі соціалізації. Найважливішими **елементами, складовими соціальних практик** А. В. Петров вважає: 1) суб'єктів і їхню

взаємодію; 2) сукупність правил, приписів (як формальних, так і неформальних; явних і неявних, фонових); 3) інтенції, наміри, цілі; 4) ресурси суб'єктів практик та звичний спосіб роботи з ними [там само].

Чи не найважливішою *властивістю* соціальних практик, яка “робить” їх типовими, є інтерсуб'єктивність. Остання передбачає, що вони ґрунтуються на розумінні інших людей і на взаємній узгодженості колективних дій. У такому ракурсі соціальні практики постають як механізм зміни простору соціальної нормативності [там само].

Соціальні практики забезпечують звичний соціальний порядок та відтворюють у нормативному, соціально-культурному “плані” саму дійсність. Тому найважливішою функцією практик є *контроль* за поведінкою людей шляхом встановлення наперед заданих, наперед визначених зразків, які надають соціальним діям “належного” характеру. Тож практики – це усталені, визначені в суспільстві правила, зрозумілі учасникам спільноти, які пояснюють, що і як потрібно, а чого не можна робити [там само].

До основних характеристик практик відносять: постійність у часі, спадкоємність, регулярність (П. Бергман, Т. Лукман, П. Бурдье, Е. Гідденс); соціальність, колективність, конвенційність, регулярність, передбачуваність, стабільність (Т. М. Титаренко); типовість, інтерсуб'єктивність, змістовність, передбачуваність і прогнозованість соціальних дій (А. В. Петров, В. А. Передерій).

Отже, соціальні практики – це певний набір усталених, визначених у суспільстві правил, конвенцій поведінки, типових дій та взаємодій людей, що застосовуються ними для втілення власних інтересів. Найважливішими характеристиками практик є: соціальність, конвенційність, інтерсуб'єктивність, передбачуваність, регулярність, стабільність.

Соціальні практики молоді, з одного боку, спираються на реальний досвід минулого (традиції, архетипи і т. ін.), а з другого – частково заперечують цей досвід на новому етапі розвитку. Молодь виступає одночасно як об'єкт і суб'єкт різних соціальних практик: по-перше, вона об'єкт і суб'єкт соціалізаційних практик; по-друге – учасник соціальних практик [там само].

Важливо також наголосити, що процеси соціалізації досягають своїх цілей саме через соціальні практики (як звичні, так і процедурно інституціональні). Оскільки ми розглядаємо політичне як похідне від соціального, то логічно припустити, що *політична соціалізація дає змогу досягати мети через політичні практики*.

Поняття “політичні практики” в сучасному науковому обігу є найменш розробленим та вживається, з одного боку, вкрай рідко, і то здебільшого в політології і соціології, а з другого – у надто різних площинах у розумінні: *технології, способу входження у владу* (йдеться, зокрема, про практики просування і закріплення жінок на керівних посадах у системі

влади); *засобу і способу вирішення поставлених завдань* та розв'язання проблем у політичних конфліктах, політичних переговорах і політичному консультуванні (мають на увазі, зокрема, ігрові практики в політичному процесі); *форми політичної участі*; *чинника становлення політичної свідомості молоді* та ін. (детальніше див. [4]).

Ю. Л. Качанов, наголошуючи на тому, що політичні практики детермінуються системою актуалізованих політичних відносин, зараховує до них такі: спрямованість і зміст дій агентів поля політики; політичні уявлення; диспозиції; мотиви; інформаційні схеми тощо [7]. І. В. Жадан виокремлює реальні політичні практики в окрему групу як один із чинників, що впливає на становлення політичної свідомості молоді. До цього переліку вона включає такі, як міра поширеності якостей демократичної політичної культури (толерантності, довіри, здатності до компромісів); уявлення про владу в реальній політичній системі; політичні символи та стереотипи; політичні потреби; ціннісні пріоритети; політична компетентність; політичні ставлення.

Отже, політичні практики визначатимемо як усталені, узвичаєні в суспільстві способи взаємодії, що передбачають певний набір правил, конвенцій поведінки суб'єктів політичної взаємодії, що застосовуються ними для реалізації власних цілей та інтересів.

У найбільш загальному вигляді політичні практики класифікують (зокрема І. В. Мірошніченко, С. А. Фомін, В. В. Стоякін, які вивчали неформальні політичні практики політичного представництва корпоративного бізнесу у владі [8]) за низкою ознак: *горизонтальні – вертикальні*; *формальні – неформальні*. Цікаву думку висловив А. Б. Даугавет про те, що одночасне існування двох паралельних систем організації влади – формальної (яка часто виявляється фіктивною) і неформальної (фактичної) зумовлюється прагненням політичної еліти захистити власні “корпоративні” інтереси, яке зводиться до намагання уникнути контролю з боку суспільства й держави шляхом перенесення в “тінь” процесу розпоряджання ресурсами. При цьому під неформальними практиками в політиці мають на увазі намагання, прагнення акторів політичного процесу забезпечувати “самозбереження” й захист власних інтересів не через законні інститути (суди, законодавчу діяльність, систему управління тощо), а використовуючи переважно неформальні (тіньові) канали комунікації, міжособові зв'язки та маніпулятивні технології управління суспільними стосунками [там само].

Ще одна можлива класифікація практик акторів політичного процесу схожа за суттю до описаної вище, але визначена в іншому термінологічному тезаурусі. Йдеться про поділ політичних практик на *явні, видимі*, і *латентні, приховані*. Останні умовно можна поділити на *напівтіньові* і *тіньові* [9].

Критерій “адресності” політичних практик дає можливість виділити серед них три великі групи (рис.1).

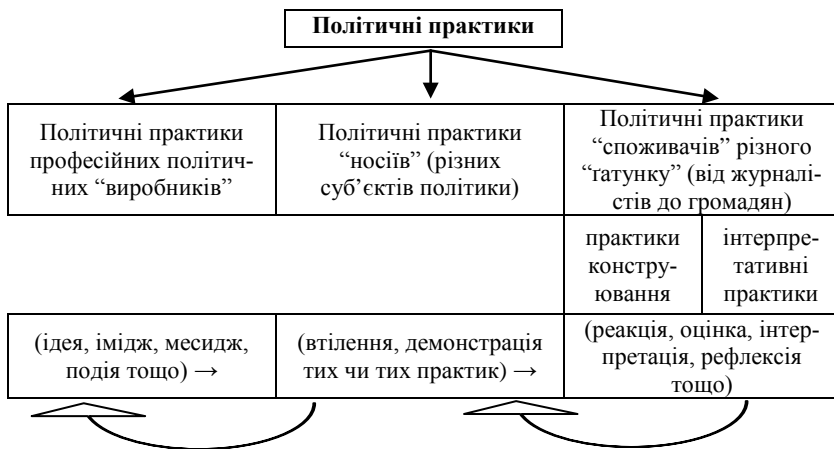


Рис. 1. Поділ політичних практик за критерієм “адресності”

Відомі також окремі одиничні спроби виокремити *практики презентації політиків*. У найзагальнішому вигляді їх можна поділити на 1) практики конструювання позитивного образу політика; 2) практики конструювання відповідно негативного образу та 3) практики самопрезентації суспільно-політичних діячів, лідерів, політичної еліти тощо (рис.2).

Так, приміром, А. Ейнгорн виділяє такі дискурсивні практики конструювання образу політичного діяча (на основі аналізу текстів преси, що подають образ російського політичного діяча, колишнього мера м. Москви Юрія Лужкова) [10]:

- *практика конструювання образу ворога* (“несе” загрозу, інколи навіть смертельну; викликає страх, тривогу й напруженість; відчуття чужого, інакшого, ворожого, небезпечного тощо);

- *практика конструювання образу злочинця, злодія* (злочинець постає як політичний ворог; зловживає повноваженнями для особистих, корисливих цілей; беззастережно краде, набиваючи свою кишеню; порушує закон; збагачується за чужий рахунок тощо; викликає злість, агресію, злорадство тощо). Неважко помітити, що ця практика активно використовується в сучасному українському політичному дискурсі зокрема щодо образу Юлії Тимошенко. Цю дискурсивну практику можна вважати різновидом попередньої (практики конструювання образу ворога) та відносити до однієї й тієї ж групи;



Рис. 2. Поділ політичних практик за характером презентації політика

- *практика конструювання персонажа як ненормального* (ідеться про створення такого образу, який займається “ненормальними”, “неналежними” справами, що не відповідають його посаді, статусу, ролі тощо). Наприклад, свого часу активно й саркастично мусувалася тема щодо, так би мовити, “дивного” хобі Віктора Ющенка, його нібито надмірного захоплення бджільництвом. Цікаво також додати, що, на думку М. Фуко, ті смисли, що пов’язані з ненормальністю, “роблять” персонаж наперед винним у всіх можливих “бідах”;

- *практика конструювання образу жертви* (зображення приниженого героя, не винного у власних “бідах”). Такого роду практика демонструє, що персонаж був лише “пішаком” у чужій політичній грі, приміром у разі прихованого політичного протиборства певних політичних акторів;

- *практики самопрезентації*, завдяки яким персонаж дістає можливість самому вибудувати свій образ, приміром через інтерв’ю, виступи тощо. Варто додати, що й тут згадана самостійність політика в побудові

власного образу є умовною, адже у нього зазвичай є іміджмейкери, спічрайтери та інші помічники, які й готують для нього тексти виступів, сценарії дебатів, інтерв'ю і т. п.;

● *практика конструювання образу героя*. До речі, єдина практика, що “працює” на позитивний образ можновладця.

До речі, остання в наведеному переліку практика, як зазначає авторка [10], була представлена в пресі переважно в період перебування політика на посаді, при владі, тоді як після його “відставки” поступово зійшла нанівець, поступившись місцем тим дискурсивним практикам, які створюють швидше негативний образ, знецінюючи, нівелюючи його “достоїнства” та акцентуючи вади. Причому описана ситуація часто-густо трапляється і у вітчизняних засобах масової комунікації, що дає підстави, на нашу думку, розглядати таку тактику як окрему практику, а саме *практику знецінювання* дій політика, можновладця (дає можливість виразити приховану агресію; самоствердитися, самозвеличитися за рахунок приниження цінності іншого та непрямю апелює до опозиції “Він – поганий, Я – хороший”).

Як на нашу думку, то описані вище дискурсивні практики конструювання образу політика (як персонажа журналістського тексту) за своїм характером сповнені суперечностей. З одного боку, оцінки аналітиків чи журналістів, що даються тим чи тим політикам (або іншим представникам влади), спрощують, полегшують, можливо навіть допомагають конструювати їхні образи у свідомості громадян, даючи можливість “побачити” той чи той суб’єкт політичної взаємодії під різними кутами зору, а також обрати найприйнятніші для себе пояснення, оцінки, інтерпретації, що “вписуються”, відповідають власній політичній картині світу. А з другого боку, ці оцінки можуть спантеличити наївного адресата, викликати в нього невпевненість, сумніви, оскільки йому важко зрозуміти, якому із сенсів належить більше довіряти.

Розглянуті нами дискурсивні практики стосуються більше того, яким чином образ політика конструюється та демонструється експертами, професійними політичними “виробниками”. Натомість у дослідженні В. І. Гришина йдеться про визначення сталих конструктів, за якими відбувається оцінювання політичних лідерів “споживачами”. Він показав, що серед чотирьох незалежних конструктів, які структурують сприймання й оцінювання політичних лідерів, один стосується оцінювання інтелектуальних, культурних та соціальних практик політичного лідера (і зокрема таких стильових характеристик поведінки політиків, як гнучкість – прямолінійність, рефлексивність – імпульсивність) (див. [11]).

Взявши за критерій розрізнення політичних практик типи стратегій політичних акторів, політичних сил одна щодо одної, можна виділити практики *конфліктні* і *компромісні* (переговорні практики, практики дося-

гнення згоди) [12]. Поширеність переговорних практик, що сприяють досягненню компромісів, співробітництва та врешті-решт згоди між суб'єктами політичної взаємодії, можна вважати ознакою демократичного суспільства, тому дехто називає їх ще демократичними практиками [13]. Одне із сучасних розумінь демократії – як інституціоналізованої мережі переговорів, що використовуються як для узгодження, вирішення конфліктів між різними політичними силами, так і для досягнення компромісу між різними політичними акторами, що виражають інтереси різних верств населення [12; 13]. За такого підходу саме практики ведення переговорів і пошуку “точок перетину” розглядаються як такі, що сприяють досягненню компромісу та згоди. Повне ігнорування інших точок зору, думок, інтересів збільшує можливість конфліктів, що, урешті-решт, ведуть до кризи легітимності влади. Відсутність же діалогу між сторонами призводить до “спотворення” уявлень одна про одну, відбувається переоцінка або ж недооцінка реального потенціалу того чи іншого політичного актора/сили, що спричинюється до “демонізації” супротивника [12].

Не слід забувати, що практики не формуються миттєво, а є усталеними стратегіями, способами взаємодії або ж лініями поведінки в політиці. Брак історичних прикладів та інститутів, у межах яких, приміром, опозиція і владна більшість могли б взаємодіяти, знижує ймовірність конструктивного співробітництва. На думку І. В. Большакова, упровадження демократичних практик та ефективно працюючих інститутів, що приймаються, визнаються більшістю громадян, може відбуватися шляхом переговорів і досягнення компромісу між різними політичними акторами, які виражають інтереси різних верств, груп населення. У ситуації ж, коли наявна конфігурація не є результатом компромісу між різними політичними силами, демократичні структури виявляються недієздатними, часто густо їх замінюють неформальні інститути. У зв'язку із цим функціонування інститутів не є прикладом і стимулом для захисту громадянами своїх прав та інтересів, артикуляції й вираження власної позиції та участі в суспільно-політичному житті. Це призводить до виявів авторитарного “рефлексу” – популярності лідерів, які обіцяють навести порядок у країні “залізною рукою” [12] і, відповідно, до поширення *авторитарних практик*.

Оскільки суспільство сьогодні все ще перебуває в перехідному стані (від авторитарного до демократичного), то в ньому одночасно діють як усталені практики, так і нові, які наразі формуються, зміцнюються та інституціоналізуються. До того ж саме тип взаємодії – авторитарний або демократичний – вдало описує специфіку взаємодії саме політичної. Тому окремим завданням стає виділення ознак, за якими можна було б визначити типи практик основних суб'єктів політичної соціалізації: ідеться, зокрема, про авторитарні і демократичні практики (табл.).

Ознаки практик, характерних для політичної взаємодії

Ознаки авторитарних практик	Ознаки демократичних практик
Директивний, односторонній характер комунікації, спорадичне, несистематичне підтримання контактів із громадянами	Діалогові форми комунікації влади і населення, дискурсивні практики, полеміка державних і громадянських структур із суспільно значущих проблем
Одностороння активність держави, коли дискурс підміняється пропагандою владних сил, політичних акторів	Відкритий характер спільних домовленостей, що демонструє орієнтацію влади і населення на досягнення політичного консенсусу й згоди
Ухилення від участі в суспільному діалозі; монологічний характер комунікації	Відкритість, готовність до діалогу та спроможність “почути” співкомунікатора
Маніпулятивний характер здійснюваного впливу для отримання однобічного “виграшу”	Переконувальний або “інформувальний” характер здійснюваного впливу
Застосування тиску задля досягнення поставленої мети, однобічного “виграшу”	Пошук компромісу у вирішенні проблемних питань
“Одноосібне” прийняття рішень	Колегіальне прийняття рішень або прийняття рішень як результат переговорів
Нетерпиме ставлення до інших; нетолерантність до відмінних ідей, поглядів	Толерантне ставлення до інших
Зневажання, нехтування правами і свободами інших	Поважне ставлення до прав і свобод інших

Висновки. Політичні практики можна розглядати як усталені, узвичаєні в суспільстві способи взаємодії, що передбачають певний набір правил, конвенцій поведінки суб’єктів, застосовуваних ними для реалізації власних цілей та інтересів. Практики передаються й формуються у процесі політичної соціалізації завдяки інтеракціям між суб’єктами соціальної взаємодії та відтворюються ними. Залежно від критеріїв, обраних для класифікації політичних практик, їх можна поділити на: вертикальні – горизонтальні; формальні – неформальні; явні, видимі – латентні, приховані; політичні практики професійних політичних “виробників” – політичні практики “носіїв” (різних суб’єктів політики) – політичні практики “споживачів”; конфліктні – компромісні; авторитарні – демократичні.

У процесі взаємодії через взаємовпливи практик суб’єктів політичної соціалізації відбувається побудова картини політичного світу молоді.

Ця картина яка визначає її суспільно-політичні дії і практики, що веде до утворення спільного дискурсивного політичного простору, зміст якого час від часу змінюється залежно від використовуваних практик.

Література

1. *Васютинський В.* Інтеракційна психологія влади / Вадим Васютинський. – К. : Київ. славіст. ун-т, 2005. – 492 с.
2. *Титаренко Т. М.* Соціально-психологічні практики життєконструювання особистості / Т. М. Титаренко // Актуальні проблеми психології. Психологічна герменевтика : зб. наук. праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України. – Житомир, 2011. – Т. 2. – Вип. 7. – С. 15–23.
3. *Титаренко Т. М.* Координати соціально-психологічних практик у постнекласичних персонологічних дослідженнях / Т. М. Титаренко // Психологічні науки: проблеми і здобутки : збірник статей / Київський міжнар. ун-т, Ін-т соц. та політ. психології НАПН України. – К., 2011. – Вип. 3. – С. 212–224.
4. *Скнар О. М.* Політичні практики: визначення поняття та підходи до розуміння / О. М. Скнар // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць. – К., 2011. – Вип. 12. – С. 95–105.
5. *Бурдьє П.* Социология политики : [пер. с фр.] / Пьер Бурдьє ; [сост., общ. ред. и предисл. Н. А. Шматко]. – М. : Socio-Logos, 1993. – 336с.
6. *Петров А. В.* Социальные практики молодежи: механизмы структурирования и идентификации / А. В. Петров // Вестник Московского университета. Серия 18: Социология и политология. – 2006. – № 3. – С. 123–134.
7. *Качанов Ю. Л.* Производство политического поля в современной России / Ю. Л. Качанов // СОЦИС. – 1997. – №11. – С. 3–12.
8. *Мирошниченко И. В.* Неформальные политические практики корпоративного бизнеса / И. В. Мирошниченко, С. А. Фомин, В. В. Стоякин // Политическая экспертиза. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.politex.info/content/view/503/30/>.
9. *Соловьев А. И.* Латентные структуры управления государством, или Игра теней на лике власти / А. И. Соловьев // ПОЛИС. – 2011. – № 5. – С. 70–98.
10. *Эйнгорн А.* Дискурсивные практики конструирования персонажа в прессе (на примере Юрия Лужкова) / Эйнгорн Анастасия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://journ.usu.ru/index.php/component/content/article/464>.
11. *Чуніхіна С. Л.* Державний чиновник як об'єкт соціальної перцепції: деякі теоретичні підходи до вивчення проблеми / С. Л. Чуніхіна // Психологічні науки: проблеми і здобутки. Серія “Психологічні науки: проблеми і здобутки”: зб. наук. статей. – К., 2011. – Вип.3. – С. 250–266.
12. *Большаков И. В.* Культура российских политических акторов: вариант типологизации / И. В. Большаков // ПОЛИС. – 2011. – №5. – С. 104–115.
13. *Демократические практики* [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.democracy.ru/curious/democracy/book_sergeev/page5.html#P107_48746.

Скнар О. Н. Политические практики субъектов политического взаимодействия: попытка классификации

Построение, конструирование картины политического мира молодежи рассматриваются в процессе социального взаимодействия через взаимовлияние практик субъектов политической социализации. Делается вывод, что сформированная таким образом картина мира определяет общественно-политические действия и практики молодежи, которые, в свою очередь, влияют на практики других агентов поля политической социализации, что способствует созданию общего дискурсивного политического пространства, содержание которого время от времени изменяется в зависимости от используемых практик. Политические практики рассматриваются как производные от социальных. Предлагаются варианты классификаций политических практик.

Ключевые слова: взаимодействие, социальные практики, политические практики, политическая картина мира, молодежь, классификация.

Sknar O. M. Political practices of the subjects of political interaction: attempt at classification

Construction of youth' political world picture takes place in the process of social co-operation through mutual influences of practices of the subjects of political socialization. The picture of the world determines social and political actions and practices of young people, which, in turn, influence practices of other agents of the field of political socialization, which causes formation of common discursive political space. The content of such space changes from time to time depending on the used practices. Political practices are considered as derivatives from social. Different kinds of classifications of political practices are offered.

Key words: co-operation, social practices, political practices, political picture of the world, young people, classification.

ПОЛІТИКО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ В УМОВАХ СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ І РЕФОРМУВАННЯ ОСВІТИ

СТАНОВЛЕННЯ МОРАЛЬНО-ПРАВОВИХ ОРІЄНТАЦІЙ НЕПОВНОЛІТНІХ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ НЕРІВНОСТІ

Т. І. Бєлавіна, м. Київ

Окреслюється коло проблем, пов'язаних із становленням морально-правових орієнтацій неповнолітніх в умовах соціально-економічної нерівності; розглядається взаємозв'язок економічного середовища і психічного розвитку. Наголошується, що масове поширення лібералізованих морально-правових орієнтацій супроводжується порушенням і деструкцією соціально-етичних норм та потребує особливої уваги дослідників.

Ключові слова: моральні, етичні, правові орієнтації; життєві цінності.

Проблема. В умовах глобальної нерівності, стрімких соціально-економічних змін, зростання ролі високих технологій у суспільному виробництві, надзвичайної динамічності інформаційних процесів у центрі наукової зацікавленості опиняється проблема зростання соціальної нерівності, а відтак загострення соціальної напруженості, що пов'язано з поглибленням соціальних конфліктів між заможними і незаможними, поширенням бідності, погіршенням актуальних умов для розвитку людини.

Соціологи підкреслюють, що зростання економічної ефективності не супроводжується позитивними соціальними змінами, навпаки, результатами економічного розвитку розпоряджається незначна меншість населення на тлі кількісного збільшення абсолютно бідних [1]. В умовах зростаючої соціальної нерівності спостерігається подальша поляризація світу, при цьому впадає в око очевидна байдужість більш благополучної його частини до життя знедолених. У таких умовах відбувається наразі економічна, правова, моральна соціалізація неповнолітніх, що належать до менш успішної частини населення.

Мета статті: окреслити коло проблем, пов'язаних із становленням морально-правових орієнтацій неповнолітніх в умовах соціально-економічної нерівності.

На початку 1990-х років ареал бідності поповнився ще одним осередком: радикальні економічні реформи зумовили зростання бідності в пострадянських країнах, у тому числі і в Україні. Як зазначає Н. Толстих, “умови життя в ареалах бідності не створюють ані економічних, ані культурних, ані психологічних передумов для подолання бідності зусиллями самих знедолених” [там само]. Психологічну характеристику бідності наповнюють страх перед майбутнім, відчай і безнадія, байдужість до власного життя. Особливе занепокоєння викликає численність дітей і підлітків, змушених через матеріальні нестатки в сім'ях залишати навчання в школі, або тих, які, будучи позбавленими опіки держави та сім'ї, стають безпритульними.

Бідність як стиль життя виявляється через певні стандарти споживання, задоволення основних потреб та задоволеність соціальним статусом. Вона визначається ступенем вилучення особи зі стилю життя, що є загальноприйнятим та очікуваним у суспільстві сьогодні. Належність до стану бідних зумовлюється співвідношенням стандартів життя більшості населення з умовами життя андеграунда. У концепції субкультури бідності ключовим є усвідомлення *позбавленості* як особливої культури пристосування до бідності.

Кожна епоха і культура виробляють власне сприйняття соціальної нерівності і бідності, висувають соціальні ідеали рівності та етичні імперативи ставлення до знедолених.

Проблема соціально-економічного середовища як системи умов і можливостей існування та розвитку людини і його впливу на психічний розвиток порівняно недавно почала обговорюватися в психологічній літературі. Але складні взаємозв'язки між економічними відносинами людей і їхніми психологічними особливостями, навіть, можна сказати, економічною свідомістю, відзначив ще у XVIII ст. І. Т. Посошков у своєму творі “Книга о скудости и богатстве” (1724). Він, зокрема, зауважує: “Богатство же временное ничто же есть, и аще кто его и получит, не всякому оно на пользу, но вьщщи бывает на погибель. Ибо от богатства приходит гордость, тщеславие, чревообъедение, сластолюбие, вешелюбие, всякая роскошность непотребная...”. Він також надає рекомендації щодо психічної регуляції свідомості: “А аще ...от великой скудоты, чем пропитаться не можешши, то и тогда, во отчаяние, ни во уныние не вдавайся, и ни к каковому воровству и несправедливому делу не касайся, и к воровским людем и к разбойникам не прилепляйся, ни с мошенниками, и ни с обманщиками...” (цит. за: [2]).

У контексті сучасної соціально-економічної ситуації психологія звертається до питань загальнолюдських цінностей, до прийняття економічних рішень по змозі з огляду на морально виправдану мету та морально прийнятні та співвідносні із законом способи, апелює до особистих рис людини, наприклад ініціативності, яка була б зорієнтована ідейно-політичною орієнтацією актуального суспільства, держави та особистості. Складна соціальна реальність потребує подальшої розробки проблем, пов'язаних із моральними регуляторами прийняття рішень в економічно значущих ситуаціях, формування належного рівня економічного мислення та поведінки, тобто йдеться про проблеми *економічної соціалізації*.

Під економічною соціалізацією розуміють формування в особистості економічного мислення на основі пізнання нею економічної реальності, засвоєння економічних знань, набуття навичок економічної поведінки і реалізація їх у реальній дійсності. Процес економічної соціалізації індивіда пов'язаний із соціальними умовами різного рівня: із соціально-економічними проблемами суспільства, з повсякденним життям різних груп, із впливом різноманітних агентів соціалізації.

Сучасні діти вступають в економічне життя, часто не маючи необхідних знань і навичок, що може створити серйозні проблеми. На основі досліджень особливостей економічної соціалізації підлітків дослідники розробили економіко-психологічну характеристику цієї вікової групи. *Підлітки* – це самостійні, “теоретично” незалежні від батьків люди, занепокоєні тільки своєю долею, де на першому місці – бажання розбагатіти, мати свою справу, добре влаштуватись. Багато хто з них ставить щастя в пряму залежність від кількості грошей. Сучасні підлітки прагматичні, самостійні й зорієнтовані на успіх. Це найбільш динамічна група населення. Поява нових ідеалів у суспільстві (наприклад матеріальний добробут) зумовлює швидкі зміни в їхній системі цінностей. Цінність багатства маніфестується в них у значущість індивідуального і престижного споживання. Це покоління, у якого романтизм (мрії про “краще життя”) найбільш тісно переплітається з прагматизмом (ставка на власні сили, готовність до соціально несхвалюваних дій – частина з них уже заробляла гроші незаконними способами). В економічній свідомості і поведінці підлітків криза суспільства відобразилася найбільшою мірою, оскільки вона прийшла на період їх активної соціалізації [3].

За визначенням Ф. М. Достоевського, вони “подростки смутного времени” (мовою оригіналу), портрет яких він описував у болісний період становлення банківського капіталу в 70-х роках XIX ст. (див. [4]). Динаміка етичних, моральних уявлень та настановлень, а також проблема їхньої стійкості до впливів стресових періодів виглядають дуже актуально та мають важливе значення в процесі соціалізації підлітка, тому що, на думку того Достоевського, “...из подростков созидаются поколения” [там само].

Різке посилення соціальної диференціації, зміни структури суспільних відносин та інтенсифікація контактів сучасної молодшої генерації з новими соціальними посередниками, які не були притаманні соціалізації минулих поколінь, роблять міжпоколінні відмінності більш значущими. Наприклад, сучасні підлітки частіше заперечують досвід батьків, ніж завоюють його. Молодь, як найбільш уразлива до кризи вікова група, вступає у протиріччя із суспільством, яке поки що не має чіткого уявлення про модель подальшого розвитку, а вибір нових орієнтирів молоддю може справити доленосний вплив як на розвиток нової генерації, так і на суспільство в цілому. Отже, криза перехідного періоду як особливий “часовий” стан суспільства, будучи жорстким пролонгованим нестійким “динамічним хаосом”, стає кризою для суспільних цінностей та закладає основи формування довгострокових, стратегічних життєвих настановлень, ціннісних орієнтацій, які можуть бути значною мірою дегуманізованими, жорсткими, далекими від ідеалів соціальної співпраці. Формування саме таких настановлень може в подальшому стати на заваді процесам суспільної стабілізації.

Прикметною рисою підліткового віку стає наразі уразливість дітей щодо соціально-економічних обставин кризового періоду. З одного боку, недостатність життєвого досвіду і психофізіологічні особливості викликають нестійкість морально-етичних цінностей, а з другого – протиріччя між “дорослими” потребами і браком адекватних матеріальних можливостей зумовлюють девіантні форми поведінки, яка останнім часом стає все більш жорстокою. Серед мотивів девіантної поведінки останнього десятиріччя, за даними аналітичного відділу МВС, на пріоритетні позиції виходять жадібність і корисливість, а немотивовані злочини здійснюються в стані алкогольного сп’яніння або під впливом наркотиків [4].

На тлі актуалізації ролі грошей у соціальному статусі сучасні підлітки вчать в нових умовах вирішувати протиріччя між матеріальними потребами, що виникають, і реальними матеріальними можливостями. Більшість із них використовують кишенькові гроші, отримані від батьків. Та частина підлітків, що не мають такої можливості, обирають стратегію поведінки у вирішенні цієї проблеми залежно від власних цінностей, моральних та правових настановлень. Одні виявляють ініціативу самостійного пошуку додаткової плати за працю в межах морально-правових норм. Інші ж вирішують свої проблеми матеріального плану за рахунок тих, хто слабший, шляхом різного роду порушень норм, з елементами кримінальної загрози [4; 5].

Ілюстрацією до вищесказаного можуть бути результати опитування 76-х засуджених підлітків чоловічої статі, що відбувають покарання в Бережанській виховній колонії. Практично всі вони походять з малозабезпечених сімей і сімей, що ведуть асоціальний спосіб життя. Дослідження

показало, що мотивом для скоєння злочину всіх без винятку опитаних став пошук грошей на особисті потреби (для придбання сигарет, алкоголю, солодощів, подарунка для дівчини тощо).

Крім уже згаданих особливостей кризового соціально-економічного середовища, що визначають умови перебігу процесу соціалізації підлітка, слід звернути увагу ще й на майже революційну лібералізацію етичних норм, руйнування попередніх моральних настановлень. Тому нормативні правові погляди, моральні та етичні цінності сучасного підлітка та молоді формуються в умовах усеохопної дозволеності.

За попередніми результатами опитування групи експертів (n=12, стаж роботи кожного понад 10 років) із числа педагогічних працівників професійно-технічного училища № 16 м. Києва, було визначено, що протягом останніх років підлітки значною мірою змінилися. Експерти відзначають порівняно більшу їх незалежність і самостійність, більшу прагматичність, ініціативність, підприємливість, посилення в підлітків індивідуалізму, відповідальності щодо отримання освіти, вибору майбутньої професії. Водночас відмічено появу корисливості, прагнення стати можливим будь-якою ціною, поширення схильності до вживання алкоголю і наркотиків, збільшення кількості сексуальних дебютів у підлітковому віці, лояльне ставлення до асоціальної поведінки.

Опитування 54-х учнів (переважно чоловічої статі, усі з малозабезпечених сімей) цього ж училища дало змогу визначити розподіл соціально-етичних і морально-правових орієнтирів неповнолітніх. Було з'ясовано їхнє ставлення до крадіжки (78% опитаних дітей вважають це для себе неможливим; 14% припускають таку можливість; 8% не визначились), отримання користі шляхом обману (відповідно 34%; 19%; 47%) або застосування сили (83%; 10%; 7%), отримання хабара (69%; 29%; 2%), безквиткового проїзду (34%; 59%; 7%), лайки (36%; 54%; 10%) тощо.

Як уже зазначалося вище, погляди, ідеї, теорії і почуття завжди виникають та існують у певному культурно-історичному контексті, причому параметри розвитку правосвідомості та правового самовизначення задають економічний і політичний контексти, а також стан справ і зміни в правовій сфері та державних інституціях, які визначають регулювання стосунків і поведінки в межах актуальної цивілізації, характерні деформації поведінки, соціальні патології, джерела і детермінанти криміналізації суспільства. Правосвідомість у радянський період формувалася, наприклад, на основі повного підпорядкування особистості державі, яка забезпечувала деякі громадянські права і певний рівень соціального захисту, але водночас прагнула зрівняти громадян перед законом щодо матеріально-економічних можливостей, політичних поглядів, обмежувала індивідуальні можливості самоствердження вільної особи [6]. Тривала дія моноідеології радянського періоду викликала на зламі епох ефект деідео-

логізації та перетворилася на зростаюче почуття фатальної безнадії, безперспективності, навіть духовного спустошення у значної частини лєння, яке до того ж переживає тривалу економічну кризу. Це призвело до соціальних відхилень та ураження тенденціями соціального примітивізму суспільної думки певної частини населення.

Особливого значення в цьому контексті набуває *нормативне настановлення* як готовність та здатність до соціально бажаної або протиправної поведінки; воно формується під впливом соціально-психологічних факторів, а також надає стійкого, цілеспрямованого характеру діяльності в мінливому соціальному середовищі, визволяючи людину від необхідності щоразу приймати рішення заново в ситуації, з якою вона вже стикалася. Правове самовизначення забезпечує належне засвоєння молодим поколінням певних цінностей, що стають основою стійкої моральної позиції людини в житті, стимулом до правомірної поведінки, моделювання норм та правил соціально бажаної поведінки та визначення, яких саме норм (прав та обов'язків) треба дотримуватися.

Отже, існує потреба у виробленні нових принципів та механізмів побудови правової держави, які відрізнялися б від колишніх, були спрямовані на розвиток готовності отримувати правову інформацію та робити відповідальний вибір між законом і моральними нормами, на формування емоційного (небайдужого) ставлення до дотримання закону.

Висновки. Становлення морально-правових уявлень і настановлень неповнолітніх у контексті їхньої економічної, правової, моральної соціалізації здійснюється в умовах соціально-економічної нерівності, яка посилюється кризою перехідного періоду. Особливості соціально-економічних обставин глибокої суспільної кризи посилюють і без того високу уразливість, притаманну підлітковому віку.

Морально-правові орієнтації підлітків у сучасній Україні мають ознаки як конструктивного, так і деструктивного розвитку. Це стосується основних сфер суспільного життя, політичних та економічних відносин, духовно-етичних та морально-правових норм. Більшість підлітків прийняли вимоги лібералізованої економічної ситуації, усвідомили та визнали принцип індивідуальної відповідальності за власну долю і розраховують тільки на себе, власні знання, уміння, завдяки яким сподіваються досягнути високого рівня життя. Загалом їм притаманне критичне ставлення до негативних асоціальних проявів у поведінці своїх однолітків. Разом з тим масове поширення лібералізованих морально-правових орієнтацій у молодіжному середовищі супроводжується порушенням і деструкцією соціально-етичних норм та потребує особливої уваги дослідників.

Отже, правове самовизначення залежить від рівня правового розвитку особи, її уявлень про функції закону та умови його виконання, оцінювання необхідності виконання закону представниками окремих

соціальних груп, правослухняності поведінки (відповідності вчинків за-
своєним правовим нормам і моральним цінностям суспільства), здатності
до саморегуляції та свідомого самоконтролю тощо.

Література

1. Толстих Н. Формування ареалів бідності / Н. Толстих // Соціологія: теорія, мето-
ди, маркетинг. – 2002. – № 2. – С. 55–57.
2. Климов Е. А. Экономическая среда и психика / Е. А. Климов // Вестник Москов-
ского университета. Серия 14. Психология. – 1999. – № 4. –
С. 67–79.
3. Авер'янова Г. Особливості економічної соціалізації молоді в умовах трансфор-
мації українського суспільства / Г. Авер'янова, В. Москаленко // Соціально-
психологічний вимір демократичних перетворень в Україні. – К., 2003. – С. 296–
318.
4. Ковалева Т. В. Подростки смутного времени (к проблеме социализации старше-
классников) / Т. В. Ковалева, О. К. Степанова // СОЦИС. – 1998. – № 8. – С. 57–
64.
5. Авер'янова Г. М. Кишенькові гроші як фактор економічної соціалізації підлітків
/ Г. М. Авер'янова // Психологія : зб. наук. праць НПУ ім. М. П. Драгоманова. –
К., 2002. – Вип. 18. – С. 87–96.
6. Гулевич О. А. Правосознание и правовая социализация: Аналитический обзор :
учеб. пособие для студентов ф-тов психологии вузов по спец. “Психология” /
О. А. Гулевич, Е. О. Голыничик. – М. : Междунар. об-во им. Л. С. Выготского,
2003. – 270 с.

Белавина Т. И. Становление морально-правовых ориентаций у несо- вершеннолетних в условиях социально-экономического неравенства

Очерчивается круг проблем, касающихся становления морально-правовых ориентаций несовершеннолетних в условиях социально-экономического неравенства; рассматривается взаимосвязь между экономической средой и психическим развитием. Подчеркивается, что массовое распространение либерализированных морально-правовых ориентаций сопровождается нарушением и деструкцией соци-
ально-этических норм и требует особого внимания исследователей.

Ключевые слова: моральные, этические, правовые ориентации; жизненные ценности.

Belavina T. I. Formation of minors' moral and law orientations in condition of social and economic inequality

The article is devoted to the problem of formation of minors' moral and law orientations in condition of social-economic inequality. Also it is about interconnection of economic environment and mental development. It is underlined that mass distribution of moral and law orientations which have been liberalized is followed by destruction of social and ethic norms and needs in special attention of researchers.

Key words: moral, ethics, law orientations; life values.

ОСОБИСТІСНО-РОЛЬОВА ГРА ЯК ПСИХОЛОГІЧНА ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЇ ПОЛІТИЧНОЇ УЧАСТІ

О. Л. Корбанова, м. Київ

Під кутом зору психотехнологічних підходів аналізується особистісно-рольова гра. Запропоновано тривекторну модель особистісно-рольової гри та виділено її складові характеристики, зокрема ситуацію, сюжет, ролі, мізансцени, сценарій та ін. Представлено розроблені автором особистісно-рольові ігри, що моделюють реальні ситуації політичної участі. Наведено структурований опис завдань до особистісно-рольових ігор, пов'язаних з їх застосуванням, реалізацією та відтворенням. Визначено мотиваційні ресурси ігор, що сприяють активізації політичної участі молоді, та запропоновано їх застосування для формування рольових моделей активної соціально-політичної поведінки в реальному житті.

Ключові слова: мотивація політичної участі, особистісно-рольовий принцип, роль, особистісно-рольова гра, моделі соціально-політичної поведінки.

Проблема. Сьогодення вимагає від громадян активної політичної поведінки, і для молодої людини важливим є самовизначення на цьому шляху. Молодь перебуває в пошуку свого місця в суспільстві; вона пізнає себе, свої можливості та пріоритети, визначається щодо своїх соціальних і психологічних ролей, впливовості, статусності, самостверджується в ролі громадянина. Різні впливи, здебільшого інформаційні, що спрямовані на політичне самовизначення молоді, виконують своє завдання на достатньому рівні, але, хочеться зауважити, політична поінформованість як така ще не означає соціально-політичної активності. До дій та вчинків участі в політичних процесах молоді особу спонукає мотивація. Слабка мотивація, відсутність бажання, навичок або брак досвіду політичної участі можуть стати причиною пасивності або недостатньої активності молодої людини в соціально-політичному житті. Тому вважаємо за необхідне повернути увагу фахівців до практичних психологічних технологій, спрямованих на набуття молодими людьми досвіду мотивованого діяння, умінь і навичок мотивації політичної участі шляхом тренінгу з використанням особистісно-рольових ігор.

Мета статті: висвітлити зміст і процес проведення особистісно-рольових ігор, що використовуються в тренінгу формування мотивації соціально-політичної активності, та характер впливу, який при цьому здійснюється на мотиваційні складові політичної участі молоді.

Згідно з особистісно-рольовим принципом, запропонованим В. І. Войтком [1], системотворчими складовими реалізації групової форми буття є особистість і роль. Відповідно політичну участь слід розглядати як спільну діяльність та враховувати як особистісні, так і рольові її аспекти, зокрема вплив рольового спілкування суб'єктів політичної участі на перебіг самого процесу та форми політичної участі.

Політична участь на рівні окремої особистості має, у спрощеному вигляді, такі ланки: мета – мотив – діяння (вчинок) або бездіяльність (наприклад, написання звернення, що привертає увагу до певної соціальної проблеми, або участь у виборах) – результат – оцінка особистістю отриманого результату (вдалося чи не вдалося наблизитися до вирішення проблеми або вирішити її). До політичної участі людину зазвичай спонукають кілька мотивів, які перебувають у певній субординації: одні відіграють провідну роль, інші їм підпорядковуються і посідають другорядні місця. Кожній людині притаманна відносно стійка структура мотивації політичної поведінки, яка передбачає субординацію мотивів і мотивувань поведінки. Загальна структура мотивації політичної участі конкретної особи формується відповідно до цілей та цінностей, які визначають свідомі мотивування особистісної поведінки.

Долучаючись до політичної участі, молода людина включається в соціальний контекст та піддається соціальним впливам. Усе це відображається в потребово-мотиваційній та ціннісно-смысловій сферах особи, спонукаючи її до політичної активності. Разом з тим особистісні ланки політичної участі опосередковуються функціонально-рольовими і статусно-позиційними закономірностями, які при цьому виникають і, зрозуміло, теж впливають на політичну поведінку. Суб'єкти політичної участі здійснюють взаємовпливи в процесі рольового спілкування; їм властиві певні взаємні ставлення та очікування. Це є взаємозумовлений процес. З одного боку, мотивація спонукає особу до певних дій та вчинків політичної участі, конкретних рольових проявів політичної поведінки. З другого боку, засвоєння особистістю рольових моделей політичної поведінки та долучення до рольової структури суспільства спонукає до відтворення їх, що стимулює, активізує політичну участь.

Молоді люди потребують допомоги в набутті досвіду та навичок мотивації політичної участі. Такою формою, що спирається на мотиваційні ресурси, є особистісно-рольова гра [2]. Вона моделює адаптивну соціально-політичну поведінку і створює сприятливі умови для її засвоєння та відтворення в реальному житті.

Загальновідомо, що рольова гра – це спосіб моделювання психологічної ситуації з метою вироблення тих чи інших психологічних і соціальних навичок. Рольові ігри відрізняються від інших видів діяльності тим, що їх можна використовувати як дійство: відрепетируване, штучне

або спонтанне. Зокрема, рольову гру використовують як прийом у різних терапевтичних підходах для розучування та вдосконалення бажаної і адаптивної поведінки [3]. Вона також широко застосовується в психодрамі та драматерапії і полягає у виконанні якоїсь певної ролі в аматорській виставі, завдяки чому відбувається саморозвиток особистості, а відтак вона більшою мірою відповідає соціальному стандарту. Рольова гра допомагає їй краще зорієнтуватися в смислах і мотивах діяльності та засвоїти засади суспільної моралі суспільства. Дослідники підкреслюють, що рольова гра є формою моделювання ставлень та стосунків, що фіксуються в правилах певних ролей [4].

На наш погляд, особистісно-рольові ігри виконують триєдине завдання. Особистість “приміряє” роль на себе, освоює її, потім інтегрується (“вживається”) у цю роль, опановує необхідні навички. Потім у єдності світосприйняття та досвіду особистісний контекст і контекст навички мотивування сприяють уходженню людини в соціальне життя, інтегруванню її в соціум. Ми виокремили три вектори моделі особистісно-рольових ігор: *перший вектор* становить персону людини, яка працює з роллю; *другий* означає прийняття ролі як такої та “вживлення” цієї ролі в структуру особистості; *третій вектор* спрямований на долучення до соціального контексту, визначення місця ролі в соціальній структурі суспільства та мети, якої особистість досягає за допомогою цієї ролі.

Вектор персони в особистісно-рольовій грі відбиває особистісні аспекти, зокрема мотивацію та загальні цілі соціально-політичної взаємодії, ті шляхи, які особа обирає, щоб досягти визначених цілей – за допомогою вже існуючих моделей поведінки чи, можливо, заново сформованих. В особистісно-рольовій грі завдяки створюваним умовам відпрацьовуються та засвоюються провідні ціннісно-мотиваційні характеристики політичної участі як діяльності.

Мотиваційний процес має певні фази: досягнення цілей, послаблення вже задоволених потреб, формулювання нових цілей і планів. Мотиви спонукають до постановки та досягнення цілей, проте відрізняються від свідомих цілей, не завжди усвідомлюються суб’єктом, а надають свідомому відображенню соціальної ситуації суб’єктивного емоційного забарвлення, яке виражає значення та особистісний смисл відображуваного для самого суб’єкта. На рівні персони відбувається трансформація мотивів як неусвідомлених спонукань до дій і вчинків соціально-політичної активності в ціннісно-рольові мотивування дій та вчинків унаслідок рефлексивного пояснення людиною причин, що стимулюють її діяння та вчинки. Мотивуючи і пояснюючи діяння, вчинки або власну бездіяльність, люди звертаються до усвідомлюваних ними прагнень, потреб, інтересів, зацікавленості, бажань та побоювань. *Роль являє собою вироблену суспільством програму дій людини в певних обставинах та закріплює стійкі спо-*

соби поведінки в суспільстві, які залежать від статусу особистості в системі соціальних і міжособових стосунків. Ми розглядаємо роль як динамічну статусно-позиційну модель спілкування і поведінки, яка визначається ціннісно-смісловими настановленнями, зокрема нормами, правилами, приписами, вимогами, та надає носієві ролі певних прав. Модель поєднує врахування ставлень, очікувань, прогнозування, передбачення результатів взаємодії, соціальної дії, діяння, вчинку. Прийняття та засвоєння ролі на рівні рольової моделі політичної поведінки починаються із складання програми дій, що включає смислові навантаження цих дій, їх характер та послідовність, зміст і спрямованість. Мотивувати при цьому може ідеальна бажана ситуація або програма розгортання дій. На цьому етапі формулюються мотивування діянь та вчинків. Індивідуальні особливості полегшують або, навпаки, ускладнюють засвоєння і реалізацію тієї чи іншої ролі. У процесі зміни ролей та спостереження за цим процесом у різних учасників суб'єкти просяняють для себе цінності, цілі, мотивацію учасників спілкування, орієнтуються в системі взаємних експектацій і ставлень та набувають здатності враховувати їх. Виконання ролі в грі проявляє актуальні в цей момент потреби людини, а також і більш глибокі тенденції, пов'язані з цілями і цінностями.

Соціально-політична діяльність не має виключно виконавського характеру; вона передбачає осмислення, оцінювання, формування ставлення, визначення мети, що відіграє важливу роль у політичній поведінці людини та опосередковує вплив мотивації на результати політичної участі. Ознайомлення з роллю дає можливість рухатися далі, враховуючи такі особливості взаємодії ролей, як компліментарність, ступінь конфліктності, наявність рольових цінностей і цілей та їх відмінність у різних людей, а також наявність особистих інтересів учасників гри та їх зіткнення в пошуку компромісного залагодження ситуації.

Вектор приймання ролі та “вживлення” у роль в особистісно-рольовій грі проявляється в тому, що зазвичай людина протягом життя використовує великий рольовий репертуар і проживає різні ролі. У процесі виконання ролі людина реалізує той аспект особистості, який видається їй схвалюваним, бажаним, може справити позитивне враження на інших, та прагне до більшого саморозкриття в ролі. Соціальна роль члена громадянського суспільства набуває на рівні персони індивідуального забарвлення. Апробуючи, приймаючи та засвоюючи різні ролі, людина вирішує надзавдання пошуку тотожності в ролі та виробляє власне ставлення, засвоює, розпізнає систему правил, що задають цю модель, і здійснює вибір відповідної системи дій.

В особистісно-рольовій грі особистість оволодіває в зовнішньому, на рівні поведінки та спілкування, а потім у внутрішньому плані, на рівні персони, рольовими моделями соціально-політичної поведінки з власти-

вою їм сукупністю норм, вимог і правил. Гра вимагає дотримання певних правил щодо спілкування учасників і налагодження взаємовідносин з іншими учасниками гри, а також соціальним і рольовим контекстом, який закладений у ситуації гри, відповідно до ролей. Незважаючи на заданість певних ключових аспектів рольової моделі, кожна особа обирає свою, індивідуальну модель політичної поведінки.

Вектор долучення до соціального контексту в особистісно-рольовій грі враховує взаємні ставлення та очікування, враження, яке особистість справляє на інших або яке бажає справити, і мету, яку за допомогою ролі персона досягне. Молоді люди не завжди мають зразки лояльної політично активної поведінки і не мають достатнього досвіду взаємодії з державними та громадськими організаціями. Розроблені нами особистісно-рольові ігри були використані як засіб і метод підготовки до соціально-політичної активності та адаптації в соціумі. Під час моделювання рольових ситуацій, що спонукають молодих людей діяти, обравши модель соціально-політичної поведінки, актуалізуються їхні уявлення про бажаний напрямок розвитку ситуації та бажані результати взаємодії. Інтеграційні процеси сприяють апробації, приміруванню на себе та засвоєнню нових моделей рольової поведінки. Новий досвід засвоюється вибірково, залежно від того, наскільки він відповідає цінностям особистості, схвалюється нею, подобається їй, дає позитивні емоції, сприяє самореалізації. Потім засвоєний досвід закріплюється в рольовому репертуарі особистості у вигляді моделей рольового спілкування. Позитивний досвід, отриманий завдяки реалізації моделей активної соціально-політичної поведінки в особистісно-рольовій грі, сприяє виникненню в молодих людей намірів щодо участі в політичних процесах та намірів справляти вплив на політичне життя. Таким чином, формується гнучкість соціально-рольової поведінки як вибір релевантної конкретній ситуації ролі та вміння коригувати або змінювати її в процесі спілкування. Це допомагає учасникам усвідомити своє місце в суспільстві, багатогранність цього суспільства, те, що людина здатна долучатися до нього, вбудовуватися в його соціальний контекст.

Нами виділено такі складові характеристики гри, як ситуація, сюжет, мізансцена, сценарій, ролі, ставлення та очікування, бажаний результат, поставлене завдання, виграш як досягнення поставленої мети або виконання завдання. Поведінково-діяльнісна модель ролі може бути скопійована з певного зразка, запропонованого іншими, що відповідає ціннісним уявленням суб'єкта, а може бути розроблена особистістю в результаті власних зусиль на основі ціннісних, майбутньо-рольових та експектаційних уявлень. На шляху до втілення моделі людина складає сценарій рольової поведінки та послідовність діяння відповідно до власних намірів та можливого бажаного результату дій, розробляє

стилерольові сюжети як композиції певних елементів уже відомої, знайомої поведінки, що ведуть до визначеної мети. Рольові дії та діяння розгортаються за обраним особистістю сценарієм та відповідно до ситуації обираються з декількох можливих сюжетів та мізансцен. Очікування особистості щодо розвитку ситуації і поведінки інших дають змогу зробити прогноз подальшого розвитку ситуації та вибір релевантної ролі.

Розроблений нами тренінг з використанням особистісно-рольових ігор було апробовано на вибірці із 45 учасників (студентів ВНЗ). Розрахований він на 36 годин (дев'ять занять по 4 години кожне). Використовувалися тренінгові вправи, спрямовані на засвоєння та осмислення, інтегрування ідей, цінностей та цілей. Як інструмент формування мотивації соціально-політичної активності нами розроблено *комплекс особистісно-рольових ігор*.

Отже, пропонуємо опис комплексу ігор, які можна використовувати серед молоді та активістів під час проведення тренінгів або майстер-класів. Це, зокрема, такі особистісно-рольові ігри, як “Інтерв'ю”, “Круглий стіл з молодіжних питань”, “Біографія Кандидата”, “Створення громадської організації”, “Теледебати”, “Прес-конференція з видатною людиною”, “Захист проекту вирішення проблем мікрорайону”, “Лист до ЗМІ”. Розроблені нами завдання до особистісно-рольових ігор полягають у створенні ситуацій, а також засвоєнні та інтеграції рольових моделей соціально-політичної поведінки учасниками тренінгу. Структура опису особистісно-рольової гри містить компоненти, пов'язані з її застосуванням, реалізацією та відтворенням. Ми враховували також багатоступеневу структуру набуття знань, умінь і навичок, які необхідні для успішного використання засвоєної моделі в реальному житті. Усі ігри проводилися з поділом учасників тренінгу на мікрогрупи.

Особистісно-рольова гра “Інтерв'ю”

Ситуація: Посадова особа, компетентна у певних питаннях, дає інтерв'ю.

Стилерольові сюжети: журналісти можуть задавати як ввічливі, так і гострі, проблемні запитання. Посадова особа стежить за своєю мовою, мімікою, контролює себе і спостерігає за тим, яке враження вона справляє на присутніх. Може, як це буває часто в житті, відійти від запитання зовсім в інший бік або відповісти на якесь інше запитання, а не на те, що було задано.

Вектори гри: вектор персони: Активізація особистісної включеності учасників через вибір теми інтерв'ю, що стосується гострих, проблемних питань сьогодення, підбір проблем та пошук шляхів їх вирішення.

Вектор ролі: виконувані ролі Посадової особи і Журналіста потребують відчуття себе компетентними та в пошуку відповідей під новим кутом зору поглянути на ті питання, що, з позицій пересічного громадянина, не можуть бути вирішеними його власними зусиллями.

Вектор соціального контексту: обмін думками з приводу соціальної та політичної тематики, пропозиції щодо способів вирішення проблем активізують уявлення про себе як активних діячів та інтеграцію цієї нової моделі в активну політичну поведінку.

Особистісно-рольова гра “Круглий стіл з молодіжних питань”

Ситуація: групі пропонують обрати актуальну тему та окреслити коло питань для обговорення під час круглого столу.

Сценарій: учасники круглого столу готують виступи тривалістю 5-7 хвилин і по черзі відстоюють актуальність певних питань, намагаючись привернути до них увагу модератора, а також пропонують шляхи їх вирішення. На закінчення учасники ухвалюють Звернення до Уряду щодо розглянутих питань.

Ролі: Представники молодіжної організації, Представники партій, Експерти (знавці) – науковці (соціологи, політологи, психологи, педагоги), Представники громадськості, Представники молоді, Модератор (висловлює свою думку щодо запропонованих питань і приймає їх до розгляду або відхиляє).

Вектори гри: Вектор персони: Активізація ціннісно-рольової вмотивованості до розгляду та обговорення молодіжних проблем у ході полеміки у форматі круглого столу.

Вектор ролі: “примірювання”, апробація нових ролей компетентними, зацікавленими та стурбованими проблемами особами розширює рольовий діапазон учасників та їх визначеність щодо порушених проблем.

Вектор соціального контексту: долучення учасників до значущої соціально-політичної взаємодії, осмислення багатограних аспектів суспільної дійсності.

Особистісно-рольова гра “Біографія Кандидата”

Ситуація: Уявіть собі, що відбуваються вибори. Ви висуваєте свою кандидатуру. Кандидат повинен висвітлити власну біографію, а також скласти передвиборчу програму, орієнтуючись на розв’язання актуальних для виборців проблем. Група розподіляється на мікрогрупи по 3 особи; кожна підгрупа обирає Кандидата.

Сюжет: кожна підгрупа розробляє біографію свого Кандидата, роблячи акцент на суттєвих моментах. Слід сформувати позитивний імідж Кандидата, орієнтований на певні сегменти виборців. Завдання полягає у творчій переробці реальних фактів біографії обраної людини; учасники мають дати простір для своєї фантазії, додати факти, що будуть сприяти тому, що оберуть саме цього Кандидата.

Ролі: Кандидат, Довірена особа Кандидата, група підтримки, Експерти, Консультанти.

Мізансцени: використання емоційних та зображувальних засобів групою підтримки, щоб переконати голосувати саме за свого Кандидата.

Сценарій: Довірена особа зачитує біографію Кандидата. Кандидат виступає перед виборцями з передвиборною програмою.

Вектори гри: Вектор персони: екстраполяція конкретної особистості, її “продовження”; надання особливого, харизматичного смислу реальній біографії та діянням людини; відчуття розширення власних можливостей.

Вектор ролі: Можливість відчувати завдяки ролі відповідальність перед виборцями, яка покладається на депутата, за вирішення актуальних завдань та конкретні справи.

Вектор соціального контексту: Формування позитивного ставлення до соціально-політичної діяльності, досвід пошуку вирішення проблем у ході складання Програми.

Особистісно-рольова гра “Створення громадської організації”

Ситуація: розробити засади створення уявної громадської організації.

Сюжет: запропонувати уявну назву організації; написати Програму її діяльності: які верстви населення вона представляє, яку ідею втілює, чий інтереси відстоює, яке коло питань вирішує, яким чином набирає нових членів та ін.

Можливі сценарії: зустріч Керівника Організації з Керівником певної партії, щоб заручитися його підтримкою; розмова зі Спонсором (переконати його у важливості діяльності і впливовості Організації), заохочення чинних членів та набір нових.

Вектори гри: Вектор персони: “розширення горизонтів” персони в соціально значущій взаємодії; усвідомлення очікувань, сподівань, прагнень звичайних людей та бажання їм допомогти.

Вектор ролі: виконання ролей Політтехнолога, Керівника, Заступника керівника, Креативщика актуалізує різні грані особистості учасників, сприяє усвідомленню рольових вимог та норм у взаємодії, дає можливість поставити себе на місце громадського лідера, побачити діяльність організації зсередини.

Вектор соціального контексту: усвідомлення соціальної значущості і творчого потенціалу громадської активності.

Особистісно-рольова гра “Теледебати”

Ситуація: теледебати в студії на телебаченні (обрати певний телевізійний канал).

Сценарій: У телестудії відбуваються теледебати між Політиками. Відкриває захід Ведучий Журналіст. Він представляє Політиків запрошеним і телеглядачам, коротко презентує тему обговорення. Потім кожен з Політиків викладає власне бачення порушеної проблеми.

Сюжети: Полеміка між політиками. Телеглядачі можуть задати запитання, “зателефонувати”. Запрошені поділяються на групи, які підтримують той чи інший напрям, політичний блок або політичну силу.

Вектори гри: Вектор персони: вибудовування власної лінії поведінки в результаті ознайомлення з рольовими вимогами та очікуваннями різних позицій.

Вектори ролі та соціального контексту: виконуючи запропоновані ролі – Ведучого журналіста, Помічника ведучого, Політиків, Запрошених, Телеглядачів, або спостерігаючи за виконавцями цих ролей, учасники дістають можливість порівняти, проаналізувати суспільно-політичну ситуацію з різних ракурсів, а відтак інтегрувати її.

Мізансцени: емоційна підтримка, захоплені вигуки та оплески глядачів.

Особистісно-рольова гра “Прес-конференція з видатною людиною”

Ситуація: Уявіть собі, що Ви видатна людина. (Хто Ви?)

Сценарій: Згадайте біографію цієї людини. Подумки поспілкуйтеся з нею. “Увійдіть в образ”, перевтіліться у видатну особистість. Коли відчуєте себе видатною людиною, “вживетесь” у роль генія, намагайтеся міркувати, висловлювати думки, сприймати дійсність, переживати і діяти, як діяла б ця видатна людина. Уявіть її інтереси, проблеми, успіхи, світосприйняття, світогляд, здібності, енергетичні ресурси. Намагайтеся ідентифікувати себе з видатною людиною, побудьте певний час нею. Думайте, як вона; почувайтеся, як вона. Відчуйте ентузіазм, натхнення, творчу енергію, сміливість, рішучість, самовідданість, впевненість у роботі, захоплення від діяльності цієї видатної людини. Називайте себе її ім'ям, спробуйте працювати так, як працювала вона, перейняти деякі її звички.

Вас запросили на прес-конференцію.

Сюжети: Кореспонденти, Представники преси, телебачення, громадськості, присутні на прес-конференції, задають проблемні, актуальні запитання Видатній людині, яка має відповісти, запропонувати аргументоване вирішення цієї проблеми.

Вектори гри: Вектор персони: можливість звернутися до особистих ресурсів, співвідносячи себе справжнього з видатною людиною, та віднайти в собі нові риси.

Вектор ролі: Вживаючись у роль Видатної людини, учасники інтегруються в цю роль. При цьому вони використовують фрагменти, уже відомі їм та наявні в їхньому досвіді. Переживання власної могутності, спроможності залагодити будь-яку проблему та ситуацію.

Вектор соціального контексту: Відчуття велич, могутність, соціальну значущість – інтегруватись із цими почуттями в соціум. Уявити, яких результатів можна досягти. Поглянути на важливі соціальні та політичні питання під кутом зору видатної людини, спроможної їх вирішити.

Особистісно-рольова гра “Захист проекту вирішення проблем мікрорайону”

Ситуація: Ви – консультанти та довірені особи депутата. Визначте мікрорайон, у якому відбувається дія.

Сюжет: Проаналізувати особливості мікрорайону та означити проблеми, актуальні для його мешканців. Вирішення цих проблем має підняти рейтинг депутата. Тому потрібно розробити детальний план дій: як презентувати проект вирішення проблем мешканцям (ЗМІ, бігборди, реклама, робота з громадськістю) під кутом зору турботи про їхні інтереси, актуальності, як залучити найбільше громадян до участі в проекті. Розробити слоган (наприклад, “Печерськ – наш дім”), змагання, призи та премії.

Сценарій: Кожна “ініціативна група” розробляє і презентує свій проект. На презентації, яку проводить ініціативна група, інші виконують ролі членів Комісії.

Мізансцени: презентація проектів з метою переконати Комісію звернути увагу саме на ці проблеми – можливо, є комплексний підхід з використанням сучасних технологій, створення сучасного виробництва, яке буде давати прибуток, і т. ін.

Вектори гри: Вектор персони: учасники ініціативних груп, створюючи проекти, долучаються до певного “мозкового штурму”. При цьому вони

відчувають інтелектуальне захоплення, креатив, на позитивному емоційному фоні шукають у собі риси активних соціальних діячів, які вирішують актуальні питання сьогодення.

Вектор ролі: перебуваючи в мотиваційному полі гри, учасники засвоюють моделі активної соціальної поведінки.

Вектор соціального контексту: В ігровій ситуації процесу пошуку проблем та їх вирішення, яка активізує прагнення і бажання, учасники інтегруються в соціум, обмінюються баченням ситуації, діями на користь суспільства.

Особистісно-рольова гра “Лист до ЗМІ”

Ситуація: Написання листа в журнал, газету або на телепрограму з актуального проблемного питання. Уявіть собі проблему, що потребує вирішення. У листі має бути сформульована програма дій щодо вирішення цього питання.

Вектори гри: Вектор персон: “приміряння” на себе ролі активіста політичної участі, відповідального за навколишнє середовище. Написати лист не тільки зі скаргою, але і з конструктивом, з пропозиціями щодо вирішення проблеми.

Вектор ролі: привносить особисті прагнення, бажання, поривання. Інтегруючись у роль, відчути сили та можливості, які є в кожній людині, коли перед нею постає проблема.

Вектор соціального контексту: набуття спроможності використати зразки поведінки в майбутньому в разі зіткнення з проблемами, що потребують вирішення.

В особистісно-рольовій грі створюється обстановка довіри, психологічного комфорту, власної значущості учасників та впевненості у своїх діях і діях партнерів, виникають глибокі емоційні переживання, пов'язані зі змістом виконуваних ролей, якістю виконання ролей учасниками гри, реальними взаєминами, у які вступають учасники гри в ході реалізації її задуму. Апробація показала, що психологічне особистісно-рольове моделювання активної соціальної поведінки є дієвим механізмом засвоєння та відтворення моделей активної соціальної поведінки як синтетичного варіативного використання та комбінування патернів.

Досвід проведення особистісно-рольових ігор підтвердив, що слід звертати увагу на такі складові характеристики гри, як ситуація, сюжет, мізансцена, сценарій, ролі, ставлення та очікування, бажаний результат, поставлене завдання, вираш як досягнення поставленої мети або виконання завдання. У кожному епізоді гри приховані певні мотиваційні ресурси; процес розгортання сценарію супроводжується емоційно забарвленим психологічним фоном: виникають поривання, спонуки, бажання, сподівання та відбувається їх трансформація у зв'язку з відображенням та оцінкою ігрової ситуації. Сценарій створюється зіткненням цілей та інтересів учасників ігрової ситуації, ситуація і обставини спонукають учасників до дії, сукупність ставлень та взаємовідносин утілюється в сюжетах і мізансценах, учасники вибудовують власний

сценарій дійства шляхом імпровізації, враховуючи бажаний результат, поставлене завдання, а також прагнуть до успіху у вигляді реалізації поставленої мети або виконання завдання. Задані в ігрових ситуаціях ролі сприяють опануванню соціального і рольового контексту шляхом структурування та інтеграції уявлень учасників про політичну поведінку й закріпленню успішних суспільно схвалюваних моделей соціально-політичної поведінки. Учасники випробували нові прояви ролей, які побачили й виконали (“приміряли” на себе), завдяки чому програні значущі автентичні персоні ролі, а також можливі різні стилі їх виконання були закріплені в рольовому наборі учасників. У результаті цього розширилися і набули конкретного змісту уявлення учасників тренінгу про їхнє місце в суспільно-політичному житті, зокрема про те, як вони реалізують різні рольові моделі політичної поведінки.

Отже, процес засвоєння молодими людьми нових ролей як моделей активної соціально-політичної поведінки охоплює три етапи. На *векторі персоні* відбувається сприйняття зовнішнього рисунка ролі та створення особистісного контексту ролі. Ознайомлення з роллю полягає в складанні уявлення про права, правила, норми та вимоги, у врахуванні бажаного для персоні ходу розгортання подій та результату. При цьому формуються смисли та наміри конкретних діянь щодо учасників гри та предмета дії. На *векторі ролі* персоні інтегрується в роль, тобто наповнює роль внутрішнім особистісним контекстом, таким чином відтворює, реалізує себе в рольовій поведінці. Чим вища ідентичність персоні з роллю, тим легше вона вибудовує зовнішній рисунок ролі та підбирає засоби для її втілення, накреслює поведінковий рисунок ролі, а також обирає стиль її виконання. На *векторі долучення до соціального контексту та виникнення ставлення* засвоєння соціального контексту відбувається в процесі прийняття та виконання ролей, які містять у собі певні соціально схвалювані норми, приписи та вимоги. Учасники вибудовують власну лінію поведінки, що веде до досягнення мети або до компромісу, який узгоджує цілі різних учасників.

Три векторні складові моделі особистісно-рольових ігор, запропоновані нами, є продуктивними з погляду аналізу, планування та проведення особистісно-рольової гри і її впливу на особистість. Вони дають можливість контролювати процес гри, створювати умови для засвоєння молодими людьми моделей активної соціальної поведінки, таким чином допомагають варіювати та коригувати здійснювані впливи.

Використані техніки моделювання ситуацій політичної участі та політичної активності в особистісно-рольовій грі впливають на потребо-мотиваційну сферу молоді, сприяючи більш ефективному засвоєнню та використанню нею рольових моделей у соціально-політичній поведінці,

зокрема розширенню рольового набору та варіативності поведінки молодих людей, що брали участь у тренінгу.

Отже, на основі апробації моделі особистісно-рольових ігор, можна зробити *висновок*, що специфічною формою моделювання адаптивної соціально-політичної поведінки та створення сприятливих умов для її засвоєння і відтворення в реальному житті є особистісно-рольова гра з притаманними їй мотиваційними ресурсами. Особистісно-рольові ігри, представлені нами в статті, є дієвим інструментом психотехнологічного процесу формування мотивації щодо соціально-політичної активності молоді. Вони спрямовані на формування позитивної просоціальної мотивації політичної участі молодих людей і також можуть бути використані ними для дослідження власної спроможності мотивувати соціально-політичну активність інших.

Автор виокремлює три вектори моделі особистісно-рольових ігор: на першому векторі – персона людини, яка працює з роллю; на другому – роль, а також аспекти, пов'язані з її прийняттям, засвоєнням та відтворенням; на третьому – долучення до соціального контексту, визначення смислу та цілей, яких особистість досягає за допомогою цієї ролі. Три векторні складові запропонованої моделі є продуктивними для аналізу, планування та корекції процесу особистісно-рольової гри і, що важливо, надають можливість моделювати в процесі особистісно-рольової гри очікувані впливи – у нашому випадку вплив на мотиваційні складові політичної участі, а також дають змогу контролювати процес засвоєння молодими людьми рольових моделей активної соціальної поведінки.

Врахування складових особистісно-рольової гри надає створюваним моделям повноти і реалістичності, сприяє формуванню у молодих людей навичок мотивації у вигляді уявлень про бажаний розвиток ситуації, бажані результати політичної взаємодії та намірів участі або здійснення впливу на політичне життя. У ході моделювання ситуацій політичної участі в учасників ігрових дій виникає відчуття включеності в систему взаємних експектацій, ставлень і стосунків, а також ціннісно-рольові мотиваційні детермінанти активної соціально-політичної поведінки. Таким чином уявлення молодих людей про участь у політичному житті набувають конкретного змісту, позитивного емоційного забарвлення та спонукальної сили, закріплюються в досвіді й навичках соціально активної поведінки і трансформуються в наміри політичної участі.

Завдяки застосуванню корекційної тренінгової програми мотивації політичної участі, яка включає низку особистісно-рольових ігор, можна сформулювати у молоді такі моделі соціально-політичної поведінки, які да-

дуть їй можливість ефективно діяти в реальних ситуаціях суспільно-політичного життя.

Література

1. Психологічний словник / за ред В. І. Войтка. – К. : Вища школа, 1982. – 215 с.
2. Социальные и психологические аспекты управленческого труда / В. И. Войтко, В. Ф. Рыбаченко, Р. М. Желтобрюхова. – К. : Знание, 1982. – 20 с.
3. *Рудестам К.* Групповая психотерапия / К. Рудестам. – М. : Прогресс, 1983. – 368 с.
4. Психологический словарь / под ред. В. В. Давыдова, А. В. Запорожца, Б. Ф. Ломова и др. – М. : Педагогика, 1983. – 448 с.

Коробанова О. Л. Личностно-ролевая игра как психологическая технология формирования мотивации политического участия

С точки зрения психотехнологических подходов анализируется личностно-ролевая игра. Предложена трехвекторная модель личностно-ролевой игры и выделены ее составляющие характеристики, в частности ситуация, сюжет, роли, мизансцены, сценарий и др. Представлены разработанные автором личностно-ролевые игры, моделирующие реальные ситуации политического участия. Приведено структурированное описание заданий к личностно-ролевым играм, связанных с их применением, реализацией и воспроизведением. Определены мотивационные ресурсы игр, способствующие активизации политического участия молодежи, и предложено их применение для формирования ролевых моделей активного социально-политического поведения в реальной жизни.

Ключевые слова: мотивация политического участия, личностно-ролевой принцип, роль, личностно-ролевая игра, модели социально-политического поведения.

Korobanova O. L. Person-role game as a psychological technology for forming of motivation of political participation

The person-role game is analyzed according to the psycho-technological approaches. It is considered the three-vector model of person-role game and determined its components, in particular situation, plot, roles, scene, screenplay etc. It is presented person-role games, created by author, which shape real situation of political participation. Author shows structural description of tasks to the personal-role games that connected with their using, realization, and reproduction. It is defined motivational resources of games which further intensification of youth political participation, and proposed their application for forming of the role models of active social and political behavior in real life.

Key words: motivation of political participation, person-role principle, person-role game, models of social-political behavior.

ЕВРОИНТЕГРАЦИЯ УКРАИНЫ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ СОВРЕМЕННОГО СТУДЕНЧЕСТВА

*Н. П. Крейдун, И. В. Кряж, Е. Л. Луценко,
В. Н. Павленко, Е. Е. Поливанова, г. Харьков*

Статья посвящена анализу представлений современного студенчества о процессе евроинтеграции Украины. Использованы методы интервью, ненаправленного ассоциативного эксперимента, субъективного шкалирования. Выявлено, что евроинтеграция ассоциируется у студентов с вхождением Украины в Евросоюз, открытостью границ, появлением новых норм и стандартов, возможностей в учебе и работе, свободой, успехом, а также с более высоким уровнем жизни; высказываются, однако, и опасения, связанные с появлением новых проблем. Подчеркивается, что степень европейской идентификации у студентов не дифференцирована и приближается к нулю, а отношение к процессу евроинтеграции слабопозитивное, поскольку более сильная идентификация себя с наднациональной общностью европейцев соответствует восприятию Украины как более тесно связанной с семьей европейских государств. Делается вывод, что отношение к процессу евроинтеграции напрямую связано с предполагаемой динамикой сближения Украины и Европы: более позитивное отношение соответствует ожиданию более быстрой взаимной интеграции.

Ключевые слова: евроинтеграция, идентичность, представления, студенты.

Проблема. Европейский Союз, являющийся экономическим и политическим объединением европейских государств, на сегодня насчитывает 27 членов. Вопрос о возможности присоединения Украины к ЕС обсуждается со времени получения Украиной независимости и продолжает оставаться дискуссионным. Его сложность обусловлена не только экономико-правовыми и политическими проблемами в этой области, но и недостаточной психологической готовностью населения Украины окончательно принять европейский вектор развития. Этим обусловлена актуальность изучения евроинтеграционных представлений студенческой молодежи, которая, исходя из особенностей возраста, является наиболее динамичной и открытой новому опыту частью украинского общества.

Цель статьи: изучение степени европейской идентификации, восприятия процесса евроинтеграции и отношения к нему у современного студенчества Украины.

Европейская интеграция определяется как процесс взаимодействия между социальными и политическими институтами государств Европы, стимулирующий создание новой политической системы – Европейского

Союза [1]. Вместе с тем, с точки зрения некоторых современных исследователей, совершенно недостаточно того, что европейское гражданство фигурирует лишь в официальных документах или европейской Конституции [2; 3]. Необходимо реальное чувство принадлежности к общему пространству ценностей, которые будут выше краткосрочных эгоистических интересов или интересов отдельных государств. Для того чтобы дальше продвинуться по пути унификации Европы, нужно нечто большее, чем Конституция. Нужны серьезные перемены в области культуры, которые создадут новую европейскую идентичность. Только она способна дать Евросоюзу реальную легитимность [там же].

Мы вынуждены констатировать, что психологический аспект (выделим – субъективный аспект) не всегда учитывается в современном европейском процессе. Евроинтеграция рассматривается в большей степени как экономический, политический, культурный феномен современного общества. Однако “захотят” ли граждане Украины принимать участие в евроинтеграционном процессе в качестве активного субъекта зависит в первую очередь от того, насколько они ощущают свою личностную причастность к данному процессу, в какой мере идентифицируют себя с европейцами.

Понятие идентичности в последние годы прочно вошло в арсенал психологических понятий [4–11]. Идентичность означает основные и стойкие черты, которые составляют своеобразие личности или группы, а также социально-психологическое чувство принадлежности к группе, основанное на географической, лингвистической или культурной общности. Социальная идентичность – это та часть Я-концепции индивида, которая возникает из осознания своего членства в социальной группе (или группах) вместе с ценностным и эмоциональным значением, придаваемым этому членству [12]. Европейская идентичность – составная часть социальной идентичности личности, психологическая категория, которая относится к осознанию своей принадлежности к европейскому сообществу. В современной европейской интеграции фактор идентичности играет огромную консолидирующую роль.

В основе статьи лежит исследование, проведенное кафедрой прикладной психологии Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина. В исследовании использовались ненаправленный ассоциативный эксперимент, открытый вопрос о евроинтеграционных ожиданиях и субъективное шкалирование. Для изучения представлений студенчества о евроинтеграции был организован ненаправленный ассоциативный эксперимент [13], в основу которого был положен принцип Теста двадцати утверждений на самоотношение М. Куна – Т. Макпартленда, являющийся классическим методом изучения идентичности личности. В этом тесте испытуемого просят в течение 12 минут

дать 20 различных ответов на вопрос, обращенный к самому себе: “Кто я такой?” [14, с. 365]. В нашем случае мы попросили исследуемых написать пять ассоциаций, которые у них возникают в связи с понятием “евроинтеграция”: “Евроинтеграция – это...”.

Для выявления ожиданий, связанных с процессом интеграции Украины в европейское сообщество, участникам исследования был предложен открытый вопрос: “Чего Вы ожидаете от евроинтеграции?”. Полученные ассоциации и ответы на открытый вопрос анализировались методом контент-анализа.

Еще три задания, направленных на выявление степени ощущения себя европейцем, отношения к евроинтеграции и степени евроинтегрированности Украины, были предложены с заранее заданной шкалой ответов. В частности, к заданию “Оцените, насколько Вы ощущаете себя европейцем” были предложены следующие варианты ответов: “-2 – абсолютно не ощущаю”; “-1 – слабо ощущаю”; “0 – затрудняюсь определить”; “+1 – скорее ощущаю”; “+2 – полностью ощущаю”. К заданию “Оцените, как Вы относитесь к евроинтеграции Украины” были предложены следующие варианты ответов: “-2 – максимально отрицательно”; “-1 – скорее отрицательно”; “0 – затрудняюсь определить”; “+1 – скорее положительно”; “+2 – максимально положительно”.

Далее было предложено графическое шкалирование в виде диаграмм Венна, где нужно было отметить, какой из рисунков наилучшим образом отражает отношения между Украиной и Европой: а) сейчас; б) 5 лет назад и в) через 5 лет. Испытуемым были предложены рисунки, расположенные в три колонки (сейчас, 5 лет назад, через пять лет), где Украина и Европа изображались в виде кругов, находящихся в 5-ти положениях: 1) на небольшом расстоянии; 2) соприкасаясь; 3) немного пересекаясь; 4) значительно пересекаясь; 5) меньший круг Украины помещен внутри большего круга Европы. Диаграммы Венна используются для отображения отношений полной принадлежности, частичной принадлежности или отсутствия принадлежности некоторых множеств друг другу [15, с. 470]. Таким образом к трем заданиям на субъективное шкалирование была создана 5-балльная ранговая шкала, которая обрабатывалась статистическими методами поиска и сравнения средних корреляционным анализом.

Выборка исследуемых лиц состояла из студентов 1-го, 2-го и 5-го курсов факультета психологии Харьковского национального университета им. В. Н. Каразина (основной разброс возраста исследуемых 17 – 23 года, средний возраст – 19 лет). Общий объем выборки составил 116 человек, из них 13 юношей и 103 девушки. Выборка является смещенной по полу, в связи с чем результаты могут экстраполироваться преимущественно на женскую часть населения.

венно на представительниц женского пола. Все исследуемые лица добровольно и с интересом приняли участие в исследовании.

Для формирования базы данных и графического анализа использовалась программа MS Excel 2003, проверка статистических гипотез сделана в программе STATISTICA 6.0. Для поиска связей между переменными использовался корреляционный анализ Спирмена, где r – коэффициент корреляции, p – уровень значимости коэффициента; значимость различий проверялась с помощью критерия Манна – Уитни, где U – значение критерия; p – уровень значимости различий.

Контент-анализ ассоциаций о явлении евроинтеграции и связанных с ним ожиданий позволил выявить набор определенных представлений (табл.).

Приведенные результаты показывают, что для большинства студентов евроинтеграция – это преимущественно формальный процесс, характеризующийся как “слияние”, “объединение” нескольких стран (1-е рейтинговое место). Причем у выпускников, в отличие от студентов 1 и 2-го курсов, понимание евроинтеграции сводится к более высокому уровню взаимодействия. Это связано не столько с формальным объединением, сколько с сотрудничеством и взаимопомощью стран, предполагающими равное партнерство, что позволит стране подняться на более высокий уровень развития. Вместе с тем мы фиксировали у первокурсников синонимическую близость понятий “евроинтеграция” и “Европа” (40,5%), когда Европа выступает как нечто внеположенное Украине, находящееся на более высоком уровне развития, объект желаний и устремлений. Однако в процессе обучения, построенного по принципам Болонской конвенции, количество подобных ответов снижается и понимание евроинтеграции становится более конкретным, операциональным (у выпускников соответственно 16%).

Одним из основных показателей евроинтеграционного процесса для студентов (2-е рейтинговое место) является открытость границ. “Открытость границ” как понятие, которое отмечают студенты, трактуется ими по-разному в зависимости от времени обучения в вузе. Если для первокурсников это просто контакты, путешествия, поездки, то старшекурсники уже сосредоточены на содержательных и процессуальных характеристиках данного понятия: студенты 3-го курса считают, что пересечение границы с целью пребывания в другой европейской стране необходимо для успешного трудоустройства, развития межличностных контактов, а для пятикурсников на первый план выступают практические аспекты, связанные с облегчением процедуры пересечения границы.

Представлення студентів о євроінтеграції:
“Євроінтеграція – это...”

Рей- тинг	Содержание представлений	1 курс (37 чел.)		2 курс (48 чел.)		5 курс (31 чел.)	
		кол-во ассо- циаций	%	кол-во ассоци- аций	%	кол-во ассоци- аций	%
1	Евросоюз, слияние, объ- единение, интеграция, синтез	28	75,7	21	43,8	16	51,6
2	Открытость границ, контакты, путешествия, поездки, эмиграция	19	51,4	15	31,3	10	32,2
3	Новые нормы, стандар- ты, ценности	8	21,6	28	58,3	6	19,4
4	Новые возможности в учебе, работе, свободе, успехе, “новый уровень”, “прорыв”	12	32,4	16	33,3	8	25,8
5	Вхождение в Европу, “окно в Европу”, взаимо- действие с Европой, помощь от Европы	15	40,5	14	29,1	5	16
5	Более высокий уровень жизни, зарплат, доходов, качества жизни	11	29,7	14	29,1	9	29
6	Изменение, развитие, движение, прогресс	6	16,2	13	27,0	11	35,4
7	Утрата политической и экономической незави- симости, экономические и национальные пробле- мы, неконтролируемые последствия, ксенофобия и деморализация	9	24,3	4	8,3	12	39,0
8	Приток инвестиций, но- вые контракты, торговля	12	32,4	9	18,8	2	6,5
9	Более высокий статус страны на междунаро- дной арене, престиж, гордость	8	21,6	7	14,5	5	16,0
10	Евро – 2012	6	16,2	9	17,8	3	9,7
11	Доступ к инновациям (наука, технологии)	2	5,4	6	12,5	5	16,1
11	Сотрудничество, взаимо- действие, взаимопомощь стран как равных парт- неров	–	–	11	22,9	2	6,5
12	Евровалюта	3	8,1	4	8,3	2	6,5
13	Культура	–	–	5	10,4	2	6,5
14	Стыд за свою страну	–	–	–	–	3	9,7

Отметим, что евроинтеграцию студенты понимают как многоуровневый процесс, включающий в себя взаимодействие на разных уровнях: экономическом, социальном, образовательном, общекультурном. При этом процесс взаимодействия предполагает принятие новых норм, стандартов, формирование новых ценностей (3-е рейтинговое место). На поведенческом уровне механизм формирования и принятие нового рассматривается у младшекурсников как “жизнь по образцу” (42,3% вместе по 1 и 2-му курсам), то есть слепое подражание уже имеющимся образцам поведения, стилю жизни. Старшекурсники же (19,4% на 5-м курсе) делают акцент на ценностно-нормативном обмене, что, по их мнению, может привести к формированию совершенно новых, даже до сих пор не существующих образцов и стандартов, вырабатываемых в ходе этого обмена. Именно новые стандарты, по мнению студентов, приведут к появлению новых возможностей в экономическом, образовательном, научном пространстве Украины (4-е рейтинговое место). Для выпускников эти возможности приобретают ярко выраженную личностную окраску, тем самым формируя новые способы жизнесуществования. Для них эти способы затрагивают в первую очередь экономическую сферу: студенты ожидают притока инвестиций в Украину, оживления товарообмена, заключения новых контрактов (5 и 8-е рейтинговые места). В образовательной и научной сферах ожидания студентов связаны с возможностью обучения в вузах Европы, участием в общеевропейских научных проектах, прохождением практик и стажировок в других вузах: появление таких возможностей связано, по мнению студентов, с такими понятиями, как “работа”, “прорыв”, “успех”, “свобода” (4 и 11-е рейтинговые места). Отметим, что при этом абсолютно все студенты осознают, что знание иностранного языка является одним из факторов достижения успеха.

Каждый третий студент, принявший участие в исследовании, считает, что евроинтеграционный процесс приведет к общему повышению уровня жизни, который затронет не только экономический аспект (повышение зарплаты, увеличение доходов), но и изменит качество жизни вообще.

Заслуживает внимания оценка студентами положения Украины в Европе. Так, 17,2% от общей выборки студентов ожидают от евроинтеграции укрепления положения страны на международной арене, причем у младше- и старшекурсников ожидания студентов приобретают диаметрально противоположную личностную окраску: от гордости за страну до стыда за страну.

Наряду с вышеизложенным евроинтеграция трактуется ещё и как “Евро-2012”, и как единая валюта, используемая по всей Европе. Мы рассматриваем это как реакцию студентов на актуальные, не сходящие со страниц СМИ проблемы, в которые включена Украина.

Следует отметить, что для большинства студентов евроинтеграция выступает как амбивалентный процесс: они выделяют не только позитивные последствия, но и негативные стороны этого процесса (7 и 14-е рейтинговые места). В первую очередь отмечается, что евроинтеграция может привести к утрате политической и экономической независимости. Однако студентов волнуют и проблемы, которые мы относим к разряду проблем национального менталитета: ксенофобия, деморализация населения страны. Стихийность, отсутствие единой стратегии процесса евроинтеграции, а также неконтролируемость со стороны субъектов его последствий являются, по мнению студентов, также одной из негативных тенденций вхождения Украины в общеевропейское пространство.

На основе анализа данных, полученных в результате субъективного шкалирования (рис. 1 – 4), были определены средние значения по выборке по каждому вопросу. Из рис. 1 видно, что по 5-балльной шкале (от -2 до +2 баллов) студенты оценивают свою евроидентификацию в среднем близко к нулю, то есть затрудняются определить ее степень. Величины отношения к евроинтеграции приближаются к 1 баллу, что соответствует категории “скорее положительно”.

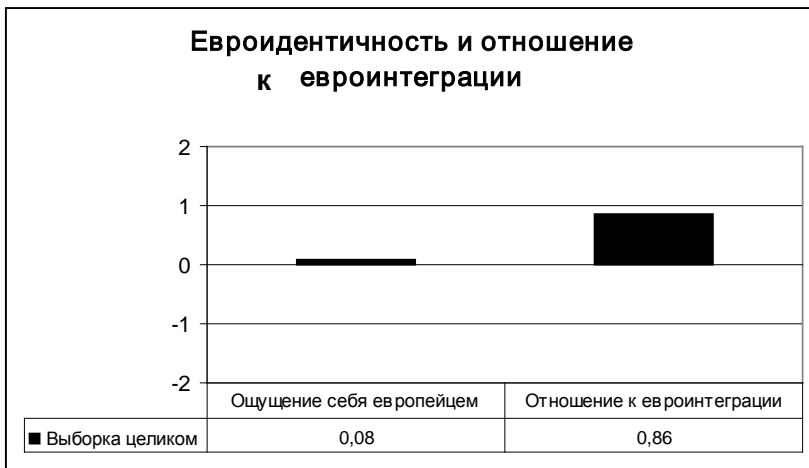


Рис. 1. Уровень евроидентификации и принятия евроинтеграции Украины

С помощью 5-балльной шкалы диаграмм Венна была определена ретроспективная, текущая и прогностическая средняя оценка представлений об отношениях между Европой и Украиной (рис. 2). Из графика видно, что представления о степени близости Украины и Европы изменяются в сторону увеличения близости. Оценка отношения пять лет назад отвеча-

ет состоянию между отсутствием соприкосновения до соприкосновения границ символических изображений Европы и Украины; оценка текущего состояния близка к соприкосновению границ, а прогноз на период через пять лет приближается к состоянию небольшого перекрытия кругов, изображающих Европу и Украину. То есть говорить о значительной связи или полной включенности Украины в Евросообщество, с точки зрения студентов, пока рано.

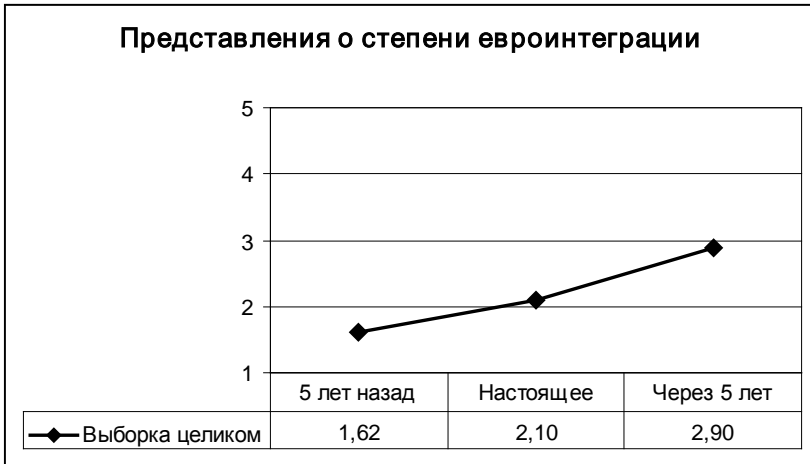


Рис. 2. Представления студентов о степени евроинтеграции Украины

Рассмотрим динамику представлений о степени вхождения Украины в Евросообщество, посчитанную как средние разницы между оценкой прошлого и будущего, настоящего-прошлого и будущего-настоящего (рис. 3). Разница между оценкой степени интеграции Украины в Европу в прошлом по сравнению с будущим составляет 1,28 балла, что чуть больше чем 1/5 пути, который символически разделяет Украину и Европу, то есть субъективные представления о сближении этих социальных общностей соответствуют довольно малой скорости. Сравнение интервалов между прошлым-настоящим и настоящим-будущим свидетельствует об ожидаемом ускорении этого процесса, хотя и довольно незначительном.

Анализ гендерного аспекта представлений (рис. 4), полученных методом субъективного шкалирования, позволил выявить значимые различия по позитивности прогноза вхождения Украины в Европейское пространство (“Украина/Европа через пять лет”) – у девушек прогноз более позитивный ($U=402,0$; $p=0,020$). Это также выразилось в достоверно больших различиях в оценке сближения у девушек между “прошлым-будущим” ($U=377,0$; $p=0,010$) и ожидании сближения “настоящее-

будущее” ($U=380,5; p=0,011$). В то же время эти результаты требуют проверки на выборке, сбалансированной по полу.



Рис. 3. Динамика представлений студентов о степени евроинтеграции Украины

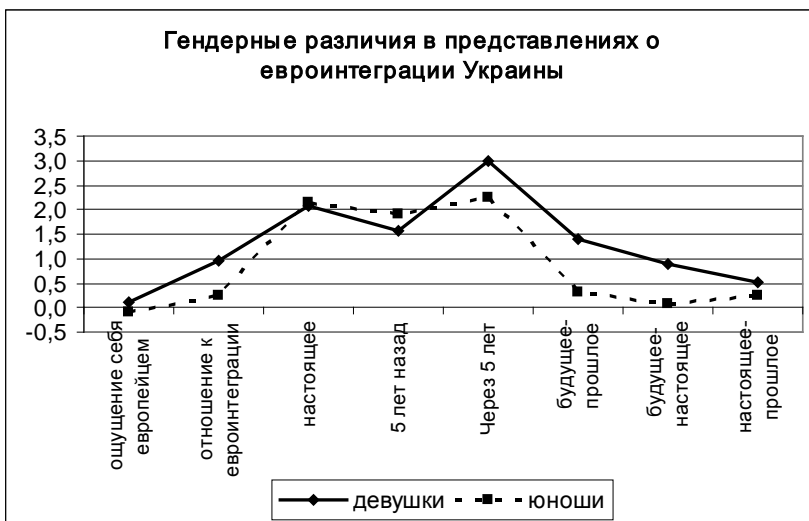


Рис. 4. Гендерные различия в представлениях студентов о евроинтеграции Украины

На нашей выборке по результатам субъективного шкалирования не обнаружено значимых различий между испытуемыми разных возрастов и между студентами разных курсов, скорее всего из-за однородности выборки в возрастном отношении. Различия обнаружены только в ходе качественного анализа открытых ответов, о чем говорилось выше.

С помощью корреляционного анализа выявлена прямая значимая связь между тем, насколько исследуемые лица ощущают себя европейцами, и оценкой включенности Украины в Европу в настоящем: чем сильнее молодой человек или девушка ощущают себя европейцем, тем более высоко они оценивают степень интеграции Украины в Европу по диаграмме Венна ($r=0,21$; $p=0,028$). Выявлена также прямая значимая связь между ощущением себя европейцем и оценкой места Украины относительно Европы пять лет назад ($r=0,21$; $p=0,027$). То есть чем сильнее молодой человек или девушка ощущают себя европейцем, тем выше они оценивают степень включенности Украины в европейское сообщество на временном отрезке “5 лет назад”.

Обнаружена связь прогноза интеграции Украины в Европу в ближайшем будущем и эмоционального отношения к процессу евроинтеграции: чем более позитивное отношение, тем лучше прогноз относительно будущей интегрированности Украины и Европы ($r=0,21$; $p=0,025$). Та же закономерность проявляется и в полученной прямой значимой связи между отношением к евроинтеграции и восприятием динамики от настоящего к будущему по сближению Украины с Европой: позитивное отношение ассоциировано с ожиданием больше прогресса в интеграции ($r=0,20$; $p=0,033$).

Выводы:

1. В наибольшей степени евроинтеграция ассоциируется у студентов с вхождением Украины в Евросоюз, открытостью границ, расширением перспектив для контактов, путешествий, поездок, эмиграции; появлением новых норм, стандартов и ценностей; появлением новых возможностей в учебе, работе, проведении досуга, достижении, успеха, а также с более высоким качеством жизни.

2. Опасения связаны с угрозой утраты политической и экономической независимости, появлением новых экономических и национальных проблем, неконтролируемостью последствий, стыдом за свою страну. Такие опасения особенно характерны для студентов последнего года обучения.

3. Степень европейской идентификации у студентов не дифференцирована и приближается к нулю, а отношение к процессу евроинтеграции слабопозитивное.

4. Обнаружена тенденция более позитивного восприятия степени и скорости евроинтеграции у девушек по сравнению с юношами, однако этот факт требует дальнейшей проверки на сбалансированной выборке.

5. Более выраженная евроидентичность студентов связана с оценкой степени интегрированности Украины в Европу в настоящем и прошлом: более сильная идентификация себя с наднациональной общностью европейцев соответствует восприятию Украины и в прошлом, и в настоящем как более связанной с семьей европейских государств.

6. Отношение к процессу евроинтеграции напрямую связано с ожидаемой динамикой сближения Украины и Европы: более позитивное отношение соответствует ожиданию более быстрой взаимоинтеграции.

Перспективами дальнейших исследований является изучение представлений о евроинтеграции на молодежной выборке, сбалансированной по полу, а также расширение выборки по возрастному фактору.

Литература

1. European Integration online Papers (Eiop) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://eiop.or.at/eiop/index.php/eiop>
2. Паскариу Г. К. Европейский Союз на мировой арене [Электронный ресурс] / Г. К. Паскариу. – Режим доступа : http://dialogs.org.ua/crossroad_full.php?m_id=2888
3. Cinnirella M. Towards a European identity? Interactions between the national and European social identities manifested by university students in Britain and Italy / M. Cinnirella // British Journal of Social Psychology. – 1997. – №36. – P.19–31.
4. Лебедева Н. М. Новая Русская Диаспора: социально-психологический анализ / Н. М. Лебедева. – М. : Ин-т этнологии и антропологии, 1997. – 445 с.
5. Павленко В. Н. Особенности европейской, этнической и гражданской идентичности у студентов Украины / В. Н. Павленко // Вісник Харківського університету. – 1999. – № 460. – С. 100–104.
6. Павленко В. Н. Формирование европейской идентичности и ее соотношение с национальной и этнической идентичностью в Украине / В. Н. Павленко // Вісник Харківського університету. – 2001. – № 517. – С. 138–142.
7. Павленко В. Н. Кризис социальной идентичности в России и Украине / В. Н. Павленко, Н. Н. Корж // Украина и Россия: общества и государства. – М. : Права человека, 1997. – С. 330–345.
8. Павленко В. Н. Трансформация социальной идентичности в Украине и России / В. Н. Павленко, Н. Н. Корж // Психологический журнал. – 1998. – №1. – С. 83–95.
9. Солдатова Г. У. Психология межэтнической напряженности / Г. У. Солдатова. – М. : Смысл, 1998. – 386 с.
10. Стефаненко Т. Г. Развитие и трансформация этнической идентичности / Т. Г. Стефаненко // Этнопсихология. – М., 1998. – Вып. 3. – С. 19–38.
11. Pavlenko V. Specific Features of European, National and Ethnic Identity Formation in the Schoolchildren of Ukraine / V. Pavlenko // Conflict and Identity / Palacky University, Olomouc, 1-6 July, 2001–2001. – P. 196–202.

12. *Tajfel H.* Human groups and social categories: Studies in social psychology / H. Tajfel. – Cambridge : Cambridge University Press, 1981.
13. *Попова Т. В.* Ассоциативный эксперимент в психологии / Т. В. Попова. – М. : Флинта : МПСИ, 2006. – 72 с.
14. *Бодалев. А. А.* Общая психодиагностика / А. А. Бодалев, В. В. Столин и др. – СПб. : Речь, 2004. – 440 с.
15. *Солсо Р.* Когнитивная психология / Р. Солсо. – 6-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 589 с.

Крейдун Н. П., Кряж І. В., Луценко О. Л., Павленко В. М., Поліванова О. Є. Євроінтеграція України в уявленнях сучасного студентства

Статтю присвячено аналізу уявлень сучасного студентства про процес євроінтеграції України. Використано методи інтерв'ю, ненаправленого асоціативного експерименту, суб'єктивного шкалювання. Виявлено, що євроінтеграція асоціюється у студентства із входженням України до Євросоюзу, відкритістю кордонів, появою нових норм і стандартів, можливостей у навчанні і праці, свободою, успіхом, а також з більш високим рівнем життя; при цьому висловлюються, однак, і побоювання щодо появи нових проблем. Підкреслюється, що ступінь євроідентифікації у студентів не диференційований і наближається до нуля, а ставлення до процесу євроінтеграції слабкопозитивне, оскільки більш сильна ідентифікація себе з наднаціональною спільнотою європейців відповідає сприйняттю України як більш тісно пов'язаної з родиною європейських держав. Робиться висновок, що ставлення до процесу євроінтеграції прямо пов'язане з прогнозованою динамікою зближення України і Європи: більш позитивне ставлення відповідає очікуванню більш швидкої взаємної інтеграції.

Ключові слова: євроінтеграція, ідентичність, уявлення, студенти.

Kreidun N. P., Kryazh I. V., Lutsenko O. L., Pavlenko V. M., Polivanova O. Ye. Ukraine's European integration in the mental representations of modern students

Mental representations of the modern students concerning the process of European integration of Ukraine are analyzed in the article. Such methods as interview, undirected associative experiment and subjective scaling were used. It was found that the students associate European integration with entering to the European Union, boundaries openness, appearance of new norms and standards, opportunities in learning and working, liberty, success and higher life quality. At the same time the students expressed some worries concerning appearance of new problems. Students' degree of European identity is not differentiated and approaches zero. Their attitudes to the European integration are slightly positive. Stronger identification with supranational European community matches the perception of Ukraine as a country which is closely associated with the European countries family. The attitude to the process of European integration correlates with the expected dynamics of rapprochement between Ukraine and Europe: a more positive attitude to expectations matches with expectations of faster mutual integration.

Key words: European integration, identity, mental representations, students.

ГРУПОВА ДИСКУСІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ КОНСТРУЮВАННЯ У СТУДЕНТІВ УЯВЛЕНЬ ПРО МЕДІАОСВІТУ

А. О. Лісневська, м. Чернігів

Розглянуто можливість впливу різних форм групової дискусії на конструювання у свідомості студентів образу медіаосвіти. Показано, що організована групова дискусія зумовлює посилення структурованості образу, а стихійна групова дискусія – його розмивання. Виявлено, що одноразове проведення групової дискусії приводить до нестійких змін в образі медіаосвіти.

Ключові слова: медіаосвіта, групова дискусія, уявлення, образ, інновація.

Проблема. Інформаційне суспільство, яке характеризується інтенсивним виробництвом знань та обміном інформацією, створює небачені можливості для комунікації і творчості. Проте поринання у світ комп'ютерних технологій та мас-медіа може викликати як позитивні, так і негативні ефекти, здатні спричиняти значні зміни в людській свідомості та поведінці. Особливу увагу дослідників привертають саме негативні впливи мас-медіа на дітей і молодь, що спонукає фахівців пропонувати різні варіанти розв'язання проблеми запобігання цим впливам та їх подолання [1–3].

Одним із дієвих засобів консолідації зусиль фахівців і забезпечення комплексної роботи з дітьми та молоддю є упровадження в освітній процес програми медіаосвіти. Якщо в зарубіжних країнах давно зрозуміли необхідність медіаосвіти і мають вагомий набутки в її теоретичному осмисленні, методологічному обґрунтуванні та практичному застосуванні, то Україна робить тут лише перші кроки [1; 4]. Значним досягненням вітчизняних учених стала наразі Концепція впровадження медіаосвіти в Україні, розроблена співробітниками лабораторії психології масової комунікації та медіаосвіти Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Відповідно до Концепції, медіаосвіта – це частина освітнього процесу, спрямована на формування в суспільстві медіакультури, підготовку особистості до безпечної та ефективної взаємодії із сучасною системою мас-медіа, включаючи як традиційні (друковані видання, радіо, кіно, телебачення), так і новітні (комп'ютерно опосередковане спілкування, інтернет, мобільна телефонія) медіа з урахуванням розвитку інформаційно-комунікаційних технологій [5]. За основне завдання медіаосвіти визначено систематичне та компетентне виховання підростаючого покоління, яке повинно навчитися не лише адекватно користуватися різноманітними медійними засобами, а й розумітися на закономірностях їх функціонування,

знатися на особливостях технологій впливу ЗМК, а головне – критично мислити, розвивати особистісне, оцінкове ставлення до продукції мас-медіа в цілому [1].

Оскільки однією з важливих передумов успішного впровадження медіаосвіти в Україні є готовність громадян до схвалення цієї освітньої інновації, особливої актуальності набуває проблема конструювання в їхній свідомості адекватного образу медіаосвіти. Одним із методів поширення знань, формування уявлень і соціальних норм є групова дискусія. Важливою характеристикою групової дискусії, яка відрізняє її від інших видів обговорення, є аргументованість. Саме завдяки здатності групової дискусії стимулювати до роздумів, обміну думками, відстоювання власної позиції цей метод було обрано як інструмент формування уявлень про медіаосвіту.

Мета дослідження: з'ясувати особливості впливу різних форм групової дискусії (організованої і стихійної) на конструювання у студентів образу медіаосвіти.

Методичним інструментарієм нашого дослідження стали анкети, розроблені в лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Кожна анкета, крім переліку закритих запитань, спрямованих на визначення індивідуально-психологічних характеристик респондентів, містила відкрите запитання “Як Ви вважаєте, що таке медіаосвіта?” і біполярний семантичний диференціал, за допомогою якого вони повинні були оцінити стан медіаосвіти в Україні. В усіх анкетах, які використовувалися на різних етапах дослідження, форма побудови семантичного диференціалу була незмінною, що дало можливість визначити зміст і динаміку уявлень респондентів про медіаосвіту. Семантичний диференціал складався із 28 пар описових ознак, між якими розміщувалася симетрична п'ятибальна шкала оцінок (-2, -1, 0, 1, 2).

У дослідженні взяли участь 95 студентів 2 і 4-го курсів Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка. Відповідно до поставленої мети було утворено три групи досліджуваних: *перша експериментальна група* (далі – перша ЕГ) – 35 осіб, *друга експериментальна група* (далі – друга ЕГ) – 25 осіб, *контрольна група* (далі – КГ) – 35 осіб. За основний метод впливу на уявлення про медіаосвіту студентів перших двох груп було обрано групову дискусію.

Процедура дослідження в обох експериментальних групах складалася з трьох етапів. На першому етапі (за тиждень до групової дискусії) досліджувані заповнювали першу анкету, в якій, зокрема, слід було визначити й оцінити стан медіаосвіти в Україні. На другому етапі в кожній експериментальній групі було проведено групову дискусію: у першій ЕГ –

організовану, у другій ЕГ – стихійну. Студенти першої ЕГ протягом тижня, що передував груповій дискусії, ознайомилися зі змістом Концепції впровадження медіаосвіти в Україні та з науковим доробком учених з цієї проблематики. Обговорення винесених на групову дискусію питань відбувалося навколо наукового визначення медіаосвіти, запропонованого фахівцями. Студенти другої ЕГ не готувалися до групової дискусії. Перед початком обговорення було зафіксовано всі визначення медіаосвіти, які пропонували учасники дискусії; потім на їх основі було сформульовано узагальнювальне визначення, навколо якого надалі й концентрувалося обговорення винесених на групову дискусію питань. Наприкінці проведення групових дискусій учасники обох експериментальних груп заповнювали другу анкету, яка також передбачала визначення й оцінювання медіаосвіти. На третьому етапі (через тиждень після групової дискусії) досліджувані заповнювали третю анкету, одним із завдань якої було знову ж таки визначення й оцінювання медіаосвіти. Процедура дослідження в КГ полягала в заповненні першої і третьої анкет із двотижневим інтервалом.

Відповіді респондентів на запитання анкети “Як Ви вважаєте, що таке медіаосвіта?” було опрацьовано методом контент-аналізу, що дало можливість визначити зміст уявлень студентів усіх трьох груп про медіаосвіту та характер зміни цих уявлень протягом дослідження. Дані, отримані за допомогою семантичного диференціалу, були піддані процедурі факторного аналізу методом головних компонент з подальшим Varimax-обертанням. Після цього було здійснено порівняння структур факторів як між групами досліджуваних, так і всередині кожної групи, що дало змогу визначити образ медіаосвіти, ступінь його структурованості, вплив різних за формою організації групових дискусій на зміст цього образу.

Контент-аналіз відповідей респондентів на запитання “Як Ви вважаєте, що таке медіаосвіта?” (табл.) показав, що студенти ототожнюють медіаосвіту насамперед з новітніми технологіями. При цьому одна частина респондентів розглядає медіаосвіту як засіб організації та підвищення якості освіти за допомогою ЗМК, аудіо-, відео-, мультимедійних пристроїв (медіаосвіта як медіадидактика), друга частина – як можливість набуття знань, навичок, умінь у сфері новітніх інформаційно-комунікативних технологій (медіаосвіта як медіаграмотність), третя частина – як вивчення закономірностей функціонування ЗМК та наслідків їхнього впливу на людську психіку (медіаосвіта як медіакомпетентність). Слід зазначити, що деякі респонденти так і не змогли визначитися з тим, що таке медіаосвіта, або давали розмиті, незмістовні відповіді (наприклад, “медіаосвіта – це освіта, яка буде дуже важлива в житті”, “медіаосвіта – це широке значення освіти в цілому”).

**Розподіл відповідей респондентів на запитання анкети
“Як Ви вважаєте, що таке медіаосвіта?”
за результатами контент-аналізу (у %)**

Категорії відповідей	Перший етап	Другий етап	Третій етап
Перша ЕГ			
1) медіаосвіта як медіадидактика	71,4	11,4	31,4
2) медіаосвіта як медіаграмотність	2,9	5,7	5,7
3) медіаосвіта як медіакомпетентність	–	65,7	51,4
4) відсутність відповідей; розмиті, незмістовні відповіді	25,7	17,2	11,5
Друга ЕГ			
1) медіаосвіта як медіадидактика	60,0	44,0	80,0
2) медіаосвіта як медіаграмотність	8,00	24,0	8,0
3) медіаосвіта як медіакомпетентність	8,00	24,0	4,0
4) відсутність відповідей; розмиті, незмістовні відповіді	24,0	8,0	8,0
КГ			
1) медіаосвіта як медіадидактика	71,4	–	60,0
2) медіаосвіта як медіаграмотність	8,6	–	8,6
3) медіаосвіта як медіакомпетентність	2,8	–	2,8
4) відсутність відповідей; розмиті, незмістовні відповіді	17,2	–	28,6

Аналіз відповідей респондентів на першому етапі дослідження свідчить про те, що студентам усіх трьох груп властиві передусім уявлення про медіаосвіту як про медіадидактику: для більшості з них медіаосвіта є навчанням за допомогою різних технічних пристроїв або дистанційним навчанням завдяки розвиткові комп'ютерних технологій (наприклад, “це освіта, яка здійснюється за допомогою різних технічних засобів”, “це освіта не в навчальному закладі, а в режимі он-лайн”). Близько чверті респондентів з усіх трьох груп не змогли дати чітку відповідь, що таке медіаосвіта. Незначна частина респондентів визначили медіаосвіту як медіаграмотність: для них медіаосвіта – це процес освоєння новітніх комп'ютерних технологій, підвищення технічної обізнаності (наприклад, “це вивчення якихось технічних новинок”, “це освіта, що стосується нововведень у сфері медіа”). Поодинокі відповіді відображали розуміння медіаосвіти як медіакомпетентності (наприклад, “це освіта, яка вивчає ЗМК”, “це аналіз медіаінформації”). Проведення групових дискусій у першій і другій ЕГ привело до суттєвих змін в уявленнях студентів про медіаосвіту, причому в першій ЕГ ці зміни є більш помітними, ніж у другій ЕГ: збільшилася кількість респондентів, які визначають медіаосвіту як

спеціальний вид навчання, спрямований на формування медіакультури особистості (наприклад, “це частина освітнього процесу, спрямована на формування медіакультури, а також здатності фільтрувати нескінченний потік інформації”, “це галузь освіти, що має на меті навчити людину критично сприймати інформацію із ЗМК, правильно її розуміти та інтерпретувати”); зменшилася кількість респондентів, яким було важко визначитися щодо того, що таке медіаосвіта. Проте, як засвідчив третій етап дослідження, ці зміни не можна вважати довгочасними, оскільки частина респондентів згодом повернулася до тих уявлень, які на початок проведення групових дискусій були домінуючими, причому цей процес відбувався значно активніше в другій, ніж у першій ЕГ. Збільшення в КГ кількості респондентів, яким було важко визначитися щодо того, що таке медіаосвіта, можна пояснити тим, що деякі респонденти, виконуючи під час повторного анкетування ті ж самі завдання, залишали відкрите запитання без відповіді. У цілому ж можна стверджувати, що протягом періоду дослідження уявлення студентів з КГ про медіаосвіту залишилися незмінними.

Отже, групова дискусія здатна впливати на зміст уявлень респондентів про медіаосвіту, але глибина і тривалість змін у цих уявленнях є різною залежно від форми проведення групової дискусії: організована дискусія, яка передбачає наявність наукового визначення об’єкта обговорення, здатна привести до більш глибоких і довгочасних зрушень порівняно із стихійною дискусією, яка порушує первісну систему уявлень респондента через зіткнення декількох буденних визначень об’єкта обговорення.

Виявлений характер змін в уявленнях студентів про медіаосвіту внаслідок проведення різних форм групової дискусії було підкріплено вивченням категоріальної структури свідомості студентів. На підставі факторизації даних, отриманих у різних групах на різних етапах дослідження, було виділено по шість значущих факторів, які охоплюють від 57% до 74% загальної дисперсії.

Аналіз змісту факторів, виділених у різних групах досліджуваних (перша і друга ЕГ, КГ), свідчить про те, що образ медіаосвіти є аморфним, неусталеним, розмитим у свідомості студентів: окремі описові ознаки, за якими оцінювалася медіаосвіта, одночасно входили до складу декількох факторів, що не дає можливості чітко визначити ті провідні підстави категоризації, які задіяні у відображенні сутності медіаосвіти. Саме з цієї причини не було інтерпретовано зміст виділених факторів. На наш погляд, результати факторизації даних можуть свідчити про необізнаність студентів щодо сутності медіаосвіти, унаслідок чого вони конструюють уявлення про медіаосвіту на основі вже сформованих знань та уявлень зі схожих змістових царин (при цьому хтось акцентує увагу на понятті “освіта”, а

хтось – на “мас-медіа”). Звідси й виникають різноманітні буденні тлумачення медіаосвіти, які від самого початку ґрунтуються на різних підставах категоризації. Суперечність результатів факторизації даних можна пояснити також недосконалістю самого методичного інструментарію: незрозумілість або незначущість для студентів описових ознак семантичного диференціала могли завадити виявленню властивих для них підстав категоризації медіаосвіти. Нарешті, невелику кількість досліджуваних у кожній групі (35, 25 і 35 осіб) також можна вважати однією із причин, що утруднювала виявлення групового образу медіаосвіти.

Динаміка змін формальних характеристик факторних структур, отриманих у трьох групах студентів (перша і друга ЕГ, КГ) на різних етапах дослідження, дає можливість розкрити чутливість образу медіаосвіти до зовнішніх впливів, а також тривалість спричинених зовнішніми впливами змін. Так, було виявлено, що в КГ факторна структура образу медіаосвіти (маємо на увазі кількість виділених факторів, внесок кожного з них у загальну дисперсію) залишилася практично незмінною. Це означає, що протягом періоду дослідження (два тижні) образ медіаосвіти у студентів КГ не зазнав істотних перетворень. Належність окремих описових ознак до різних факторів, як зазначалося вище, свідчить, наймовірніше, про не-сформованість чіткого й узгодженого образу медіаосвіти у свідомості студентів КГ.

Факторні структури образу медіаосвіти в першій і другій ЕГ залишилися незмінними щодо кількості факторів (в обох групах на різних етапах дослідження було виділено по шість значущих факторів). Зафіксовані зміни торкнулися передусім внеску виділених факторів у загальну дисперсію та наповнення їх описовими ознаками. Для того щоб розкрити характер впливу кожної форми групової дискусії на образ медіаосвіти, розглянемо зміни, які відбулися в кожній ЕГ, окремо.

У першій ЕГ зміни факторної структури образу медіаосвіти виявилися в тому, що зразу ж після проведення групової дискусії (другий етап дослідження) значно збільшився внесок першого фактору в загальну дисперсію (майже у два рази – з 11,58% до 22,26% загальної дисперсії), а також зросло наповнення перших трьох факторів описовими ознаками. Через тиждень після проведення групової дискусії (третій етап дослідження) внесок першого фактору в загальну дисперсію практично повернувся до попередньої величини (з 22,26% до 15,90% загальної дисперсії), незважаючи на те, що наповнення описовими ознаками перших трьох факторів залишилося таким же багатим, як і на попередньому етапі дослідження.

У другій ЕГ динаміка змін факторної структури виявилася схожою, але відбувалася у зворотному напрямку. Після проведення групової дискусії (другий етап дослідження) значно зменшився внесок у сумарну дис-

персію першого фактору (з 24,38% до 14,00% сумарної дисперсії), а також наповнення його описовими ознаками. Через тиждень після проведення групової дискусії (третій етап дослідження) внесок у сумарну дисперсію першого фактору його наповнення описовими ознаками майже повернувся до попередньої величини (14,00% до 20,56%). Слід також зазначити, що певні зміни торкнулися і другого фактору: під кінець дослідження він став семантично багатшим, а тому й змістовнішим, ніж на початку дослідження.

Отже, форма групової дискусії здатна не тільки впливати на сам образ медіаосвіти, а й визначати характер змін цього образу: структурована групова дискусія веде до інтеграції образу, тоді як стихійна групова дискусія – до його розмивання.

Висновки. Отже, результати емпіричного дослідження показали, що уявлення студентської молоді про медіаосвіту певною мірою суперечливі. На нашу думку, це свідчить про її необізнаність щодо сутності цієї інновації. Крім того, стихійно сформований образ медіаосвіти є аморфним, неусталеним, розмитим і легко піддається зовнішнім впливам. Навіть одноразовий ситуативний вплив (групова дискусія) приводив до помітних змін у факторній структурі образу медіаосвіти. Звідси випливає, що, по-перше, необхідно планомірно й цілеспрямовано формувати комплекс уявлень про медіаосвіту і, по-друге, цей процес вимагає тривалих і систематичних зусиль.

Показано, що групова дискусія як один з методів конструювання образу медіаосвіти може приводити до протилежних результатів залежно від обраної форми проведення: організована дискусія, яка передбачає попереднє ознайомлення з матеріалами, що стосуються обговорюваного феномена, і залучення експертів, зумовлює зміни в бік більш структурованого образу; стихійна групова дискусія, котра спирається тільки на буденні тлумачення обговорюваного феномена та вміння респондентів обстоювати власну позицію, спричиняє зміни в бік розмивання образу. Тобто вибір форми проведення групової дискусії може давати різні ефекти або через порівняння власних поглядів з деякою директивною (визнаною фахівцями) думкою, або через виникнення розгубленості внаслідок зіткнення власних поглядів з вагомими та переконливими думками інших людей. Проте і в першому, і в другому випадку зміни в образі медіаосвіти є нестійкими. Через якийсь час відбувається зазвичай повернення до попередніх уявлень щодо образу медіаосвіти, що підтверджує необхідність проведення систематичної роботи по його формуванню у свідомості людей.

Перспективою подальших емпіричних досліджень може стати вивчення змін в образі медіаосвіти в результаті проведення серії занять, присвячених цій темі, з використанням різноманітних інтерактивних методів навчання.

Література

1. Медіакультура особистості: соціально-психологічний підхід : навч. посіб. / О. Т. Баришполец, Л. А. Найдьонова, Г. В. Мироненко та ін. ; за ред. Л. А. Найдьонової, О. Т. Баришпольця. – К. : Міленіум, 2004. – 440 с.
2. *Петрунько О. В.* Діти і медіа: соціалізація в агресивному медіасередовищі : [монографія] / О. В. Петрунько. – Полтава : Укрпромторгсервіс, 2010. – 480 с.
3. *Російчук Т.* Антиутопія інформаційного суспільства / Т. Російчук // Соціальна психологія. – 2008. – № 1(27). – С. 85–95.
4. *Баришполец О.* Медіаосвіта: зарубіжний досвід / О. Баришполец // Соціальна психологія. – 2008. – №3(29). – С. 162–170.
5. Концепція впровадження медіаосвіти в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ispp.org.ua/news_44.htm

Лисневская А. А. Групповая дискуссия как инструмент конструирования у студентов представлений о медиаобразовании

Рассмотрены возможности влияния разных форм групповой дискуссии на конструирование в сознании студентов образа медиаобразования. Показано, что организованная групповая дискуссия предопределяет усиление структурированности образа, а стихийная групповая дискуссия – его размывание. Обнаружено, что одноразовое проведение групповой дискуссии приводит к неустойчивым изменениям в образе медиаобразования.

Ключевые слова: медиаобразование, групповая дискуссия, представление, образ, инновация.

Lisnevs'ka A. O. Group discussion as a tool of constructing of students' images of mediaeducation

Possibilities of influence of different group discussion's forms on constructing the image of mediaeducation in consciousness of students are considered. It is showed that the organized group discussion determines intensification of structuring image, and spontaneous group discussion – its dilution. It is appeared that single-using group discussion leads to unsteady changes in image of mediaeducation.

Key words: mediaeducation, group discussion, idea, image, innovation.

МІФОЛОГІЧНИЙ ЕТАП ІНТЕРНЕТ-СОЦІАЛІЗАЦІЇ

А. І. Лучинкіна, м. Київ

Ідеться про соціалізацію особистості в інтернет-просторі. Перебіг процесу соціалізації в інтернет-середовищі, на думку автора, здійснюється в чотири етапи; виділено міфологічний етап інтернет-соціалізації і розглянуто наслідування міфів про інтернет і міфологію інтернету в межах зазначеної теми. Аналізуються особистісні настановлення людини, сформовані на доінтернетному етапі соціалізації, і взаємозв'язок зазначених настановлень із вибором міфів для наслідування. Міфологічний етап інтернет-соціалізації досліджується впродовж двох фаз розгортання – початкової і

основної: на початковій відбувається ознайомлення людини з міфами про інтернет та визначення ступеня наслідування зазначених міфів; на основній користувач проявляє суб'єктність, яка полягає в самостійному виборі ніків, паролів, життєвого кредо.

Ключові слова: інтернет, соціалізація, міфи, настановлення.

Проблема. На нашу думку, соціалізація в інтернет-просторі починається з міфологічного етапу, як і в реальному середовищі. Проте міфологічний етап інтернет-соціалізації відрізняється від міфологічного етапу реальної соціалізації більшою суб'єктністю (мається на увазі усвідомленість виборів особистості, її власна активність, попередній досвід). Саме тому вважаємо за необхідне розглянути детально всі фази цього етапу.

Метою статті є аналіз міфологічного етапу інтернет-соціалізації особистості.

Інтернет-соціалізація – багаторівневий процес, який розгортається на всіх щаблях віртуального простору і являє собою інтерференцію зразків поведінки, психологічних настановлень, соціальних норм і цінностей, знань, навичок, засвоєних суб'єктом у реальному суспільстві, і можливих, привабливих для особистості, але не реалізованих у реальному просторі через неможливість їх реалізації зразків поведінки, психологічних настановлень, соціальних норм і цінностей, знань, навичок. У результаті цього процесу формується новий вид ідентичності – віртуальна ідентичність суб'єкта в інтернеті.

Аналіз наукових напрацювань із проблеми визначення етапів, або стадій, процесу соціалізації в інтернет-середовищі показав обмеженість числа психологічних досліджень за цією тематикою. Цікавою у контексті нашої роботи видається модель процесу соціалізації, запропонована С. В. Бондаренком [1]. На його думку, соціалізація у віртуальному просторі відбувається у два етапи: перший – архетиповий, другий – інструментально-когнітивний.

Соціалізація на архетиповому рівні, вважає дослідник, полягає в конструюванні віртуальної ідентичності в процесі інтеграції особистості користувача з ролями тих чи інших суб'єктів, що вже діють у кіберпросторі. Отже, поведінка користувача утворює систему взаємопов'язаних ролей та очікувань контакту з віртуальним середовищем, а в деяких випадках і відповідних соціальних санкцій. За Бондаренком, засвоєння знань і навичок від однолітків, батьків, викладачів відповідних навчальних дисциплін та інших акторів як агентів соціалізації слід вважати головним навчальним механізмом передачі технічних знань, а також культурних патернів. Саме на цьому етапі користувач спочатку ознайомлюється із соціальними нормами, чинними в кіберпросторі, а також засвоює базові елементи мережевої етики. Соціальні міфи компенсують користувачеві

брак базових знань про соціальні відносини в кіберпросторі, а також сприяють формуванню мотивів продовження процесу соціалізації. На переконання дослідника, архетиповий етап притаманний кіберпросторові взагалі [там само].

Ми цілком згодні з висновком С. В. Бондаренка, проте вважаємо, що запропоновані ним поняття про перебіг процесу соціалізації в інтернет-мережі слід певним чином розширити. Безумовно, архетиповий етап завжди є, і він важливий в інтернеті, але його не можна сприймати як щось виключно питома і притаманне тільки зазначеному середовищу. Людина починає ознайомлення з інтернетом із міфів і далі занурюється саме в міфологічний простір інтернету. Отже, пропонуємо розглядати не архетиповий, а міфологічний етап інтернет-соціалізації. На нашу думку, він охоплює дві фази: початкову і основну. На *початковій* фазі користувачі ознайомлюються з міфами про інтернет і приймають рішення про наслідування цих міфів. На вибір рішення про наслідування впливає попередній досвід соціалізації. Міфи, – це в першу чергу психічні явища, які відображають глибинну сутність душі. Міф – це оповідь, яка передає уявлення людей про світ, місце людини в ньому. Іншими словами, міф – це спосіб вписування себе у світ. До основних функцій міфу дослідники відносять допомогу людині в пошуку свого місця у світі, розуміння себе у світі і побудову реальності через процес ототожнення людини зі світом. Міфологічний простір завжди віртуальний. Міф виступає як модель щоразу, коли потрібні певний вчинок, активна дія, прийняття свободи і взяття відповідальності на себе.

На *основній* фазі міфологічного рівня соціалізації людина занурюється в міфологію інтернету і стає активним творцем міфологічного інтернет-простору. Вважаємо, що до цієї фази інтернет-соціалізації належать паролі, вибір ніків, використання малюнків.

В емпіричному дослідженні окресленої нами проблеми взяли участь 420 респондентів різного віку, з різним досвідом і стажем інтернет-життя. Для визначення інтернет-досвіду використовувалася дослідницька анкета, за результатами якої було виокремлено три групи респондентів: перша група – респонденти, які практично не користуються інтернетом (128 осіб); друга група – респонденти, що користуються інтернетом ситуативно (163 осіб); третя група – респонденти, які користуються інтернетом постійно (129 осіб).

Дослідження охоплювало три етапи. На першому етапі за допомогою власного дослідницького опитувальника “Наслідування міфів про інтернет” було проаналізовано відомі міфи про мережу і ступінь наслідування зазначених міфологічних настановлень. На другому етапі було проаналізовано кореляцію настановлень, які отримують інтернет-користувачі протягом життя, з настановленнями, набутими в інтернеті. Для цього ми

застосували ретроспективну анкету настановлень. Статистичний зв'язок перевірявся за допомогою статистичного пакету SPSS-16. На третьому етапі за допомогою дослідницької анкети було проаналізовано інтернет-міфологію та ступінь реалізації міфологічної складової особистості в інтернет-просторі.

Початкова фаза міфологічного етапу інтернет-соціалізації. Міфи про інтернет. Людина, яка вперше стикається з інтернетом, отримує інформацію про цей простір через ЗМК, знайомих. Більша частина такої інформації має міфологічний характер. Так, існує декілька відомих міфів про інтернет. Наприклад, “інтернет – це велике звалище”. Глибинний сенс цього міфу – в інтернеті неможливо нічого знайти, тут усе звалено в купу. При цьому мається на увазі не так складність гіпертекстової організації інтернету, як саме функціональний аспект: не знаю як користуватися навігацією, тому знайти нічого не можу. А те, що я не можу знайти, – не існує, або існує, але сховане. Такий погляд нагадує мислення дикунів, які не схильні до об'єктивного пояснення очевидних речей, проте постійно намагаються пристосовувати весь зовнішній досвід до душевних подій. Саме тому пошук інформації в мережі для “інтернет-дикуна” стає перш за все психічною подією. Наші дослідження показали, що таке міфологічне настановлення характерне здебільшого для людей у віці (за 50 років) і є аргументом, який, на їхній погляд, підтверджує користь звичайних бібліотек. Цього міфу дотримується значна частина (18%) вибірки неактивних інтернет-користувачів, менша частина (11%) ситуативних інтернет-користувачів і зовсім мало (2%) активних інтернет-користувачів.

Другий полюс цього міфу – “в інтернеті можна знайти все”. Такий підхід також притаманний респондентам, які мало користуються інтернетом. Вважаємо, що основою такого міфу є первісна віра людини в Надістоту. Тут саме інтернет виступає такою Надістотою.

Близьким до зазначеного є міф про те, що все можна знайти в інших джерелах, а тому необов'язково користуватися інтернетом. Глибинне переконання, яке лежить в основі цього міфу, пов'язане з неусвідомленим страхом перед невідомим, що також зближує “інтернет-дикунів” з їхнім первісним аналогом.

Цікавим у контексті нашого дослідження видається міф про те, що більшість користувачів інтернету мають ті чи ті психічні розлади; прагнуть утекти в інтернет від реальності; хочуть таким чином позбавитися самотності. Не аналізуючи детально кожний із цих міфів, спробуємо визначити глибинне настановлення, яке спонукає до їх прийняття. Так, міфологічному настановленню про те, що більшість користувачів мають психічні розлади, вірні 11% неактивних інтернет-користувачів, 7% ситуативних і тільки 1,5 % активних. Надання інтернету міфологічного статусу,

отождження його з могутніми силами лежить в основі міфу про втечу з реального простору (як дикун прагне захисту Надістоти). Серед респондентів вибірки, які практично не користуються інтернетом, сприймають це настановлення 59% опитаних; серед респондентів, які користуються інтернетом ситуативно, – 27%; серед активних респондентів – 14%. Що ж до настановлення позбавлення самотності в інтернеті, то лише 4% активних користувачів наголошують на його актуальності, тоді як респонденти, які практично не користуються інтернетом, і ті, які користуються ситуативно, вважають це настановлення досить актуальним (відповідно 32% і 24% опитаних).

Міф про те, що інтернет шкодить здоров'ю, досить поширений серед усіх респондентів. Цього настановлення дотримуються передусім респонденти, які практично не користуються інтернетом (78% опитаних) і ситуативні респонденти (50%); значно менше таких осіб серед активних респондентів (24%). Аналогічна ситуація спостерігається і щодо міфу про те, що інтернет – це не для дітей. У першій групі актуальність цього міфу підтримують 91%, у другій – 80%, у третій – 74% опитаних. Як бачимо, у респондентів усієї вибірки досить високий рівень наслідування зазначеного настановлення. Цікавим, на наш погляд, є той факт, що навіть активні користувачі вважають інтернет-простір небезпечним для дитини. Проте на запитання, чи вважають респонденти інтернет-простір небезпечним особисто для себе, 97% із них обирають відповідь “ні”.

Особистісні настановлення. Ми зробили припущення, що на початковій фазі міфологічного етапу інтернет-соціалізації популярність міфів про інтернет пов'язана з настановленнями, які було засвоєні респондентами на етапі попередньої, доінтернетної, соціалізації. Щоб виявити настановлення, інститут соціалізації, тобто звідки воно походить, а також ступінь його наслідування, було застосовано методику ретроспективного анкетування.

Усі відповіді було розподілено на п'ять груп: до першої увійшли відповіді, які містять *заборони* (“не брешти”, “не кради”, “так не можна”, “не торкайся”, “не лайся”); до другої – відповіді *повинності* (“треба вчитися добре”, “дитина повинна зростати у повній родині”, “чоловік повинен кохати свою дружину”, “треба бути пунктуальним”); до третьої групи – певного типу *притиси* (“сусід сусідові друг”, “дівчата поводяться скромно”, “гроші можна заробити тільки важкою працею”, “кохання не існує”); до четвертої – *відповіді-накази* (“одягни шапку”, “взимку одягайся тепло”, “будь уважним”); до п'ятої групи *настановлення-метафори* (“народжений повзати літати не може”, “копійка гривню береже”, “готуй сані влітку”, “зустрічають за одягом”). Розподіл настановлень за групами респондентів проводився таким чином: усі відповіді певного типу бралися

за 100%, потім розраховувався відсоток настановлень зазначеного типу для кожної групи респондентів окремо. Результати емпіричного дослідження показали, що в респондентів, які практично не користуються інтернетом, переважають настановлення заборони (64%) та наказів (51%).

Респонденти, які користуються інтернетом ситуативно, під час попередньої соціалізації найкраще засвоїли настановлення повинності (47%) і приписів (46%). У респондентів, які активно користуються інтернетом, переважають метафоричні настановлення (72%). Зазначимо, що в досліджуваних інших груп такий тип настановлень практично не виражений.

У межах нашого дослідження ми проаналізували зв'язок попереднього досвіду соціалізації, а саме типів настановлень респондентів, із вибором того чи іншого міфу під час початкової фази інтернет-соціалізації (табл. 1). Розрахунок проводився за 100-бальною шкалою; усі відповіді за ретроспективною анкетною ми визначали за 100%. Потім аналізувалися результати вибору кожного типу настановлення для респондентів, прихильних до першого міфу, другого міфу і т. д. Аналіз результатів показав, що прихильність до міфу “інтернет – велике інформаційне звалище” відповідає настановленням заборони і наказам, які було засвоєно на етапі доінтернетної соціалізації.

Таблиця 1

**Розподіл типів настановлень респондентів
відповідно до найпоширеніших міфів (у %)**

Міф/настановлення	Заборони	Повинності	Приписи	Накази	Метафори
Інтернет – це інформаційне звалище	42	11	13	33	2
Інтернет викликає у користувачів психічні розлади	36	27	23	14	0
Інтернет – це втеча від реальності	31	27	17	15	10
Інтернет – це втеча від самотності	4	21	44	19	12
Інтернет небезпечний	32	14	34	8	22

Прихильність до міфу “більшість користувачів – психічно нездорові люди” відповідає настановленням заборони, повинності та приписів. Міф “інтернет дає можливість утекти від реальності” переважає у респондентів, які мають виражені настановлення заборони і повинності. Прихильність до міфу “інтернет потрібен тільки самотнім” найбільшою мірою виражена у респондентів з настановленнями приписів. А міфи про небезпеку для дітей, здоров'я і життя найчастіше траплялися у респондентів з

настановленнями-заборами, приписами і метафорами. Зазначимо, що респонденти, у яких найбільшою мірою були виражені настановлення-метафори, не демонстрували помітної прихильності до будь-якого із згаданих вище міфів про інтернет. На нашу думку, саме настановлення-метафора забезпечує можливість багатоваріантності подальшого розвитку особистості і може бути тим самим Запитом, на який людина дає Відповідь у процесі соціалізації.

Найбільший інтерес для нашого дослідження становили друга і третя групи респондентів. Саме ці групи більш чи менш успішно проходять початкову фазу міфологічного етапу соціалізації.

Основна фаза міфологічного рівня інтернет-соціалізації. Упродовж цієї фази людина проходить щонайменше три міфологічних шари. Перший міфологічний шар, з яким стикається “поселенець” інтернет-простору, – проходження “кордону”. У ролі кордону при цьому виступає пароль. На міфологічному рівні існування пароля вносить додаткові асоціації: таємна організація і змовники, державна таємниця і спецслужби, військова таємниця і вартовий на посту.

Наступний міфологічний шар – вибір ніки. Нік – нове ім’я, яке символізує статус посвяченого в нове життя (у стародавніх обрядах існувало переназивання людини, зміна її імені для того, щоб обдурити міфологічні сили і змінити перебіг життя на краще). За результатами аналізу вибору ніків було виявлено, що 42% респондентів як основу ніки залишають своє ім’я в зменшувально-пестливій формі, 7% активних і ситуативних респондентів використовували міфологічні або казкові ніки, наприклад: Золота Відьма; Зірка, що летить; Наречена Вітру, Єлена Прекрасна, Сірий Вовк, Диявол та ін. Результати проведеного дослідження свідчать про те, що інтернет-користувачі другої групи частіше, ніж респонденти третьої групи, змінюють свої ніки і паролі.

Цей же шар характеризується зміною статусів – життєвих кредо. Зміна ніки зазвичай супроводжується зміною статусу, проте статус змінюється значно частіше. Було проведено порівняння частоти зміни статусів у соціальних мережах і в реальному житті для кожної зазначеної групи (табл. 2). Результати проведеного дослідження показали, що в доінтернетній соціалізації життєві кредо особистості змінювалися рідше. Слід зауважити також, що респонденти, які практично не користуються інтернетом, не схильні до зміни життєвого кредо. Згідно з результатами анкетування, їм не потрібно реєструватися на якомусь сайті, вводити логін і пароль.

Таблиця 2

Порівняння частоти зміни статусів (життєвих кредо)
інтернет-користувачами впродовж року

Простір	1-ша група	2-га група	3-тя група
Реал	1	2	6
Віртуал	1	3	6-15

Більшість респондентів першої групи (67%) обирають як пароль дату свого народження. Респонденти другої групи також рідко змінюють статус у соціальних мережах; протягом року такі зміни відбуваються в середньому 2-3 рази як у реальному, так і віртуальному просторі. Натомість 83% респондентів третьої групи змінюють свій статус від 6 до 15 разів у віртуальному середовищі і до 6 разів – у реальному. Наразі встановлено, що існує статистично достовірний зв'язок між засвоєнням метафоричних настановлень у доінтернетний період соціалізації і частотою зміни кредо ($Q = 0,6$). Коефіцієнт Юла Q свідчить про значущий зв'язок між засвоєнням метафоричних настановлень у доінтернетний період соціалізації і частотою зміни кредо. (Коефіцієнт контингенції $\phi = 0,408$ підтверджує достовірність тенденції).

Третій міфологічний шар пов'язаний з розподілом території на "свою – чужу". На своїй території, зі свого комп'ютера перейти інтернет-кордон простіше, ніж із чужого комп'ютера, на чужій території. Ця теза підтверджується результатами дослідження, згідно з якими 92% респондентів воліють користуватися своїм комп'ютером для роботи або спілкування. Цікаво, що 61% з них вказує на те, що заходити на потрібний сайт із чужого комп'ютера вкрай незручно і не завжди вдається (вони пояснюють це тим, що їхній комп'ютер до них звик). Таким чином міфічною істотою стає сам Комп'ютер, який обирає для себе користувача.

Висновки:

1. Міфологічний етап інтернет-соціалізації охоплює дві фази: початкову і основну. На початковій фазі відбувається ознайомлення людини з міфами про інтернет та визначення ступеня наслідування зазначених міфів. На основній фазі міфологічного етапу інтернет-соціалізації користувач проявляє суб'єктивність, яка полягає в самостійному виборі ніка, пароля, життєвого кредо, а також у створенні міфів в інтернеті.

2. Існує статистично достовірний зв'язок між засвоєнням метафоричних настановлень у доінтернетний період соціалізації і частотою зміни кредо ($Q = 0,6$), між ступенем засвоєння настановлень і вибором міфів для наслідування ($\chi^2 = 12,52$ при $p \leq 0,01$).

Література

1. Бондаренко С. В. Модель социализации пользователей в киберпространстве / С. В. Бондаренко // Технологии информационного общества. Интернет и современное общество : труды VI Всерос. объедин. конф., г. Санкт-Петербург, 6 нояб. 2003 г. – СПб. : Изд-во филол. ф-та СПбГУ, 2003. – С. 57.
2. Лучинкіна А. І. Психологічний аналіз інститутів та механізмів соціалізації у підлітковому та юнацькому віці / А. І. Лучинкіна // Проблеми загальної та педагогічної психології : зб. наук. праць Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка. – К., 2010. – С. 283–290.
3. Лучинкіна А. І. Основні методологічні підходи до розгляду процесу соціалізації у віртуальному середовищі / А. І. Лучинкіна // Проблеми сучасної педагогічної освіти. Серія “Педагогіка і психологія”. – Ялта, 2011. – Вип. 34. – Ч. 2. – С. 7–13.

Лучинкина А. И. Мифологический этап интернет-социализации

Речь идет о социализации личности в интернет-пространстве. Течение процесса социализации в интернет-среде, по мнению автора, осуществляется в четыре этапа; выделен мифологический этап интернет-социализации и рассмотрены подражание мифам об интернете и мифология интернета в пределах указанной темы. Анализируются личностные установки человека, сформированные на доинтернетном этапе социализации, и взаимосвязь указанных установок с выбором мифов для подражания. Мифологический этап интернет-социализации исследуется в течение двух фаз развертывания – начальной и основной; на начальной фазе происходит знакомство человека с мифами об интернете и определение степени подражания указанным мифам; на основной пользователь проявляет субъектность, которая заключается в самостоятельном выборе ников, паролей, жизненно-кредо.

Ключевые слова: интернет, социализация, мифы, установки.

Luchynkina A. I. Mythological stage of the Internet-socialization

The article deals with personal socialization in the Internet space. The socialization process in the Internet environment, according to the author's opinion, carried out in four stages. It's distinguished the mythological stage of the Internet-socialization and considered imitation myths about the Internet and mythology of the Internet within the topic. It is analyzed personal attitudes, which were formed in preInternet stage of socialization, and the relationship of these attitudes with choice of myths for imitation. Mythological stage of the Internet-socialization is studied during two phases of deployment: initial and main. In the initial phase person acquaints with myths about the Internet and the degree of imitation of the mentioned myths is determined. On the main stage user shows subjectivity which consists in independent choice of Nicks, passwords, life credos.

Key words: the Internet, socialization, myths, attitudes.

ОБРАЗ ПОЛІТИЧНОЇ ВЛАДИ У СВІДОМОСТІ СТУДЕНТІВ

В. В. Москаленко, м. Харків

Висвітлюються актуальні проблеми психологічного аспекту політичної влади. Аналізуються теоретико-методологічні підходи до вивчення цього феномена. Визначаються спрямованість і кількісні характеристики загальної емоційної орієнтації студентів щодо реальної та ідеальної влади. Вивчається образ реальної та ідеальної влади у сприйнятті студентів в аспектах його оцінки, активності та сили, проводиться кореляційний аналіз образів чинної та ідеальної влади.

Ключові слова: образ політичної влади, реальна та ідеальна влада, студентська молодь, сприйняття політичних лідерів.

Проблема. Держава за допомогою політичної влади контролює поведінку громадян і суспільства та певним чином впливає на неї. Мета такого впливу – створити відповідну електоральну свідомість і ставлення громадян для того, щоб заручитися підтримкою з боку суспільства і стати на чолі держави. Будь-яка державна влада не байдужа до громадської думки. Більше того, вона завжди прагне викликати та закріпити лояльне щодо себе ставлення народу. Політична система функціонує ефективно тільки тоді, коли громадяни позитивно сприймають владу та ідентифікують себе з цією владою. Саме тому владна верхівка намагається створити позитивний образ влади в індивідуальній і масовій свідомості.

Дослідження уявлень громадян про реальну та ідеальну політичну владу є актуальною проблемою сучасної психологічної науки. Особливо пильної уваги потребують ці питання напередодні виборів. Знання про політичні вподобання населення, розуміння потреб електорату дають змогу не лише окреслити визначальні напрями майбутньої політики, а й впливати на її перебіг, вибудовувати пріоритетний для різних соціальних груп образ політичної влади. Дуже важливо при цьому враховувати політичні уявлення молоді, яка становить значну частину електорату.

Об'єктом нашого дослідження є політична влада, *предметом* вивчення – образ політичної влади. *Мета статті:* з'ясувати особливості образу політичної влади у свідомості студентів під кутом зору його оцінки, активності та сили.

Психологічні аспекти політики, зокрема проблеми влади, держави, демократії, соціальної модернізації, розглядаються в працях зарубіжних і вітчизняних психологів – З. Фрейда, А. Адлера, Е. Фромма, С. Московічі, В. О. Васютинського, О. М. Лактіонова, М. М. Слюсаревського,

В. О. Татенка, Н. В. Хазратової та ін. Так, образи реальних та ідеальних політичних лідерів і влади є предметом зацікавленості як для вітчизняних (В. О. Васютинський, М. М. Слюсаревський, П. Д. Фролов), так і зарубіжних, передусім американських (Д. Істон, Р. Хесс, Ф. Грінштейн), науковців.

У сучасній політичній психології поняття *влади* належить до основних і водночас найбільш суперечливих. Саме поняття має складний і не завжди очевидний зміст. Так, Е. Фромм наголошував на тому, що розуміння влади залежить від усвідомлення того, що слово “влада” – вельми широкий термін і має два цілком різних значення: влада може бути або “раціональною”, або “іраціональною”. Раціональна влада ґрунтується на компетентності: така влада сприяє зростанню людини, яка на неї спирається. Іраціональна влада будується на силі та слугує експлуатації того, хто їй підкорюється [1, с. 53].

А. Адлер одним із перших у психології звернув увагу на прагнення влади. Він намагався переконати людство в тому, що найбільшу проблему становлять не сексуальні потреби, а почуття нижчості, зумовлене переживанням своєї справжньої чи позірної гіршості від інших людей, у тому числі й у сексі. Острах перед таким порівнянням не на свою користь спонукає людину домагатися компенсації через здобуття влади над іншими – дитиною чи батьком-матір’ю, чоловіком чи дружиною, коханцем чи коханкою, сусідом чи колегою по роботі, вечірковим товариством чи цілим народом [там само, с. 52].

Проблема влади у З. Фрейда – це проблема панування несвідомого над людською свідомістю та поведінкою, а також численних способів боротьби та примирення з цією владою. Людина – раб самої себе, тобто своїх власних ілюзій, раб бажання владарювати, яке і є самою людською реальністю [2, с. 401].

А. І. Юр’єв розглядає владу як трикутник відносин “людина–політика–влада”. Він підкреслює, що і людина, і політика, і влада теоретично й практично можуть існувати окремо. Але їх роз’єднання призводить до неадекватних політичних відносин, а об’єднання – до адекватного суспільного життя. Через владу політика реалізується, стає очевидною та впливовою. Влада ж, якою все пронизано завжди і всюди, відчувається, переживається, представляється і сприймається через терміни політики (див. [3, с. 60]).

О. Б. Шестопал описує владу взагалі, і не лише політичну як різновид психологічного впливу, засоби якого варіюють від м’якого умовляння до відкритого насилля. Але, крім впливу однієї людини на іншу, між ними відбувається і взаємодія, обидві сторони котрої здатні впливати на партнера, хоча ці впливи і не рівнозначні [4, с. 152].

В. О. Васютинський стверджує, що влада – це радше властивість взаємодії, результат взаємин між індивідами, які перебувають у певних стосунках, а не диспозиційні характеристики особи або соціуму. Тобто влада – це не властивість, яку має людина, а результат міжособових взаємин, за яких одна людина сприймає іншу як вищу щодо себе. Влада є невід’ємним атрибутом взаємодії, результатом взаємин між індивідами, які перебувають у певних стосунках, що може набувати втілення в диспозиційних характеристиках особи та інтеракційних параметрах соціуму [1, с. 62].

За А. О. Тимченком, громадськість України представлена численними соціальними групами. Будь-яка група сьогодні сама по собі є складним соціальним явищем. Влада – це відображення інтересів особистостей, окремих груп або партій. Необхідним є гармонійне погодження дій влади та інтересів кожної групи. Крім того, потрібно враховувати особисті потреби, інтереси та проблеми кожної людини [5, с. 295].

Отже, у психології існує чимало тлумачень поняття влади, головне – що саме психологічний підхід досліджує владу під кутом зору сприйняття її людиною. О. Б. Шестопад звертає увагу на власне психологічні виміри в аналізі образів влади: політичний психолог, який вивчає образ влади у свідомості громадян, досліджує не лише те, що відображається у свідомості респондентів, а й те, як саме відбувається це відображення, його характер, тобто політичну оптику, через яку заломлюється реальна влада. Для того щоб відчуті ці психологічні виміри, можна використовувати стандартну для психологічних досліджень схему аналізу: виділити в образах влади емоційні, когнітивні та поведінкові компоненти [там само, с. 160]. Дослідниця стверджує, що політична система функціонує ефективно тільки тоді, коли громадяни позитивно сприймають владу і надають їй психологічного сприяння, ідентифікують себе з цією владою. Резервуар позитивних образів влади формується в дитинстві під впливом особливостей владних відношень перш за все в сім’ї [там само, с. 153].

В. А. Зорін підкреслює “істинність” образу влади і образу політичного лідера. Джерелом тих якостей політичного лідера, які приписуються йому суспільством, можуть бути спеціально розроблювані політехнологами програми, котрі пропонуються виборцю і визначають “імідж” кандидата [6, с. 394].

Н. В. Хазратова, розглядаючи сприйняття влади, наголошує на тому, що держава є досить складним і багатоаспектним явищем, яке не може бути відображене індивідом у результаті безпосереднього контакту. Уявлення індивіда про державу формується в ході взаємодії з представниками державної влади різних рівнів, у процесі діяльності особи

в правовому та економічному полі держави, під час якої ця особа намагається виробити найбільш адаптивну стратегію поведінки [7, с. 303].

В. О. Васютинський досліджує ставлення громадян до влади. Він звертає увагу на те, що, за результатами кількарічних досліджень лабораторії психології мас та спільнот Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, ставлення громадян до державної влади визначено як один із провідних чинників, які диференціюють масову політичну свідомість сучасного українського суспільства. Сфера ставлень громадян до влади сьогодні є емоційно насиченою і напруженою; це своєрідний соціально-психологічний полігон, де накопичуються і в різний спосіб дістають розрядку негативні переживання [8, с. 226].

О. М. Лактіонов зазначає, що на процес формування образу сучасної політичної влади значною мірою впливає індивідуальний і політичний досвід. Політичний досвід, на думку дослідника, як частина індивідуального досвіду особистості, є перманентною характеристикою; його накопичення, як і вплив на життєдіяльність людини, відбувається постійно, щоденно, а зовсім не в періоди якихось особливих політичних колізій [9].

На наш погляд, через трансформаційні процеси в суспільстві змінюються і влада, і її характеристики, і, зрештою, образ політичної еліти у свідомості людей набуває вельми різноманітного вигляду. У зв'язку із цим перед психологами постає завдання створювати і пропонувати таке психологічне знання, яке допомагало б громадянам формувати реальні образи еліти перехідного періоду. Сучасній політичній еліті, як і всій політичній владі, властиві загалом такі психологічні характеристики: транспарентність, розмитість, егоцентричність, нарцисичність і безпринципність.

У контексті порушеної нами проблеми цікавими видаються результати дослідження М. А. Дроздової, присвяченого особливостям сприймання політичних лідерів дітьми і молоддю. Було виявлено, що в політичній свідомості опитаних існують стереотипні уявлення про певних політиків; водночас деякі оцінки пов'язані з віком і статтю опитаних. Проводилися також дослідження уявлень громадян про певних реальних та ідеальних політичних лідерів. Наприклад, сприймання дітьми і молоддю образу В. Ф. Януковича супроводжувалося ефектом поляризації: частина опитаних наділяла його негативними характеристиками, частина – позитивними. При цьому майже всі опитані були одностайними в оцінці високих професійно-ділових рис цього політика (“уміє вирішувати проблеми”, “досвідчений”, “багато знає”, “розумний”). А от сприймання дітьми і молоддю Ю. В. Тимошенко мало здебільшого позитивний характер. М. А. Дроздова припускає, що в цьому випадку спрацьовує певний “ефект ореолу”, який зумовлює позитивне оцінювання практично

всіх рис – інтелектуальних, емоційно-вольових, моральних тощо. Що ж до ідеального політичного лідера, то в уявленнях дітей і молоді ідеальний політичний лідер є носієм цілого комплексу позитивних рис – морально-етичних, інтелектуальних, вольових тощо, що видається цілком закономірним. При цьому пріоритетними для респондентів були в першу чергу саме характерологічні, зокрема морально-етичні, риси. На думку дослідниці, це свідчить про бажання молоді бачити при владі не просто освіченого професіонала, а людину, яка діє відповідно до певних етичних принципів [10].

З огляду на мету дослідження ми окреслили такі основні його завдання:

- теоретико-методологічний аналіз підходів до вивчення політичної влади;

- визначення спрямованості та кількісних характеристик загальної емоційної орієнтації студентів щодо реальної та ідеальної влади (за допомогою діагностичного тесту ставлень Г. У. Солдатової);

- вивчення образу ідеальної та реальної влади у сприйнятті студентів в аспектах його оцінки, активності та сили (методом семантичного диференціала Ч. Осгуда);

- виявлення взаємозв'язку між образами чинної та ідеальної влади (рангова кореляція Спірмена – за допомогою програми SPSS).

Вибірку склали 77 осіб (студенти 3-го курсу факультету іноземних мов Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна). Вік досліджуваних – від 19 до 21 року; з них 75% – дівчата і 25% – хлопці. Більшість опитуваних є представниками української та російської національностей; усі проживають у Харкові та Харківській області.

Результати діагностичного тесту відносин (далі в тексті – ДТВ) є підставою, аби констатувати перевагу позитивного або негативного образу влади. Значення $X a^+$ показують суму оцінок усіх позитивних її якостей, $X a^-$ – суму оцінок усіх негативних якостей, а D є коефіцієнтом емоційної (позитивної чи негативної) спрямованості стереотипу (рис.). Реальна влада характеризується негативними показниками, а ідеальна влада, навпаки, має позитивні значення. З усіх значень D реальної влади лише один коефіцієнт додатний “+” (№13), що становить лише 3,7% усіх відповідей. Оскільки наша вибірка невелика, то цей відсоток загалом нестійкий (він може бути як значно меншим, так і значно більшим). Якщо не враховувати цей показник, значення D реальної влади коливаються від -0,018 до +0,313. Виявлені коливання не такі вже й істотні, а отже, в середньому ці значення не сильно відрізняються між собою. Негативне ставлення до влади може бути викликане, на нашу думку, ворожістю і недовірою, а також напруженістю у відносинах із владою, можливо навіть певними побоюваннями.

Середнє арифметичне показника D ідеальної влади має вище значення; крім того, це значення позитивне. Різниця значень теж досить помітна: вони варіюють від 0 до +0,481. Показник зі значенням “нуль” трапляється лише один раз. (Можна припустити, що у свідомості цього досліджуваного немає чітко окресленого поняття ідеальної влади або ж через байдужість до сфери політики і влади він має досить розмите уявлення про неї).

Хочемо звернути також увагу на те, що різниця між позитивними і негативними оцінками реальної влади набагато менша, ніж різниця між такими ж оцінками ідеальної влади. Через це кінцеві значення оцінки респондентами реальної влади наближаються до нуля. Студенти сприймають чинну владу більш амбівалентно. Така влада в їхній свідомості має нечіткі й розмиті межі. Можливо, як уже зазначалося вище, студентів не цікавить сфера політики, а можливо, їм складно зорієнтуватися в сьогоdnішній політичній ситуації в країні, а відтак чітко вирішити, як саме вони оцінюють теперішню владу.

Ідеальній владі, навпаки, даються більш високі оцінки. Середнє значення D ідеальної влади становить +0,335. Отже, досліджувані чітко позиціонуються щодо такої влади, можуть вказати її межі. Студенти досить конкретно розуміють це поняття, виявляють певне ставлення до нього. Ідеальна влада має для них порівняно з реальною більш конкретне значення.



Рис. Порівняння діагностичного коефіцієнта стереотипу (D)

Отже, ті студенти, у яких досі не сформувалося чіткого ставлення до чинної влади, мають таке саме нечітке ставлення і до ідеальної влади. Натомість ті студенти, у свідомості яких існуюча влада вже набула певних обрисів, мають здебільшого сформоване ставлення і до ідеальної влади. Можна припустити, що це залежить від компетентності студентів у сфері

політики. Така компетентність є перш за все невід'ємною частиною їхньої зацікавленості щодо цієї сфери, що може виявлятися в безпосередній активності студентів, їхній участі в управлінні державою, у різноманітних формах політичної діяльності тощо. І чим більше буде таких студентів, тим більшу підтримку матиме влада, або, навпаки, така молодь буде виступати як опозиція. Так чи інакше, це породжуватиме певну діяльність, що не може не бути позитивним актом під кутом зору управління державою.

Результати, отримані завдяки застосуванню методу семантичного диференціала, показують, що існуюча влада знову виступає в негативному світлі, а ідеальна – у позитивному. Важливо також відмітити, що значення оцінки, сили та активності при цьому помітно відрізняються. Так, оцінка має найвищі показники, а сила – найнижчі. Причому це стосується як чинної, так і ідеальної влади. Простежується обернено пропорційна залежність: чим вищий показник оцінки ідеальної влади, тим він нижчий щодо реальної влади. Таким чином, розбіжності в уявленнях респондентів досить значні і за параметром оцінки. На їхню думку, чинна влада “дуже погана”, хоча мала б бути “дуже хорошою”. Уявлення про активність влади мають дещо менші розбіжності, але все одно вони досить значні. Студенти вважають, що сьогоднішня влада “пасивна”, але ця пасивність на низькому рівні. Тим часом ідеальна влада повинна наближатися до високого рівня активності. Що ж до сили, то теперішня влада видається студентам “слабкою”, хоча, знову ж таки, на низькому рівні. Ідеальна влада в їхніх уявленнях не виглядає максимально сильною, а відповідає середньому рівню. Отже, уявлення студентів про силу влади мають найменші розбіжності.

Виявлено, що між діагностичними коефіцієнтами стереотипу реальної влади і стереотипу ідеальної влади існує середня негативна кореляція (-0,605). Негативні значення кореляції свідчать про обернено пропорційний зв'язок між досліджуваними параметрами. Таким чином, що вищу оцінку респонденти дають ідеальній владі, то нижча оцінка виставляється чинній владі, і навпаки. Кореляція (двостороння) значуща на рівні 0,01.

Порівнюючи значення, отримані методом семантичного диференціала, ми перевірили, як саме корелює (або не корелює) кожний показник методики, а саме оцінка, сила та активність. Коли йдеться про показники чинної влади, то зв'язок виявлено лише між оцінкою і силою. Ці показники корелюють зі значенням 0,626. Кореляція пряма (двостороння): що вища оцінка, то вища сила (середнього рівня, значуща на рівні 0,01). Можливо, у цій ситуації досліджувані не виділяють чітких меж між поняттями оцінки і сили, тому й простежується пряма пропорційність. Активність виступає тут самостійною величиною і не

залежить від жодного іншого показника. Цікаво, що оцінка не корелює більше із жодним з показників. А от сила й активність чинної влади корелюють відповідно із силою та активністю ідеальної влади.

Висновки:

1. Згідно з результатами виконання діагностичного тесту ставлень, чинна влада сприймається студентами негативно, натомість ідеальна представлена в їхній свідомості позитивно. Середнє значення діагностичного коефіцієнта стереотипу реальної влади становить $-0,19$, а ідеальної – $+0,335$. Уявлення студентів про сьогоденню владу мають здебільшого нечіткий характер, на відміну від уявлень про ідеальну владу, які є досить чіткими і виразними.

2. Більшість студентів вважають, що сучасна влада – погана, слабка і пасивна, тоді як ідеальна – хороша, сильна та активна. Найнижчі показники має оцінка чинної влади (середнє значення $-8,37$), а найвищі – сила (відповідно $-3,6$). Тобто влада, на думку респондентів, слабка, але її слабкість на низькому рівні. Далі йде активність влади ($-3,6$). Натомість ідеальна влада порівняно реальною мала б бути набагато кращою ($9,7$), активність також повинна бути на високому рівні ($8,9$), а значенню сили достатньо мати середні значення ($7,0$).

3. Реальний та ідеальний образи влади пов'язані обернено пропорційним зв'язком. Що позитивніший образ ідеальної влади, то негативніший образ нинішньої влади.

4. Студенти сприймають реальну політичну владу в цілому негативно. Уявлення про неї здебільшого розмиті, невизначені, мають амбівалентний характер. Ідеальна влада, навпаки, сприймається студентами позитивно. Крім того, образів ідеальної влади надається низка чітко визначених характеристик.

Перспективним напрямом нашого подальшого дослідження вважаємо вивчення образів реальної та ідеальної влади у сприйнятті студентів після парламентських виборів в Україні.

Література

1. *Васютинський В. О.* Інтеракційна психологія влади / Вадим Васютинский. – К. : Вид-во Київ. славіст. ун-ту, 2005. – 492 с.
2. Психология и психоанализ власти: Хрестоматия по политической психологии : в 2-х т. Т. 2 / под. ред. Д. Я. Райгородского. – Самара : БАХРАХ-М, 1999. – 575 с.
3. *Конфисахор А. Г.* Психология власти / А. Г. Конфисахор. – 2-е изд., перераб. и доп. – СПб. : Питер, 2004. – 235 с.
4. *Шестопап Е. Б.* Политическая психология / Е. Б. Шестопап. – М. : Инфра-М, 2002. – 448 с.
5. *Тимченко А. О.* Влада і соціально-психологічна напруженість / А. О. Тимченко // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина

- Української держави : матеріали Другої всеукр. наук. конф., м. Київ, 13-14 листоп. 1997 р. – К., 1997. – С. 295–298.
6. *Зорин В. А.* Проблема восприятия образа политика в контексте изучения его личности / В. А. Зорин // Политическая психология: Хрестоматия / сост. Е. Б. Шестопал. – М. : Аспект Пресс, 2007. – С. 394–405.
 7. *Хазратова Н. В.* Сприймання влади і закону як складові аналізу ставлення особистості до держави / Н. В. Хазратова // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : матеріали Другої всеукр. наук. конф., м. Київ, 13-14 листоп. 1997 р. – К., 1997. – С. 302–305.
 8. *Васютинський В. О.* Соціально-психологічний зміст ставлення громадян до влади / В. О. Васютинський // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : матеріали Другої всеукр. наук. конф., м. Київ, 13-14 листоп. 1997 р. – К., 1997. – С. 226–228.
 9. *Лактионов А. Н.* Координати індивідуального опыта / А. Н. Лактионов. – Х. : Бизнес Информ, 1998. – 492 с.
 10. *Дроздова М. А.* Образи вітчизняних політичних лідерів у свідомості дітей та молоді / М. А. Дроздова // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : матеріали Другої всеукр. наук. конф., м. Київ, 13-14 листоп. 1997 р. – К., 1997. – С. 274–277.

Москаленко В. В. Образ политической власти в сознании студентов

Освещаются актуальные проблемы психологического аспекта политической власти. Анализируются теоретико-методологические подходы к изучению политической власти. Определяются направленность и количественные характеристики общей эмоциональной ориентации студентов по отношению к реальной и идеальной власти. Изучается образ реальной и идеальной власти в восприятии студентов в аспектах его оценки, активности и силы, проводится корреляционный анализ образов существующей и идеальной власти.

Ключевые слова: образ политической власти, реальная и идеальная власть, студенческая молодежь, восприятие политических лидеров.

Moskalenko V. V. Image of political power in students' consciousness

The article is devoted to the actual problems of the psychological aspects of political power. It's determined the direction and quantitative characteristics of students' general and emotional orientations as to real and ideal power. It's determined the image of real and ideal power in students' perception in aspects of its evaluation, activity and strength. Correlative analysis of images of current and ideal power is presented.

Key words: image of political power, real and ideal power, students, perception of political leaders.

ОБРАЗ ІННОВАЦІЇ: ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗБАГАЧЕННЯ

І. С. Підгірна, м. Київ

Розглядається проблема формування та збагачення образу інновацій у сприйнятті споживачів. Аналізуються об'єктивні і суб'єктивні чинники формування образу інновації, зіставляються їхні перетворювальні можливості. Представляються результати дослідження формування образу інновацій у процесі обговорення їх з експертами.

Ключові слова: образ інновації, сприйняття інновації, інформація, збагачення думки, дискусія.

Проблема. Феномену інновації останнім часом присвячується чимало досліджень. Сьогодні інновації впроваджуються чи не в усіх сферах суспільного життя: політичній, економічній, освітній тощо.

Формування образу інновації починається в умовах дефіциту інформації про неї. Недостатня кількість інформації про той або інший вид інновацій може викликати недовіру громадськості. Коли ж інформація недостатньо повна, виникає потреба в компенсації нестачі інформації, у заповненні так званих інформаційних лакун, у побудові цілісної картини. На це, зокрема, звертають увагу М. О. Бернштейн, І. М. Фейгенберг, А. Д. Єляков. Так само недолік інформації заповнюється активністю, попереднім досвідом, який у поєднанні з контекстом ситуації підказує, чого саме слід очікувати. Якщо ж наявного досвіду виявляється недостатньо, щоб побудувати цілісну картину, людина намагається створити у своїй уяві певну конструкцію, котра б якнайповніше охоплювала спостережувані явища, пов'язуючи їх у загальну картину.

Прийняття або неприйняття інновації значною мірою залежить від того, як вона буде сприйнята цільовими групами й громадською думкою в цілому. На етапі, коли образ інновації ще тільки починає складатися, важливо зрозуміти “напря́м” становлення цього образу, як він міг би скласти́ся за умови належним чином організованого інформування. Від того, як воно буде організовано, наскільки будуть враховані соціально-психологічні закономірності групової динаміки, які будуть використані психологічні технології роботи з інформацією, групою і т. ін., у кінцевому підсумку залежить, яким буде образ інновації.

Формування певного образу інновацій у свідомості споживачів являє собою процес, що відбувається відповідно до певних закономірностей та факторів.

Мета статті: з'ясувати закономірності формування образу інновацій в уяві споживачів (тобто суспільства); визначити й проаналізувати об'єктивні і суб'єктивні чинники, що впливають на перебіг цього процесу.

Оскільки інновації є досить складним і багатогранним феноменом життя суспільства, існує чимало підходів до їх визначення й розуміння. Уперше поняттям “інновація” в науковому контексті скористався американський учений Й. Шумпетер 1911 р. (див. [1, с. 14]). Він убачав в інноваціях здійснення нових комбінацій і при цьому розглядав їх насамперед у контексті використання вже наявних ресурсів.

Сучасний економічний словник трактує інновації як нововведення в різних галузях техніки, технології, організації праці й управління, засновані на досягненнях науки й передового досвіду, а також як використання цих нововведень у найрізноманітніших галузях і сферах діяльності [2, с. 179]. Формування інноваційної спрямованості передбачає використання певних критеріїв, що дають можливість зробити висновок про ефективність того чи того нововведення. За результатами проведених досліджень за критерії ефективності інновацій у сфері освіти слід визначити такі: новизна, оптимальність, висока результативність, можливості творчого застосування інновації в масовому досвіді [3].

Основним критерієм інновації вважають *новизну*. Тому вкрай важливо визначити, у чому полягає сутність пропонованого нового, яким є рівень його відмінності від уже наявного. Уведення *оптимальності* в систему критеріїв ефективності освітніх інновацій означає необхідність обліку витрат сил і ресурсів учителями й учнями для досягнення нових результатів. Упровадження інновації в освітній процес і досягнення високих результатів за умови найменших фізичних, розумових і часових витрат свідчать про її оптимальність. *Результативність* як критерій інновації означає певну стійкість її позитивних результатів в освітній діяльності. Що ж до можливості *творчого застосування* інновації в масовому досвіді, то зазначимо, що якщо цінна ідея або технологія не виходить за межі вузького, обмеженого застосування, зумовленого особливостями й складністю технічного забезпечення або специфікою діяльності працівника освіти, то навряд чи можна в цьому випадку говорити про педагогічне нововведення. Знання цих критеріїв та уміле їх застосування для оцінювання освітніх інновацій і є, власне, основою педагогічної творчості [3].

Сформований у суспільній свідомості образ інновації визначає ставлення до неї загалом споживачів [4]. На сприйняття споживачем нової, незнайомої інформації про інновацію впливає ціла низка як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників. Від того, наскільки повно враховуються особливості сприйняття інновації цільовою аудиторією, значною мірою залежить формування конкретного образу інновації.

Сприймання будь-якого об'єкта відбувається відповідно до відомих закономірностей: елементарні відчуття від органів чуття надходять у кору головного мозку людини, де відбувається їх обробка на основі наявного досвіду, уявлень, емоцій, що супроводжують цей процес. Результатом сприймання є формування образу об'єкта і ставлення до цього образу [5, с. 319]. Більша частина цього процесу не усвідомлюється, і про те, як саме інновацію сприйнято, можна довідатися вже з поведінки споживача. Для кращого сприймання образу інновації інформацію про неї розміщують найчастіше на матеріальному носії: це посилює її відчуження. У такий спосіб задіюється конкретно-образне мислення, що полегшує сприймання нової інформації, знижує бар'єри сприйняття, дає можливість ознайомитися з інформацією в більш повному обсязі [6, с. 285].

Інноваційний продукт через свою невідомість для користувачів має шанс автоматично привернути до себе їхню увагу. Актуальна на цей момент потреба й упізнання продукту як такого, що має стосунок до задоволення цієї самої потреби, сприяють виділенню “фігури” – інновації – з якогось повсякденного, звичного фону [7].

Однак процес сприймання інновації має певні нюанси. В елементарних відчуттях може бути недостатньо даних для формування осмисленого, завершеного образу інновації. Образ інновації може просто не сформуватися, тобто інновація не буде сприйнята. Якщо ж образ інновації все-таки формується, то ступінь його викривлення може бути настільки великим, що в споживача виникає неадекватне уявлення про цю інновацію.

Однак для успішного впровадження інновацій має значення не так сам їхній образ у свідомості споживачів, як їхнє суб'єктивне ставлення до цього образу. На цьому етапі відбувається, власне, порівняння інновації з наявним досвідом. З одного боку, завдяки порівнянню з попереднім досвідом (апперцепції) інновація може бути сприйнята як схожа на щось уже відоме. З другого ж боку, саме суб'єктивність процесу порівняння стає на шляху ухвалення рішення про використання пропонованої інновації.

Первинний контакт з інформацією про інновацію розгортає у свідомості споживача внутрішній конфлікт, тобто конфлікт між бажанням задовольнити актуальну потребу у звичний спосіб і бажанням задовольнити її більш ефективно, використовуючи інновацію. Тому для формування позитивного образу завжди доцільним є приєднання інновації до успішного досвіду задоволення потреби [8].

У процесі формування образу інновацій виявляється специфіка об'єктивних і суб'єктивних чинників.

Об'єктивними чинниками виступають характеристики самої інновації і середовища [9]. Наприклад, чинник обсягу інновації визначає, що

повинно відбутися із суб'єктом, щоб він став споживачем інновації (щоб у нього сформувався позитивний образ інновації). Чим більших змін вимагає інновація від суб'єкта, тим більший супротив чинить їй його психіка. Радикальність інновації – це ступінь її новизни. Коли йдеться про чинник швидкості впровадження інновації, потрібно підкреслити, що процес ознайомлення з інновацією вимагає певного часу. Надто швидко впровадження інновації підштовхує людину до швидкої зміни існуючих стереотипів, при цьому її готовність до таких змін найчастіше не враховується. Разом з тим уповільнене впровадження інновації може призвести до її морального старіння або до того, що щільність інформації за одиницю часу буде недостатньою для привернення уваги споживача, а відтак й запам'ятовування. Загалом же швидкість упровадження інновації визначається в першу чергу можливостями і особливостями розвитку соціального середовища, у якому перебуває споживач.

Що ж до *суб'єктивних чинників* формування образу інновації, то вони відбивають характеристики власне споживача інновації і впливають на процес її сприймання. Адекватність людини, як її здатність до об'єктивності, має значення при розгляді здатності сприймати навколишню дійсність, у тому числі й інновації. Інший суб'єктивний чинник – система цінностей, яка формується в умовах навколишнього середовища й визначає структуру потреб, способи їх задоволення, пріоритетність [10]. Очевидно, що просування інновації краще починати з тієї групи, система цінностей якої найбільшою мірою сприяє актуалізації потреби, на задоволення якої спрямована інновація.

С. Р. Яголковський виділяє кілька форм впливу інновацій на когнітивну сферу суб'єкта. Він визначив їх як форми когнітивного збагачення:

1) виділення суб'єктом основних принципів, що лежать в основі впроваджуваних інновацій, з подальшим їх використанням у власній продуктивній розумовій діяльності;

2) зміна способів досягнення сформованих гностичних цілей;

3) одержання інформації про нові реальні можливості;

4) зміна уявлень про співвідношення можливого і неможливого;

5) переосмислення ролі і значення технологій роботи із творчою продукцією [11].

Коли йдеться про емоційну сторону процесу збагачення думки, то виділяють такі форми емоційного реагування суб'єкта на інновації:

- виникнення яскравих позитивних емоцій, емоційного піднесення;

- емоційне блокування продуктивної активності суб'єкта (це пов'язано з нерозумінням сутності інновації або усвідомленням обмеженості своїх можливостей);

- виникнення негативних емоцій, пов'язаних з новою ідеєю або впроваджуваною інновацією;

- індиферентна емоційна реакція.

Отже, емоційна реакція, її зміна щодо інновації також мають бути враховані в ході вивчення процесу формування образу інновацій.

Як уже зазначалося, на етапі формування образу інновації важливо з'ясувати напрям його становлення, яким би він був за умови належним чином організованого інформування. Формування образу освітньої інновації визначається передусім особливостями організації її обговорення. На думку дослідників і технологів, проблеми неправильної поінформованості громадян можуть бути вирішені шляхом проведення роз'яснювально-інформаційної кампанії.

Формування позитивного образу освітніх інновацій передбачає налагодження конструктивного діалогу між ініціаторами змін і громадськістю. Однією із форм такого діалогу є технологія, яку в 1988 р. запропонував американський учений-соціолог Дж. Фішкін. Ця технологія виявляє, якою була б громадська думка, якби населення дістало максимально широку та всебічну інформацію про конкретну актуальну проблему й формувало б своє ставлення до неї в обговореннях із фахівцями і представниками різних груп населення. Тобто яка саме думка про інновацію, який її образ складалися б у громадськості в процесі й у результаті збагачення, розширення кругозору із цієї теми.

За Дж. Фішкіним, думка збагачується, розширюється під час *дискусії* з експертами з даної теми [12]. Основний зміст дискусії полягає в розгляді, дослідженні певного питання. Отже, зміст дискусії як методу полягає в колективному обговоренні якого-небудь питання, проблеми у формі зіставлення ідей, думок, пропозицій. У правильно організованій дискусії відбувається не тільки обмін інформацією. Учасники можуть, крім того, відстоювати свою позицію, спростовувати чужу думку, коректувати свою й чужу точку зору. У такий спосіб часто-густо створюється якась нова інформація, з'являються інноваційні рішення, формується цілісне знання. У зв'язку із цим виникає проблема оволодіння прийомами доведення, що дало б змогу обґрунтувати істинність однієї думки за допомогою вже відомих положень.

У результаті дискусії образ інновації має стати більш багатограним та когнітивно складнішим. По-перше, щоб оцінити значення явищ, людина вибудовує якісь понятійні моделі, або конструкти. Дж. Келлі визначав конструкт як ідею або думку, яку людина використовує, щоб усвідомити або інтерпретувати, пояснити або передбачити свій досвід. Конструкт являє собою стійкий спосіб, у який людина осмислює якісь аспекти дійсності в термінах схожості й контрасту. Наприклад, "схвильований – спокійний", "розумний – дурний", "чоловічий – жіночий", "дружній – ворожий" [13, с. 435].

Коли йдеться про формування та збагачення образу інновації, то в процесі дискусії кількість таких конструктів щодо обговорюваної теми може змінюватися. Для того щоб кількість конструктів змінилася (збільшилася або зменшилася), необхідно, щоб під час обговорення пролунали різні (навіть протилежні) думки щодо порушеної проблеми [14]. Інакше кажучи, образ об'єкта дискусії починає розширюватися, набувати нових граней, тлумачень, які учасникам дискусії досі були невідомі. З одного боку, образ може ставати більш цілісним, збагачуючись новими параметрами. З другого ж боку, якщо конструкт мав монолітну структуру, а зв'язки всередині нього були досить сильні, у процесі збагачення він може певним чином розпадатися, розгалужуватися, ставати фрагментарним [15]. Це зумовлено тим, що під час дискусії розкриваються нові параметри об'єкта, оприявнюються нові його можливі зв'язки, розкриваються якісь інші сторони. І, доповнюючи існуючий в уявленні учасника дискусії конструкт, вони або, так би мовити, збирають образ в одне ціле, або додають інші параметри, що робить образ більш-менш фрагментарним. Чи стане образ більш цілісним або, навпаки, фрагментарним у даній групі учасників дискусії, багато в чому залежить від того, які конструкти в них були до збагачення думки, тобто на етапі попереднього опитування. У кожному разі, образ інновації в процесі збагачення думки наповнюється якимось новим змістом, з'являється різноманітність ознак, за допомогою яких людина може описати цей образ.

Обговорення, або дискусія на актуальну тему, може набувати різних форм. Це можуть бути наради, мозкові штурми, диспути, дебати. За фактором упорядкованості виділяють *організовану* дискусію, де є ведучий, встановлено черговість виступів, певні правила, і *стихийну* дискусію, яка починається раптово, без попередньої підготовки та встановленого порядку виступів учасників.

Різні форми дискусії по-різному впливають на формування образу об'єкта. Результати дослідження показали, що особистісні характеристики реципієнтів відіграють не таку вже й значну роль у побудові нового образу об'єкта. Розширення образу, набуття ним різнобічних параметрів, збагачення думки про об'єкт відбувається, якщо людині (або групі) надається релевантна, усебічна, об'єктивна, доступна для розуміння інформація, коли вона роз'яснюється та обговорюється. У такому разі образ формується різнобічним, об'ємним, думка – аргументованою. З'являються нові позиції, з яких суб'єкт може “подивитися” на проблему, образ котрої розширюється. Якщо ж такої інформації бракує, людина (або група людей) опиняється в умовах її дефіциту. У цьому випадку суб'єктові доводиться компенсувати нестачу інформації заснованими на досвіді власними здогадками, чутками, стереотипами, думкою значущих людей, власними емоційними реакціями на об'єкт. Такі ситуації трапляються під час неор-

ганізованих, стихійних обговорень, де учасники обмінюються між собою подібними “замінниками” об’єктивної інформації. У стихійних обговореннях проявляються феномени групового тиску, конформізму учасників, первинності висловлювання тощо. У результаті проведення дискусії в такій формі з образом відбуваються дещо інші зміни. По-перше, через груповий тиск та деякі інші маніпулятивні явища, брак правдивої інформації образ об’єкта викривлюється. Нові його параметри, звичайно, можуть додаватися, але їх навряд чи можна назвати аргументованими, доцільними, такими, що ґрунтуються на об’єктивних матеріалах та свідченнях. Із цих причин не можна стверджувати, що образ об’єкта і думка про нього збагатилися [16, с. 38].

Дослідження механізмів зміни образу інновацій до і після різних форм дискусій показало:

- коли немає зовнішнього впливу, думка про інновацію зазвичай не змінюється;
- при різних видах обговорення громадська думка змінюється по-різному: у разі надання об’єктивної інформації, кваліфікованих роз’яснень експертів та організованого обговорення думка збагачується; у разі ж стихійного обговорення теми, за дефіциту належної інформації думка індивіда зазнає групового тиску, впливу ефекту первинності, феномена більшості та інших маніпулятивних явищ;
- у випадку організованого обговорення теми з експертами особистісні характеристики мало впливають на становлення інноваційного образу в особистості (формування громадської думки); те ж саме можна сказати й про обговорення стихійне;
- у випадку організованої дискусії на зміну думки впливають об’єктивна інформація, матеріали, факти, посилання на наукові джерела та ін.;
- під час стихійної дискусії дефіцит інформації може заповнюватися чутками, здогадами, емоційними проявами; за організованої ж дискусії думка активно збагачується завдяки фактам, об’єктивним даним, представленню авторитетних точок зору експертів.

Отже, результати дослідження показали, що саме форма дискусії впливає на формування образу, збагачення думки про інновацію, тоді як особистісні характеристики реципієнтів практично не справляють істинного впливу на ці зміни. Без зовнішнього інформаційного впливу думка змінитися не може, оскільки при цьому відомості про об’єкт не надходять. У разі стихійного обговорення цього об’єкта також можливий дефіцит інформації, тому що учасники обмінюються чутками, здогадами, непідтвердженими відомостями, емоційним ставленням; у результаті образ може бути викривлений. За участі громадян в організованій дискусії з експертами думка громадськості щодо певної теми активно збагачується

завдяки всебічному висвітленню проблеми, керуванню об'єктивною інформацією. При цьому образ інновації набуває багатогранної структури; у ньому можуть виявитися такі сторони, яких до обговорення ніхто не помічав; або, навпаки, можуть зникати або розриватися ті зв'язки всередині нього, які існували раніше.

Висновки. З усього вищесказаного випливає, що образ інновації, його формування та збагачення визначаються як суб'єктивними, так і об'єктивними чинниками. Особливо велике значення для формування образу інновації мають особливості її обговорення. У процесі обговорення означеної проблеми якісь її параметри привертають більшу увагу, якісь – меншу, а щось залишається поза полем зору. При цьому може надаватися як об'єктивна, правдива, так і неперевірена, безпідставна інформація. Також можуть проявлятися ефекти первинності висловлювання, групового тиску тощо.

У результаті обговорення образ інновацій стає зазвичай багатограннішим, когнітивно складнішим. З одного боку, образ може набувати цілісності, доповнюватися новими параметрами, з другого – якщо конструкт мав монолітну структуру і зв'язки всередині нього були досить сильні, то в процесі збагачення він може розпадатися, розгалужуватися, ставати фрагментарним. У всякому разі, образ у процесі збагачення наповнюється якимось новим змістом, з'являється різноманітність ознак, за допомогою яких людина може описати цей образ. Отже, у процесі дискусії, спрямованої на формування образу інновацій, у свідомості людини відбуваються процеси так званого когнітивного збагачення.

Різні форми обговорення об'єкта по-різному впливають на формування його образу і, відповідно, думки про нього, причому особистісні характеристики відіграють значно меншу роль у побудові нового образу об'єкта. Розширення образу, надання йому різнобічних параметрів, збагачення думки про об'єкт відбуваються, коли людині (або групі) надається релевантна, усебічна, об'єктивна, доступна для розуміння інформація, коли вона роз'яснюється та обговорюється. У такому разі образ формується різнобічним, об'ємним, а думка – аргументованою.

Література

1. Яголковский С. Р. Психология инноваций: подходы, методы, процессы / С. Р. Яголковский. – М. : Высшая школа экономики, 2011. – 271 с.
2. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – [5-е изд.]. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 495 с.
3. Сластенин В. А. Педагогика [Електронний ресурс] / В. А. Сластенин. – Режим доступу : http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/slast/25.php

4. *Резепов И.* Психология рекламы и PR [Электронный ресурс] / И. Резепов. – Режим доступа : http://www.modernlib.ru/books/rezepov_ildar/psihologiya_reklami_i_pr/read/1/
5. *Рубинштейн С. Л.* Основы общей психологии / С. Л. Рубинштейн. – СПб. : Питер, 2007. – 713 с.
6. *Фоксол Г.* Психология потребителя в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун. – СПб : Питер, 2001. – 352 с.
7. *Ярошевский М. Г.* История психологии от античности до середины XX в. [Электронный ресурс] / М. Г. Ярошевский. – Режим доступа : <http://psymania.info/raznoe/386.php>
8. *Робер М.-А.* Психология индивида и группы / М.-А. Робер, Ф. Тильман. – М. : Прогресс, 1988. – 256 с.
9. *Мокшанцев Р. И.* Психология рекламы [Электронный ресурс] / Р. И. Мокшанцев. – Режим доступа : <http://www.easyschool.ru/books/14/69/>
10. *Советова О. С.* Инновативные диспозиции личности, их взаимосвязь и влияние на отношение к социальным изменениям [Электронный ресурс] / О. С. Советова : дис. на соискание учен. степени канд. психол. наук : 19.00.01. – Режим доступа : <http://www.dissercat.com/content/sotsialnaya-psikhologiya-innovatsii-osnovaniya-issledovaniya-problemy>
11. *Яголковский С. Р.* Инновационность как предмет психологических исследований / С. Р. Яголковский // Психология. Журнал Высшей школы экономики. – 2007. – Т 4. – № 2. – С. 123 – 133.
12. *Докторов Б. З.* Обогащенное общественное мнение [Электронный ресурс] / Б. З. Докторов – Режим доступа : <http://www.polit.ru/article/2007/12/04/doktorov/>
13. *Хьелл Л.* Теория личности / Л. Хьелл, Д. Зиглер. – СПб. : Питер, 2007. – 607 с.
14. *Поварнин С. И.* Искусство спора [Электронный ресурс] / С. И. Поварнин. – Режим доступа : <http://www.kcnlp.com.ua/dominirovanie/spor/>
15. *Советова О. С.* Основы социальной психологии инноваций / О. С. Советова. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2000. – 152 с.
16. *Подгорная И. С.* Влияние формы обсуждения на обогащение образа проблемы в общественном мнении / И. С. Подгорная // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. – 2012. – № 4. – С. 36–39.
17. *Гребенкин Ю. Ю.* Психотехнологии в рекламе [Электронный ресурс] / Ю. Ю. Гребенкин. – Режим доступа : <http://www.bibliofond.ru/view.aspx?id=39704>

Подгорная И. С. Образ инновации: факторы формирования и обогащения

Рассматривается проблема формирования и обогащения образа инноваций в восприятии потребителей. Анализируются объективные и субъективные факторы формирования образа инновации, сопоставляются их преобразовательные возможности. Представляются результаты исследования формирования образа инноваций в процессе их обсуждения с экспертами.

Ключевые слова: образ инновации, восприятие инновации, информация, обогащение мнения, дискуссия.

Pidgirna I. S. Image of innovation: psychological factors of forming and enrichment

The problem of innovation's image forming and enrichment in the consumers' mind is considered. It is analyzed the objective and subjective factors of forming of innovation's image, their transforming abilities are compared. The results of investigation of innovation's image forming while discussing it with experts are presented.

Key words: image of innovation, perception of innovation, information, enrichment of opinion, discussion.

**ПСИХОСЕМАНТИЧНЕ ВІДОБРАЖЕННЯ ПОНЯТТЯ
“БОЛОНСЬКИЙ ПРОЦЕС” У ЙОГО ОЦІНЦІ ВИКЛАДАЧАМИ ТА
СТУДЕНТАМИ: ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ**

О. М. Тохтамиш

Представлено результати порівняльного аналізу сприймання поняття “Болонський процес” викладачами вищого навчального закладу та його студентами. Емпіричне дослідження проведено з використанням модифікованої методики семантичного диференціала Ч. Осгуда. Виокремлено загальні тенденції психосемантичного відображення поняття “Болонський процес” та його значущі відмінності у вищезазначених групах. Здійснено гіпотетичну інтерпретацію виявлених тенденцій та відмінностей.

Ключові слова: Болонський процес, психосемантичне відображення.

Проблема. Важливість інтеграційних процесів у вищій освіті і зокрема тієї ролі, яку відіграє в них Болонський процес як процес, котрий імпліцитно містить у собі, окрім інших, і політичну складову, підкреслюють багато вітчизняних дослідників [1–5].

Глибинні, підсвідомі чи несвідомі, процеси психічної діяльності людини не завжди прямо, безпосередньо проявляються через власне її ставлення до поняття, яке в позиціонуванні багатьох офіційних осіб викликає однозначне схвалення. Так, неоднозначність ставлення до поняття “Болонський процес” знаходить відображення, зокрема, в такому явищі, яке деякі автори називають міфологізацією Болонського процесу [6], у прямих протестах студентства Австрії та Німеччині у 2009 р. та ін. Блокування та цензура вираження справжнього ставлення до таких понять можуть усуватися за допомогою деяких “непрямих” експериментально-психологічних засобів.

Мета дослідження: провести порівняльний аналіз непрямих семантичних ознак сприймання поняття “Болонський процес” різними групами учасників освітнього процесу.

Одним із засобів дослідження непрямих семантичних ознак є методика семантичного диференціала Ч. Осгуда [7]. Наприклад, В. Ф. Петренко досліджував психосемантичним методом політичний менталітет, аналізуючи такі його сторони, як політичні настановлення, геополітичні уявлення, імідж політичних лідерів та ін. [8]. Сутність методики полягає у використанні оціночних шкал, які досліджувані індексують згідно зі своїми уподобаннями. Особливістю такої методики опитування є те, що замість запитань використовуються шкали порівняння. Зокрема, відображення більш глибинного ставлення до певного поняття завдяки цій методиці реалізується, на думку Ч. Осгуда, у вияві такого психологічного явища, як синестезія, що виступає основою метафоричних переносів та оцінок [9; 10].

Щоб порівняти “глибинне” сприймання викладачами і студентами вишів України поняття Болонського процесу та їхнє ставлення до нього, а відтак з’ясувати не лише загальноприйняті думки, а й більш “інтимні” характеристики такого сприймання та ставлення, ми скористалися методикою, побудованою на принципах вимірювання семантичного диференціала, певним чином модифікувавши її.

Студентам і викладачам (загальна вибірка складалася із 47 осіб) пропонувалося швидко, не обдумуючи, оцінити поняття “Болонський процес” під кутом зору його характеристик (якостей), поданих у вигляді діади антонімів, за семибальною шкалою (від “-3” до “+3”). Респондентів попросили уникати логічного аналізу, оскільки такий аналіз в цьому випадку не потрібний. Важливо було активізувати прояви емоційного, особистісного, “правопівкульного”, “по-дитячому” безпосереднього ставлення до оцінюваного поняття.

Спочатку респонденти повинні були анонімно заповнити бланковий варіант методики. Після цього проводилася статистична обробка, а на її основі – інтерпретація отриманих даних. Для обробки було використано: критерій Колмогорова – Смирнова щодо нормальності розподілу змінних (семантичних пар); для порівняння середніх груп студентів і викладачів – t-критерій рівності середніх для незалежних груп; для перевірки рівності дисперсій – критерій Лівія; для перевірки гіпотези, що середнє кожної семантичної пари що дорівнює нулю (що означає нейтральність вибору групи), – одновибірковий t-критерій Стьюдента.

За результатами оцінювання було виявлено досить несподівані особливості сприймання поняття “Болонський процес” у різних групах та розбіжності щодо деяких його характеристик (рис. 1).

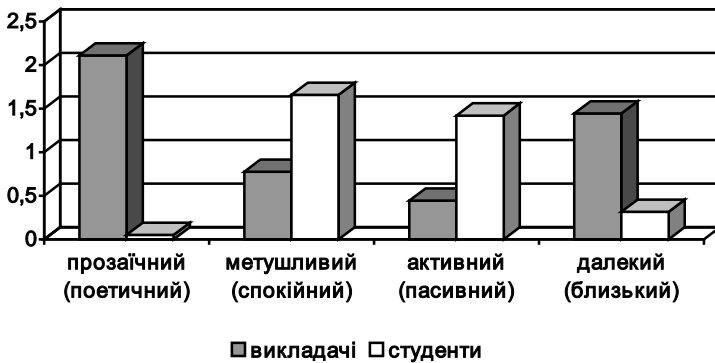


Рис. 1. Психосемантична оцінка поняття “Болонський процес” викладачами і студентами за якостями “прозаїчний-поетичний”, “метушливий-спокійний”, “активний-пасивний” та “далекий-близький”¹

Найбільша відмінність у сприйманні поняття “Болонський процес” між викладачами і студентами виявляється в тому, що викладачі оцінюють це поняття як більш прозаїчне (абсолютний показник 2,111 бала проти 0,053 у студентів з максимально можливих 3-х балів). Можливо, це зумовлено різницею у віці респондентів, оскільки молоді більшою мірою притаманний дух романтизму, поезики тощо.

А втім, різницю в оцінюванні за іншими якостями навряд чи можна пояснити самим лише віком. Зокрема, чомусь ми бачимо значущі відмінності у сприйнятті викладачами та студентами Болонського процесу як “далекого”, на відміну від “близького”. Більш “далеким” він видається саме викладачам (1,444 бала з максимальних 3-х балів проти 0,316 у студентів). В опосередкованому відображенні, можливо, Болонський процес сприймається викладачами і, меншою мірою, студентами як своєрідний освітянський довгобуд. Імовірно, студенти сприймають як більш “близькі” окремі ознаки Болонського процесу, такі, наприклад, як стобальну систему оцінювання якості знань. Окрім цього, можна говорити про загальну тенденцію сприймання поняття “Болонський процес” як “далекого”, а не “близького” і викладачами, і студентами.

Прикметно, що студенти оцінюють це поняття як таке, що має досить виражену якість “метушливості” (1,658 бала з 3-х максимальних балів). Скоріше метушливим, ніж спокійним, сприймається Болонський

¹ Тут і далі в рисунках протилежна якість, що оцінювалася шкальним методом разом із тією, яка є більш вираженою, зазначена в дужках.

процес і викладачами (0,777 бала). Схожі оцінки у студентів і викладачів щодо якості “активність-пасивність”. Для студентів поняття “Болонський процес” є досить активним (1,421 бала); активним, але меншою мірою воно видається викладачам (0,444 бала). Якщо об’єднати останні дві характеристики, то можна говорити про сприймання Болонського процесу як процесу активного, але ця активність недостатньо організована і мало-ефективна. Цікаво, що цю якість неефективної активності частіше відмічають студенти і дещо меншою мірою – викладачі.

Розгляньмо відтак низку інших якостей з погляду оцінювання поняття “Болонський процес” (рис. 2). Значною мірою він сприймається викладачами як “тупий”, “нудний”, “буденний” та “важкий” (ступінь вираженості 1,222 бала із 3-х максимально можливих). Так само, хіба дещо меншою мірою, усі ці якості, за винятком якостей “тупий-гострий”, сприймаються і студентами. Але для них Болонський процес є скоріше “гострим”, ніж “тупим” (0,421 бала). У цьому контексті, можливо, гострота сприймається або як загроза, або як те, що потребує діяльнісної активності, пильнування, алертності тощо.

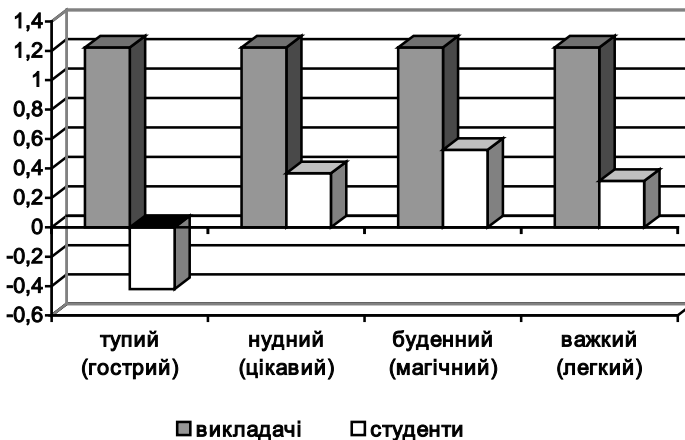


Рис. 2. Психосемантична оцінка поняття “Болонський процес” викладачами та студентами за якостями “тупий-гострий”, “нудний-цікавий”, “буденний-магічний”, “важкий-легкий”

Подальший аналіз показників та порівняльний аналіз (рис. 3) показує, що поняття “Болонський процес” є скоріше великим, ніж малим, як для викладачів (1 бал із 3-х максимально можливих), так і студентів (0,842 бала). Сильним він є лише для студентів (0,553 бала), для викладачів цей показник дорівнює нулю (між “силою” і “слабкістю”). Досить різне сприймання поняття “Болонський процес” серед викладачів і студентів під кутом зору такої антонімічної пари якостей, як “яскравий-темний”. Для викладачів він є радше темним (-0,111 бала), для студентів – більш яскравим (0,447 бала).

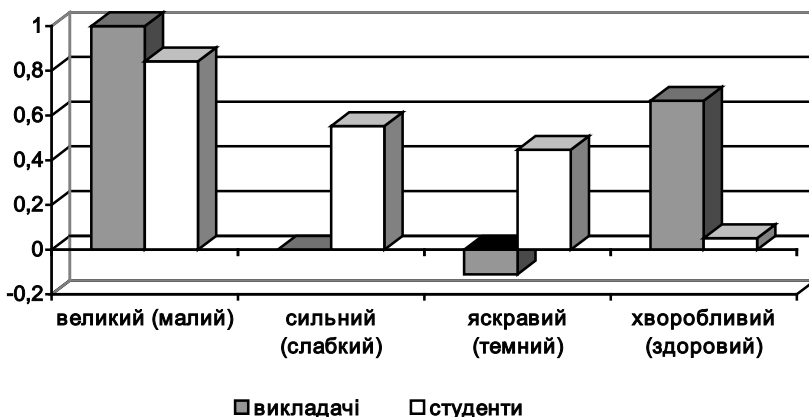


Рис. 3. Психосемантична оцінка поняття “Болонський процес” викладачами та студентами за якостями “великий-малий”, “сильний-слабкий”, “яскравий-темний”, “хворобливий-здоровий”

Як для викладачів, так і для студентів поняття “Болонський процес” є скоріше хворобливим, ніж здоровим, але для викладачів ця “хворобливість” (0,666 бала) у порівнянні зі студентами (0,052 бала) більш виражена.

Цікаві результати було отримано і щодо наступної трійки характеристик (рис. 4). Для викладачів і студентів Болонський процес є швидше подразливим, ніж комфортним (відповідно 1,222 і 0,631 бала). Студентами він частіше сприймається як гучний (1,132 бала), на відміну від викладачів (0 балів). Разом з тим викладачі відзначають досить високу “агресивність” Болонського процесу (1,111 бала), тоді як студентам він видається скоріше дружнім, ніж агресивним (-0,184 бала).

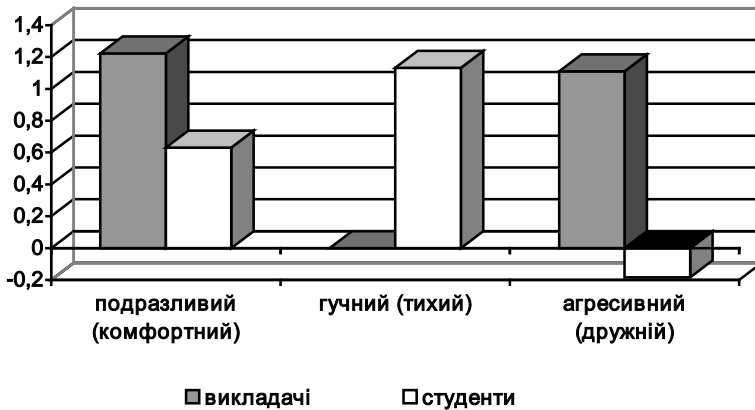


Рис. 4. Психосемантична оцінка поняття “Болонський процес” викладачами та студентами за якостями “подрозливий-комфортний”, “гучний-тихий”, “агресивний-дружній”

Якщо аналізувати якості, що складають останній блок характеристик (рис. 5), то слід передусім зазначити значні розбіжності в оцінюванні студентами і викладачами поняття “Болонський процес” під кутом зору синонімічних пар “поверховий-глибокий”, “упорядкований-хаотичний” та “швидкий-повільний”. Для викладачів “Болонський процес” є поверховим (0,777 бала) та повільним (-0,444), але більш упорядкованим (0,444 бала), на відміну від студентів, для яких він є швидше глибоким (-0,263 бала) і швидким (0,816 бала), але, на жаль, хаотичним (-0,474). Водночас як викладачам, так і студентам поняття “Болонський процес” видається більше потворним, ніж гарним (відповідно 0,888 і 0,316 бала).

Висновки. Отже, у психосемантичному сприйнятті поняття “Болонський процес” між викладачами і студентами виявлено значні розбіжності. Але при цьому можна також говорити і про певні риси схожості. Значну кількість оцінок можна охарактеризувати як такі, що в цілому не свідчать про прийняття та схвалення цього поняття на рівні суб’єктивно-особистісного сприймання. Для обох груп респондентів Болонський процес, на жаль, у цілому не є “цікавим”, “близьким”, “гарним”, “комфортним”, “здоровим”, зате часто він видається “метушливим”, “буденним” та “важким” і, водночас, “великим” та “активним”. На нашу думку, це певною мірою може свідчити про авторитарні підходи до

впровадження Болонського процесу в нашій країні, що викликає неприйняття та протест і віддзеркалюється опосередковано на психосемантичному рівні.

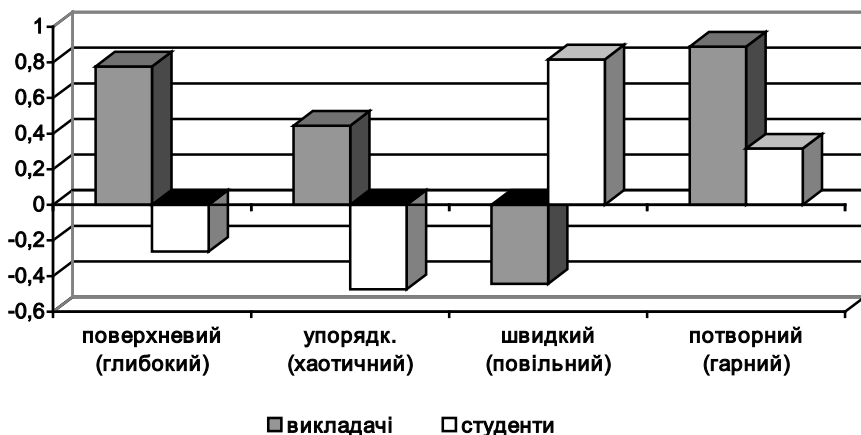


Рис. 5. Психосемантична оцінка поняття “Болонський процес” викладачами та студентами за якостями “поверхневий-глибокий”, “упорядкований-хаотичний”, “швидкий-повільний”, “потворний-гарний”

У перспективі значущим та інформативним вважаємо охоплення дослідженням психосемантичного відображення поняття “Болонський процес” й інших груп, які мають певний стосунок до нього, та порівняльний аналіз отриманих результатів з іншими дослідженнями особливостей сприймання перебігу Болонського процесу в Україні та у світі.

Література

1. Гресь Н. Юридичний погляд на сучасні документи про вищу освіту: вища освіта і Болонський процес / Н. Гресь // Освіта і управління. – 2010. – № 3-4. – С. 53–60.
2. Засекіна Л. Психологічні орієнтири реформування вищої школи в Україні / Л. Засекіна // Соціальна психологія. – 2008. – № 3. – С. 152–161.
3. Калмикова Л. Психолінгвістика у ВНЗ України і Болонський процес: проблеми реалізації європейського змісту освіти і компетентнісного підходу / Л. Калмикова // Рідна школа. – 2008. – № 10. – С. 61–63.

4. *Солодков В.* Соціологічні аспекти Болонського процесу / В. Солодков // Відкритий урок: розробки, технології, досвід. – 2007. – № 12. – С. 3–12.
5. *Яновський М.* Деякі психологічні аспекти впровадження “болонської системи” : педагогічна психологія / М. Яновський, Л. Яновська // Соціальна психологія. – 2008. – № 6. – С. 108–112.
6. *Корсак К.* Міфи про Болонський процес / К. Корсак // Дзеркало тижня. – 2005. – № 39.
7. *Осгуд Ч.* Приложение методики семантического дифференциала к исследованию по эстетике и смежным проблемам / Ч. Осгуд, Дж. Суси, П. Танненбаум // Семантика и искусствометрия. – М. : Мир, 1972. – С. 273–297.
8. *Петренко В. Ф.* Психосемантика сознания / В. Ф. Петренко – М. : Изд-во МГУ, 1988. – 208 с.
9. *Osgood Ch. E.* Factor analysis of meaning / Ch. E. Osgood, G. J. Suci // Journal of experimental psychology. – 1955. – Vol. 50. – P. 325–338.
10. *Osgood Ch. E.* The nature and measurement of meaning / Ch. E. Osgood // Psychological Bulletin. – 1952. – Vol. 49. – P. 197–237.

Тохтамыш А. Н. Психосемантическое отражение понятия “Болонский процесс” в его оценке преподавателями и студентами: сравнительный анализ

Представлены результаты сравнительного анализа восприятия понятия “Болонский процесс” преподавателями высшего учебного заведения и его студентами. Эмпирическое исследование проведено с использованием модифицированной методики семантического дифференциала Ч. Осгуда. Выделены общие тенденции психосемантического отображения понятия “Болонский процесс” и его значимые различия в вышеуказанных группах. Проведена гипотетическая интерпретация выявленных тенденций и различий.

Ключевые слова: Болонский процесс, психосемантическое отображение.

Tokhtamysh O. M. Psychosemantic representation of definition “The Bologna process” in estimation of lecturers and students: comparative analysis

The paper presents the results of a comparative analysis of the notion’s “The Bologna process” perception by groups of high school teachers and their students. An empirical study was carried out using a modification of Ch. Osgood semantic differential. The common trends of psychosemantic reflection of “Bologna process” and the significant differences in these two groups are identified. It is made hypothetical interpretation of the identified trends and differences.

Key words: the Bologna process, psychosemantic representation.

КУЛЬТУРНО-ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИЙ ВИМІР САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

В. І. Фокіна, м. Одеса

Розглядається культурно-глобалізаційний вимір самоідентифікації української молоді, підкреслюється значущість провідних ідей європейської ментальності в цьому процесі. Робиться висновок, що глобалізація – це не тільки кількісні зміни соціальних інститутів і розширення сфери комунікацій – від національної до глобальної, а й зміна характеру міжособових і міжгрупових відносин. Звертається увага на актуалізацію потреби в конструюванні нового типу особистості, яка відповідала б викликам культурної глобалізації і була спроможною інтегрувати різноманітний досвід світових спільнот, створювати нові типи взаємодії, характерні для інформаційного суспільства. Наголошується на тому, що, хоча традиційне суспільство та етнокультура залишаються певною основою для соціалізації молодого покоління, усе більш помітною стає тенденція постання суб'єкта культуротворчості.

Ключові слова: самоідентифікація, культурна глобалізація, європейська ментальність.

Проблема. Світовий соціум, що формується, об'єктивно ставить індивіда перед проблемою самовизначення, побудови власної ієрархії ідентичностей. Цей процес зумовлений глобалізацією, що спричиняє глибоку трансформацію всієї системи соціальних зв'язків індивіда, звільняючи його від жорсткої прив'язки до певного етнічного середовища та відкриваючи перед ним безпрецедентні можливості вибору життєвих стратегій.

Учені-суспільствознавці все частіше пов'язують перехід до постіндустріального, постмодерністського чи ультрасучасного суспільства з утратою особою ідентичності чи її дезорієнтацією [1–5]. Можна констатувати безпрецедентну динаміку соціального життя в більшості країн світу. За кілька останніх десятиліть світовий соціум – досі хаотичний набір глобальних зв'язків, норм, настановлень, цінностей, моделей поведінки, режимів, систем, інститутів – набуває реальних обрисів. Уявлення про традиційну етнічну картину світу, ментальність індивіда і групи потребують концептуалізації насамперед для того, щоб вписати їх у культурно-глобалізаційний контекст самоідентифікації української молоді.

Мета статті: з'ясувати особливості культурно-глобалізаційного виміру самоідентифікації української молоді.

Завдання дослідження:

1) узагальнити теоретико-методологічні основи вивчення проблематики етнонаціональної ідентифікації в сучасному глобалізованому світі;

2) розглянути феномен політизації етнічності як засіб збереження самоідентифікації української молоді.

Культурна глобалізація – це злиття культур, що відбувається в результаті творчого розвитку етнічних спільнот, який передбачає взаємодію різних культурних ідентичностей [1]. *Теоретико-методологічні засади вивчення проблематики етнонаціональної ідентифікації в сучасному глобалізованому світі*, за визначенням Й. Масуди, базуються на трьох ключових ідеях: 1) єдність людства; 2) гармонія людини і природного середовища; 3) поява глобального інформаційного простору без регіональних і національних кордонів. Процес соціальної взаємодії інтенсифікується, набуває небаченої раніше динаміки. Простір суспільного буття ущільнюється і переміщується, стаючи більш однорідним. Висока інтенсивність зв'язків між людьми, окремими групами, народами, державами, цивілізаціями робить особистість громадянином світу. Але, стаючи взаємозалежним, світ стає взаємовразливим. Ф. Фітер, автор концепції “гуманістичного менеджменту”, назвав три невідкладних проблеми, що вимагають свого вирішення на шляху до становлення майбутньої людської цивілізації: ставлення людини до самої себе (людська перспектива), ставлення людини до навколишнього світу (глобальна перспектива) та ставлення людини до навколишнього середовища та його ресурсів (управлінська перспектива). Дослідник запропонував схему досягнення гармонійного глобалізму на підставі динаміки вирішення трьох згаданих проблем в умовах переходу від індустріалізму до постіндустріалізму (див. [1]). Головним завданням переходу до постіндустріалізму Фітер вважає переорієнтування людей і соціальних організацій таким чином, щоб вони виявилися здатними прийняти і здійснити необхідні зміни та усвідомити себе частиною глобального оточення. Він закликав використовувати глобальний розум, глобальну яву для досягнення гармонійного глобалізму [там само]. Беручи до уваги таку позицію, сучасна епоха визначатиметься революцією свідомості індивіда, рушієм якої є:

- орієнтація на “виробництво людини”, “людський капітал”, здатний до безупинного самовдосконалення;
- зміна системи цінностей західного світу – від матеріальних благ до праці як засобу реалізації своїх здібностей;
- утворення нової якості робочої сили внаслідок мікроелектронної революції;
- орієнтація людського життя на культуру, освіту, науку;
- поява нових конфліктів замість старих: зовнішніх (конфлікт різних культур і цивілізацій) і внутрішніх (конфлікти між представниками культури постіндустріалізму й інших культур); подолання одних форм

відчуження і виникнення інших (комп'ютеризація, що веде до замкненості, самотності тощо);

- зміна поняття “соціальне багатство” внаслідок зростання значущості інформаційних технологій, надання більшої ваги не грошам, а інформації [2].

Ідеологи соціального глобалізму А. Печчеї і Е. Ласло пропонують своє визначення суті революції “світової солідарності”: це трансформація свідомості, переорієнтування людей на гуманістичні цінності, у результаті чого повинен з'явитися “новий глобальний етос”, заснований на спільній відповідальності, а також виникнути “новий стандарт гуманізму” як форма поведінки людини і характерна риса національної політики [1]. Новий стандарт передбачає відмову від європоцентризму та етноцентризму, проголошення принципу множинності, фрагментації, культурної різноманітності, увагу до особистості та її внутрішнього світу, соціальних систем, що самоорганізуються, питань ідентичності тощо [2–4]. Цікавими й новаторськими є дослідження специфіки глобалізаційних процесів у різних регіонах та політизації етнічності. Їх сутність полягає в тому, що поширення глобалізаційних впливів може призвести до відродження місцевих культурних форм. Актуальність таких міркувань відбилася в появі альтернативного глобалізації поняття *локалізація* (Джеймс Уотсон): глобальна культура приймається, але з істотними місцевими видозмінами. На думку П. Бергера, в увяленні про бездумну глобальну гомогенізацію великою мірою недооцінені творчі і винахідницькі здібності людей, що стикаються з глобалізаційними викликами в галузі культури [1, с. 16].

Отже, ідеться про “альтернативні глобалізації” – глобальні культурні рухи, що виникають за межами Заходу (як лідера глобалізації) та справляють на західну культуру значний вплив. Тож до модернізації суспільства може вести не одна дорога, а декілька: альтернативні глобалізації – це можливість існування альтернативних моделей сучасності. На цьому тлі як цікаве соціально-психологічне явище постає *субглобалізація* – рух, що має радше регіональний, ніж глобальний розмах, а втім, сприяє зближенню спільнот (зокрема, “європеїзація” в пост-радянських країнах сприяє глобалізаційним перетворенням у них). Культурні елементи субглобалізаційних рухів безпосередньо не входять до складу глобальної культури як такої, проте вони виступають посередниками між нею і місцевими культурами.

Ще одним сучасним соціально-психологічним механізмом урівноваження етнічності та глобальності є *кервана глобалізація* – спроба реалізувати альтернативну модель модернізації суспільства в умовах суттєвих відмінностей між культурами. Як приклад такого феномена можна назвати Квебек у Канаді, де реалізується французька культурна модель. Усі зазначені соціально-психологічні механізми можна назвати

своєрідною адаптацією до глобалізаційних процесів. Отже, культурна глобалізація, на думку Бергера, не є ні єдиною великою обіцяною, ні єдиною великою загрозою (цит. за: [1]).

Розглянемо *феномен політизації етнічності як засіб збереження самоідентифікації української молоді*. Етнічність в умовах культурної глобалізації є несталим поняттям, суть якого виявляється в поєднанні: вроджених і набутих рис, міфологізованих уявлень і реальних інтересів. Це одночасно реально існуючий прояв солідарності, міфологема та інтелектуальний конструкт. Як реконструйована і відроджена міфологема, етнічність має неабиякі мобілізаційні властивості: у західній етнопсихологічній думці набуває поширення поняття “символічна етнічність”, уведене в обіг Г. Гансом. Паралельно з процесами асиміляції та акультурації в поліетнічних суспільствах відбуваються процеси своєрідної реанімації етнічної ідентичності, що знаходить свій вияв у символіці, звичаях, одязі, їжі тощо. Така “символічна етнічність” розглядається як насамперед екзистенційна цінність, але в критичних фазах розвитку соціуму вона може набувати неабиякого мобілізаційного потенціалу.

Проблематика самоідентифікації особистості привертає увагу багатьох дослідників. Зокрема, І. Кресіна вважає, що в основі етнічної самоідентифікації лежать різні біологічні, географічні, соціокультурні ідентитети – як характеристики (стереотип поведінки, расові, мовні, психічні особливості), так і новочасні, утворення, що є продуктом соціалізації та політизації етнічності. Таку ідентичність слід розуміти як цілісну єдність суб’єктивного і об’єктивного, раціонального й ірраціонального, успадкованого і набутого досвіду етнічної спільноти.

Етнічну самоідентифікацію особи вивчав М. О. Шульга. На його думку, стикаючись із кризою ідентичності, спільноти шукають вихід у відродженні монопольних орієнтацій на традиційні інститути – етнос, релігію, клас. Проте магістральна тенденція полягає у зміні якості суб’єкта самоідентифікації, що виходить за межі окремих спільнот, орієнтуючись на відкритість, вільний пошук та вибір культурних цінностей. Дослідник робить такі висновки: у сучасному світі посилюється самоідентифікація особи як “людини світу”; зростає її прагнення до вияву себе як самобутньої, унікальної індивідуальності; послаблюється самоідентифікація зі спільнотами середнього рівня; формується глобалістський світогляд, планетарна самосвідомість. Важливо зазначити, що ці тенденції реалізуються шляхом засвоєння своєї етнічної культури, а потім розширення ідентичності до європейської, азійської і т.п. Таку концепцію самоусвідомлення особистості у світі прийнято називати “концентричним патріотизмом” (В. Страда). Саме на такому тлі розгортається етнічна самоідентифікація особи в сучасному світі [5, с. 48]. На рівні соціального

життя це виглядає як серйозний виклик з боку плюралізму: руйнуються традиції, що вважалися непорушними; виявляється, що у сферах віри, цінностей і способу життя існує широка можливість вибору. Зростає свобода як на рівні окремих індивідів, так і на рівні цілих спільнот. Особливо це стосується молодого покоління.

Звісно, підставою ідентичності як факту самосвідомості людини є її належність до певної спільноти. Самоконституювання відбувається на основі спілкування в певній групі комунікації. Коли певна кількість людей об'єднується, вступає в соціальну, культурну, інтелектуальну комунікацію, на її основі виникає цілісна система знаково-сміслових і поведінкових зв'язків, яка проєкується і на соціокультурну реальність. На думку М. Розумного, уявлення про спільноту є вузловим моментом зазначеної вище комунікації; до нього як до певного фундаментального смислу постійно апелює колективна свідомість. Стабільність і визначеність цього смислу на певному етапі стає імперативом забезпечення цілісності та ідентичності спільноти. Фіксація цього смислу та його оформлення на понятійному рівні знаменують завершальний логіко-концептуальний етап становлення суспільної ідеї, на якому остаточно вирішується питання про підстави й критерії належності до цієї спільноти, але сама ця належність уже сприймається як заданість, перестає бути проблемним і визначальним фактором соціокультурної та духовно-інтелектуальної активності [6, с. 35]. На думку дослідника, слід розрізняти апіорно-конструктивний і рефлексивно-деструктивний модуси української ідеї, поєднання яких викликає реінтерпретацію культурної дійсності, коли новим змістом наповнюються традиційні уявлення про історію, державу, право, соціальну справедливість, морально-естетичні цінності. Причому новий вимір ідентичності докладається не лише до самої людини, а й до всієї розмаїтості її культурних самовиявів – мови, творів мистецтва, особливостей соціальної поведінки, предметів побуту, житла, рис вдачі тощо. *Українська ідея* в цьому випадку виступає інтегральним смисловим чинником, який конститує цілість цієї культурної реальності [там само].

Саме українська національна ідея значною мірою виражає міфологічний аспект етнічності і є індикатором актуалізації національного як опору впливу глобалізації, що виражається в процесах гомогенізації, синхронізації, уніформізації, стандартизації, нівеляції етнічного. Нині набуває актуальності формування ідейно-політичних засад політичної діяльності, без яких вона перетворюється на популізм. Тому особливого значення надається національній ідеології, що має формувати доктрину й стратегію розвитку суспільства та держави. На переконання політологів, історія української ідеології ще не написана. Її не можна підмінити історією суспільно-політичної думки, адже політична думка, ідея, погляд – це ще незавершена система. А без неї не може бути й мови про ідеологію як

систематизацію ідей з інтегральним взаємозв'язком і взаємопроникненням. “Особистість і, згідно з антропним принципом, соціум ідуть шляхом розпізнавання близької для них ідеології” [7, с. 356]. У своїх джерелах вона постає як національна мрія та національне сподівання, культурно-міфологічне уявлення про націю; вона формується як регулятивний принцип організації знання і стратегій поведінки.

Бачення ідеальної держави перш за все пов'язане з відповіддю на актуальне запитання: “Як у найкращий спосіб мають взаємодіяти люди, живучи разом через спільну належність до певної території, маючи спільний історичний досвід, поділяючи спільну етнічну ідентичність або маючи кожен свою?”. Ідеологічні інтеракції як проєкт життєтворення суспільства тісно переплетені з етнокультурною міфотворчістю та вивченням архетипів. Метод *архетипів* істотно відрізняється від інтуїтивно-психологічних міркувань про душу народу. Адже риси, якими, наприклад, характеризують “українську душу” (сердечність, романтичність, емоційність), не є ознаками виключно українців. А проте саме архетип гри з долею, архетип Слова, етичної цінності індивідуальності, філософії серця, Софійності світу та родинного статусу природи визначають своєрідність української культури. Саме на цьому архетиповому підґрунті можна вибудувати історичну перспективу української спільноти, враховуючи взаємодію різних соціально-політичних утворень у сучасних глобалізаційних реаліях. Цей процес на рівні етнонаціональної ідентичності може бути позначений як *політизація етнічності*. Цікавим прикладом поступового здійснення політизації етнічності є, на нашу думку, формування політико-ідеологічних доктрин Заходу: лібералізму, консерватизму, марксизму і соціал-демократії. Їх можна розглядати як етапи самоідентифікації “європейської людини”. Ці етапи є актуальними, зокрема, і як культурно-глобалізаційний контекст самоідентифікації української молоді.

Особливої уваги заслуговує рух *лібералізму*. В основі лібералізму – пріоритет прав громадянина над державою, свобода слова, зборів громадян та релігійна свобода. Не менш важливим є те, що лібералізм підкреслює невтручання держави в підприємницьку діяльність, вільне пересування капіталів, товарів і робочої сили. Тим націям, матеріальні і духовні умови яких сприяли прийняттю ліберальних ідей на макrorівні, у галузі державної політики згодом вдалося зробити стрибок у забезпеченні реальної свободи громадян. На думку О. Черниша, саме “це обумовило масову творчість, змагальність і перемогу всього кращого, а також відчутний прогрес у науково-технічній сфері” [8, с. 18].

І справді, політико-ідеологічна доктрина лібералізму багато в чому визначила становлення *європейської політичної ментальності*. Завдяки Дж. Локку, І. Бенґаму, Дж.-Ст. Міллю європейська спільнота отримала ідею “мінімальної держави”. Настановлення на те, що держава не повинна

бути могутнішою за громадян, тому що громадяни створюють суспільство, а суспільство – державу, виявилось досить продуктивним для розвитку західної політичної свідомості. Думка про те, що суспільство і держава – не тотожні, тому знищення держави не означає руйнування суспільства, здатного створити іншу, більш розумну владу, якщо існуюча його не задовольняє, спричинила розроблення механізмів розподілу й стримування влади і дала могутній поштовх для розвитку *громадянського суспільства*. Загальним висновком цих процесів стали постійне звернення до проблем духу, інтелекту, акцентування взаємодії суспільства та індивідуальності, а також спроби зв'язати їх у цілісну систему світосприйняття [9]. Цю думку висловлювали в різні історичні часи європейські мислителі: Дж. Локк, І. Бентам, Дж.-Ст. Мілль, Б. Констант, А. де Токвіль, І. Кант, В. фон Гумбольдт, Е. Гуссерль та ін. Так, Е. Гуссерль наголошував, що на шляху до формування цілісної системи світосприйняття європейська культура породжувала “безконечні ідеї”, що направляли суспільне життя та індивідуальну волю особистості до цілісності [10].

Серед *найбільш значущих для європейської ментальності ідей*, які визначили політизацію європейських етносів, традиційно називають:

- ідею приватної власності, що уможливлює особисту свободу та самореалізацію, особливо в підприємницькій справі, гармонізує співвідношення матеріального і духовного багатства особистості;
- ідею набожності на фоні прагнення до особистого успіху;
- ідею індивідуалізму (вищої цінності індивідуального начала в людині порівняно з груповим, колективним).

Розглядаючи ці ідеї крізь призму політизації української етнічності, серед конструктивних рис української ментальності слід виокремити: світоглядну толерантність, традиційний демократизм, розвинену історичну пам'ять та культурні традиції, ринкові настановлення, хазяйновитість та навички розпоряджання власністю. Саме на основі цих соціокультурних ідентитетів можливо, на наш погляд, сконструювати політичні інститути, які відповідали б викликам глобалізації щодо українського соціуму. Таким чином, етнічність є насамперед екзистенційною цінністю, але в критичних фазах розвитку суспільства вона набуває неабиякого мобілізаційного та інноваційного потенціалу, який сприяє модернізації політичного устрою.

Говорячи про *український національний міф*, слід зазначити, що основною стратегією української нації дотепер є *виживання та збереження національної ідентичності*. Відтак зміни в національну ідеологію, яка бере початок у глибинних психологічних структурах, можуть бути внесені лише тривалим існуванням за інакших історичних та соціальних умов. На жаль, сучасні глобалізаційні тенденції залишають обмаль часу для самоідентифікації української нації та для модернізації її національної ідеї.

Зрозуміло, що вона повинна позиціонувати культурно-історичний потенціал української молоді. Причому ця національна ідея, впливаючи на формування національного образу світу та етнічної самосвідомості українців, може бути діалектично пов'язана з ідеєю глобалізації.

Висновки. З огляду на особливості культурно-глобалізаційного контексту самоідентифікації української молоді політичну культуру можна розглядати як спосіб духовно-практичної діяльності, яка реалізує головні національні цінності та інтереси, навички участі громадян у суспільно-політичному житті. На сьогодні процес політичної соціалізації молоді полягає переважно в однобічному засвоєнні політичного досвіду, ідей та ціннісних орієнтацій старшого покоління: молодь у цьому випадку не сприймається як активна сила соціально-політичного оновлення, здатна на політичну творчість та інновації.

Розглянувши феномен політизації етнічності як засіб збереження самоідентифікації української молоді, ми наголошуємо на необхідності формування цілісної системи ціннісних орієнтацій суспільства, концептуальним ядром якої має бути власна національна ідея. Головний принцип формування цієї системи ціннісних орієнтацій полягає в урахуванні інтересів усіх верств суспільства, усіх етнічних спільнот, що населяють Україну, а отже – передбачає охоплення всіх сфер економічного, інтелектуального й духовного життя суспільства. По суті, ідеться про відповідну ідеологію, за допомогою якої можна було б формувати нові структури свідомості, нову ментальність нації в її національно-культурній єдності та духовній суверенності. Тобто соціальне формування та становлення самоідентифікації української молоді повинно відбуватися одночасно зі становленням соціальних відносин. Включаючи молодь у систему існуючих суспільних відносин, суспільство і саме при цьому змінюватиметься. Старші покоління здобували освіту та виховувались в умовах тоталітарного політичного режиму, через те їхній вплив на молодь тією чи іншою мірою несе відбиток вчорашніх міфологем, догм і стереотипів. Тому вкрай важливим стає самостійне осмислення молодою людиною перспектив національної ідеології та критична оцінка культурних цінностей минулих поколінь на фоні глобалізації. Однак слід враховувати, що саме нація стає предметом нерелевантної, ірраціональної віри, без якої неможливі ні національна картина світу, ні етнічна самосвідомість. Бачення перспектив розвитку своєї нації відрізняє кожну державу, яка, з одного боку, базує свою життєдіяльність на ґрунті і традиціях національної ідеї, а з другого – наповнює цю ідею інноваційним змістом з орієнтацією на глобалізаційні тенденції розвитку людства.

Узагальнюючи теоретико-методологічні основи вивчення проблематики етнонаціональної ідентифікації в сучасному глобалізованому світі, хочемо наголосити, що найважливіший аспект культурної глобалізації –

це індивідуалізація на рівні колективних суб'єктів (націй, етнічних спільнот тощо): усі сфери глобалізаційної культури сприяють незалежності індивіда від традиції і спільноти, тому що модернізація руйнує традиційний світогляд і дух колективності, а отже, автоматично робить індивіда більш самостійним. Отже, саме через становлення національної свідомості молоді відбувається процес інтеріоризації в традиційну етнічну картину світу цінностей та норм сучасного інформаційного і техногенного суспільства.

Література

1. Многоликая глобализация / под ред. П. Бергера и С. Хантингтона ; пер. с англ. В. В. Сапова, под ред. М. М. Лебедевой. – М. : Аспект Пресс, 2004. – 379 с.
2. *Дилигенский Г.* Актуальные вопросы глобализации / Г. Дилигенский // *Мировая экономика и международные отношения.* – 1999. – № 4. – С. 37–53.
3. *Пeftиев В.* Развивающийся мир: глобализация или регионализация? / В. Пeftиев, В. Черновская // *Мировая экономика и международные отношения.* – 2000. – № 7. – С. 30–39.
4. *Турэн А.* Социальные трансформации двадцатого столетия / А. Турэн // *Международный журнал социальных наук.* – 1998. – № 23. – С. 9–16.
5. *Шульга М. О.* Етнічна самоідентифікація особи : дис. у формі наук. доп. на здобуття наук. ступеня докт. соціол. наук : 22.00.01 / Микола Олександрович Шульга. – К., 1993. – 50 с.
6. *Розумний М. М.* Українська ідея на тлі цивілізації / М. М. Розумний. – К. : Либідь, 2001. – 157 с.
7. *Основи фрактальної психології: Проект психоекологічного оновлення / за ред. О. А. Донченко.* – К. : Міленіум, 2006. – 472 с.
8. *Черныш А. М.* Методология и технология современного политического исследования / А. М. Черныш. – О. : Астропринт, 2003. – 200 с.
9. *Баткин Л. М.* Европейский человек наедине с собой: очерки о культурно-исторических основаниях и пределах личного самосознания / Л. М. Баткин. – М. : РГГУ, 2000. – 880 с.
10. *Гуссерль Э.* Кризис европейского человечества и философия / Э. Гуссерль // *Культурология. XX век. Антология.* – М. : Юрист, 1995. – С. 20–48.

Фокина В. И. Культурно-глобализационное измерение самоидентификации украинской молодежи

Рассматривается культурно-глобализационное измерение самоидентификации украинской молодежи, подчеркивается значимость ведущих идей европейской ментальности в этом процессе. Делается вывод, что глобализация – это не только количественные изменения социальных институтов и расширение сферы коммуникаций – от национальной к глобальной, но и изменение качества межличностных и межгрупповых отношений. Обращается внимание на актуализацию потребности в конструировании нового типа личности, которая соответствовала бы вызовам культурной глобализации и была способна интегрировать разнообразный опыт мировых сообществ, создавать новые типы взаимодействия, характер-

ные для информационного общества. Акцент делается на том, что, хотя традиционное общество и этнокультура остаются определенной основой для социализации молодого поколения, все более заметной становится тенденция возникновения субъекта культуротворчества.

Ключевые слова: самоидентификация, культурная глобализация, европейская ментальность.

Fokina V. I. Cultural-global dimension of Ukrainian youth self-identification

Cultural-global dimension of Ukrainian youth`s self-identification is considered in the article. The importance of key ideas of the European mentality in this process is underlined. It is concluded that globalization – is not just about quantitative changes in social institutions and expanding communications from national to global, but it also includes quality change of interpersonal and group relations. Nevertheless, appears the need for updated design of a new type of personality that would meet the challenges of cultural globalization. Such person is able to integrate diverse experience of the world community, and is able to create new types of interaction, which are typical for the information society. While traditional society and ethnic culture remain some basis for socialization of the young generation, the trend of cultural creativity is becoming increasingly noticeable.

Key words: self-identification, cultural globalization, European mentality.

ЦІННІСНО-ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОЛІТИЧНОГО КОНСУЛЬТУВАННЯ

П. І. Бублик, м. Київ

Сприйняття масовою свідомістю сучасної політики як аморальної потребує свого аналізу в межах наукової гуманітаристики. Зневіра і відраза до політики з боку широкої громадськості автоматично поширюються і на діяльність спеціалістів, які обслуговують інтелектуальну складову політичного процесу. Проте що означає моральність чи аморальність політиків і політичних консультантів? Чи існують інші норми стримування, контролю і передбачуваності діяльності політичних фігурантів? У статті пропонується категорія послідовності як альтернатива моральності для політиків, а також розведення особистих і політичних цінностей як умова морально-психологічної цілісності політичного консультанта.

Ключові слова: політичне консультування, технологізація політики, аморальність політики, політична послідовність, морально-психологічна цілісність, діяльність політичного консультанта.

Проблема. Сучасна політика балансує на межі двох самоінтерпретацій: боротьби за владу і реалізації суспільного блага. На рівні суспільної ідеології вважається, що перше є лише засобом для другого: утримувати в полі суспільної свідомості ідею суспільного блага і реалізувати цю ідею можна, лише маючи владу відповідного масштабу. Але фактично суспільне благо залишається стрижнем політичної риторики, а боротьба за владу є реальним змістом політичного процесу. Здобута влада використовується для забезпечення вузькокорпоративних інтересів, а благополуччя решти суспільних груп підтримується на межово-необхідному рівні. Аморальність (у точному й безоцінковому сенсі цього слова) такої політики полягає у відмові від загальних цінностей на користь партикулярних інтересів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дає підстави для висновку, що досі не вдалося сформувати науковий соціально-психологічний підхід до проблеми ціннісного вибору у сфері інтелектуально-ідеологічного обслуговування діяльності політичних суб'єктів. Тексти, що циркулюють у науковому і публіцистичному просторі, мають переважно прескриптивно-публіцистичний характер, базуються на твердженнях здорового глузду,

містять більш чи менш загальний аналіз суспільно-політичних подій або прями моралістичні оцінки і побажання.

Що ж до невирішених складових проблеми, то пострадянський період утвердження соціально-психологічної науки був спрямований на власну деідеологізацію, набуття норм і стандартів науковості, вихід із обслуговуючої щодо держави позиції. У суспільстві сформувався цілий соціальний інститут інтелектуально-ідеологічного обслуговування політичних суб'єктів, проте співвіднесення цієї діяльності з індивідуальними і суспільними цінностями та нормами залишається поза увагою. У науково-психологічному дискурсі було докладено чимало зусиль щодо розмежування політико-ідеологічних цінностей і наукових теорій. Однак потребує свого наукового й ціннісно-сміслового аналізу сама консультативно-ідеологічна діяльність, яка де-факто не лише залишилась, а й набула значного розвитку.

Мета статті: привернути увагу до проблеми політико-консультативної діяльності в ціннісно-психологічному аспекті, зокрема спробувати охарактеризувати політичне консультування як спосіб реалізації суб'єктного вибору на ціннісній і позациннісній основі.

Політичний консультант як інтелектуальний суб-суб'єкт політичного процесу здійснює свою діяльність в аморальному політичному просторі, водночас перебуваючи у власному контексті суспільних відносин. Він найчастіше безпосередньо не належить до тих суспільних корпорацій, інтереси яких обслуговує. Проте його інтелектуальний рівень і рівень поінформованості дають йому можливість скласти більш-менш цілісне і адекватне уявлення про конфігурацію і реальний зміст суспільних інтересів різного рівня. Контекстуальність політичного мислення консультанта на основі таких уявлень про діалектику суспільних інтересів з погляду етики як філософської дисципліни є найближчою до традиції цинізму. Цинізм (контекстуальність) політичного мислення консультанта є чітким корелятом аморальності (партикулярної зорієнтованості) діяльності політика, якого консультант обслуговує.

Морально-психологічні аспекти політичного консультування аналізуються в науковій літературі переважно під функціональним кутом зору, тобто дотично. Зокрема, нерідко дається перелік поведінкових настановлень і особистісних рис, які потрібні для ефективного політичного консультування. Такими рисами називають лояльність (розуміння безумовного пріоритету інтересів клієнта), особисту, професійну і навіть громадянську відповідальність, здатність дотримуватися конфіденційності, сміливість (у тому числі творчу, тобто креативність), потребу в досягненнях (зорієнтованість на задачу), уміння відстороненого сприйняття політики, високий рівень комунікативності, емоційну незалежність, “безпристрасність і об'єктивність”, незалежність від політико-партійних цінностей, чесність

[1, с. 7-14]. Як бачимо, деякі з перелічених рис і настановлень легко можуть бути кваліфіковані як моральні, етико-професійні чи морально-психологічні. Водночас ці риси постають у світлі ефективності обслуговування клієнта, а не морально-психологічної цілісності консультанта.

Нерідко також можна натрапити на етико-філософський аналіз політики як суспільного феномена в аспекті розподілу владних ресурсів, реалізації цінності справедливості, співвідношення примусу і насильства, міри особистої свободи в рамках державного примусу тощо. Політичне консультування в цьому контексті стає підпорядкованим елементом, що несе ті ж самі характеристики, що й політичний процес, який консультантом обслуговується. Проте нам не вдалося виявити робіт, де аналізувалися б суто проблеми морально-психологічної цілісності політичного консультанта, екологічність (психологічна безпечність) його професійної діяльності, морально-психологічні нюанси взаємодії “консультант – політик – суспільство”. Власне, ці аспекти ми й маємо намір висвітлити в цьому дослідженні.

Політичне консультування – складна система соціально-психологічних стосунків “консультант – клієнт – суспільні групи”. Це означає, що консультування підпорядковується певним закономірностям і водночас залишається сферою морально-етичних оцінок. Проте мораль – це різновид суспільного тиску, що діє через стимуляцію таких почуттів, як сором і страх [2, с. 73-83], тоді як політика сама по собі спрямована на регуляцію політичного стану: як матеріального, так і ціннісно-світоглядного. Залежати від суспільного тиску і водночас впливати на суспільство – ось політичний парадокс, що штовхає і політика, і політичного консультанта в безодню цинізму.

Фрагментація суб’єктності політичних фігурантів як передумова політичного консультування. Об’єктом уваги політичного консультанта в кінцевому підсумку є політична діяльність його клієнта. Психолог консультант супроводжує, інформаційно забезпечує, методично і технологічно підтримує, аналізує та оптимізує. Найважливішою складовою політичної діяльності вважається ухвалення політичних рішень. Із психологічного погляду важливим є питання: хто, власне, виступає суб’єктом ухвалення політичних рішень, якщо під суб’єктом мати на увазі не просто особу, яка формально ухвалює чи виголошує те чи інше рішення? Політична практика показує, що політичне рішення ухвалює суб’єкт, який не є автором (принаймні єдиним автором) цього рішення. І справді, кого можна вважати суб’єктом політичної діяльності? Якщо послуговуватися калькою з євро-американської традиції, то більшість політиків, зокрема члени парламенту, є акторами – тими, хто бере діяльну (“активну”) участь у політичному процесі. Проте загальновідомо, що велика частина політиків є залежними, коли йдеться про ухвалення рішень. Вони залежні

як від лідерів тих політичних організацій, членами яких є (партії, блоки, “коаліційна більшість”), так і від суб’єктів економічної діяльності, що є спонсорами цих політичних організацій. “Суб’єкти” політичної діяльності фактично залежать від тих, хто формально взагалі не є учасником політичного процесу (власників фінансово-промислових груп). Політикові часто доводиться бути не лише “актором”, а й “актором” – більш чи менш талановитим виконавцем чужої режисури. У межах сценарію також є простір для творчості, а отже, і для прийняття рішень. Але це рішення меншого масштабу: вони спрямовані не так на стратегічні перетворювальні завдання, як на тактичне самоствердження в існуючій політичній кон’юнктурі. Такі учасники політичного процесу є “фігурантами”: їх не можна не помітити, однак можна ігнорувати їхню потенційну суб’єктність.

Отже, політик – це фігура, що балансує на межі залежності і незалежності, впливу і послуху, автономності і підкорення. Із цього погляду політична суб’єктність є нестійкою, завжди обмеженою. Власне, саме на прикладі політичної діяльності яскраво відбивається той факт, що в межах будь-якої діяльності суб’єктність є похідною від зусиль щодо автономізації, унезалежнення власної діяльності [3]. Однак оскільки діяльність пов’язана зі змістом певної ситуації, остільки перебування у зв’язку (а відтак і залежності) із цією ситуацією є обов’язковою умовою діяльності. Будь-яка суб’єктність обмежена і навіть вторинна: вона результат констеляції залежностей, що переплавилися у свідомості актора в певне “авторське рішення”, “моральний вчинок”, “творчу дію” тощо. Власне, цей феномен зафіксовано у східній філософії в категорії “карма”.

Окрім залежності політика від економічних суб’єктів і політичних лідерів, суб’єктність політика також проблематизується діяльністю політичного консультанта. Як відомо, рішення не просто ухвалюються – вони *готуються*. Ті, хто формулює альтернативи, на основі яких і відбувається подальший вибір, не є тими, хто цей вибір здійснює. Це і розподіл праці, і розподіл відповідальності, і розподіл суб’єктності. Щоправда, суб’єктність мусить повною мірою залишатися за політиком як тим, хто ухвалює рішення, а тому впливає. Однак у прихованому вигляді суб’єктність залишається і за тими, хто рішення (точніше, його варіанти) готує. Підбір інформації, фокус уваги, спосіб інтерпретації “фактів”, напрям узагальнень, форма кінцевої подачі аналітичного продукту – усе це способи впливу на політика як споживача аналітичної чи дорадчої інформації. Політик не має оперативного доступу до попередніх аналітико-інформаційних процесів: його рішення базується на довірі до компетентності і сумлінності аналітиків. Отже, суб’єктність і довіра в політичному процесі тісно пов’язані. Політична суб’єктність базується на довірі (політика до консультантів, електорату до політика, політиків один до одного), а ще частіше – на її імітації.

Інформаційна підготовка політичного рішення межує з власне *політичним консультуванням*. Політичні рішення спрямовані на коректування поточної політичної ситуації, взаємодію з іншими політичними учасниками, а також втілюються у законодавчі акти. Це “буденна” політична робота, вона ж – політична боротьба. Її сенс – у встановленні балансу наявних політичних й економічних інтересів. Проте є періоди особливо загостреної боротьби, коли кожен з учасників може і мусить виявити свою максимальну суб’єктність, – вибори. Процес, коли відбувається визначення: хто має право вважатися політичним учасником. У ситуації виборів “пошукачі” спираються саме на політичних консультантів. Останні не просто здійснюють певну інформаційну підготовку, а пропонують конкретні рішення і втілюють їх у разі згоди свого клієнта. Під час виборів майбутній політик частково чи повністю делегує свою суб’єктність консультантові, хоча відповідальність залишається на самому політикові. Виборче делегування політиком своєї суб’єктності консультантові – це ще один яскравий приклад фрагментації політичної суб’єктності в реальному політичному процесі.

Феномен політичного консультування: на межі технології та ідеології. Найбільш затребуваними є послуги політичних консультантів під час виборчих кампаній. Політико-виборче консультування є відображенням суто цілераціонального (у тому значенні, яке надавав цьому терміну Макс Вебер [4]) характеру сучасного виборчого процесу. Тобто виборчу діяльність претендента не обмежують позаполітичні цінності: останні слугують претендентові, а не він їм. Якщо претендент вирішує брати участь у виборах, він тим самим відмовляється від цінностей, що суперечать перемозі. При цьому перемога виявляється “справою техніки”, зокрема техніки впливу: на виборців і конкурентів. Психологи, політологи, соціологи, маркетологи, райтери, рекламисти, PR-менеджери – це “технічний персонал”. А проте фігура політичного консультанта як *стратег* виокремлюється. Консультант, який береться реалізувати поставлену політичну задачу (фактично, це не завжди перемога), може ефективно працювати за умови слухняності (делегованої суб’єктності) клієнта. Хоча часто таких консультантів-стратегів називають політтехнологами, фактично вони є “ідейщиками” (використовують ідеї в рамках техніки досягнення конкретної політичної мети), а інколи й ідеологами (формулюють і розгортають ідею, роблячи її метою політичної діяльності).

Справді, поняття політичного консультанта розмите. Радник, політтехнолог, аналітик, ідеолог, стратег, політичний менеджер... Імовірно, термін “консультант” утвердився, бо залишає ілюзію суб’єктності учасникові політичного (виборчого) процесу: консультант як джерело додаткової інформації, як допоміжна фігура. Так чи інакше, фігура політичного консультанта передбачає, що політик відчужує (делегує) суб’єктність мис-

лення: “ваша справа – думати, моя – обирати з того, що ви придумали”. І для такого “розподілу парці” є підстави: посилена рефлексія нерідко гальмує лідерство. Рішучість, сміливість, владолюбність як психологічні риси формуються на вільному від надмірної рефлексії психологічному просторі. Сумніви, повернення до пройденого, перевірки і багаторазові зіставлення делегуються тим, хто до цього психологічно й інтелектуально схильний, а також на кому не лежить паралізуючий тягар відповідальності за наслідки. В інтересах політика звизити відповідальність консультанта перед суспільством до відповідальності перед ним самим – конкретним політиком.

Ціннісний релятивізм – умова кваліфікованої роботи політичного консультанта. Якщо консультант спрямовує свої зусилля не лише на завдання клієнта (політика), а й на реалізацію власних моральних чи політичних цінностей, то це означає, що він працює не лише на цього клієнта. Консультант покликаний реалізувати суб’єктність свого клієнта, а не власну. Внутрішній конфлікт суб’єктностей знижує професійну ефективність консультанта, зрештою, невротизує його. Ціннісний релятивізм – це моральне настановлення в політичній діяльності, що тлумачить останню як суто цілераціональну. По суті, ціннісний релятивізм на рівні етики є цинізмом на рівні моралі як світоглядного настановлення. Цинізм для політичного консультанта – умова його психологічного самозбереження. Позицію цинізму органічно доповнює відсутність цілісного світогляду. Розмитість світогляду парадоксально посилюється зі збільшенням обсягу інформації про світ. Що менше людина знає про політику, то легше їй скласти загальне (“цілісне”) уявлення. Компетентний консультант не може собі дозволити керуватися конкретними цінностями: у політичному процесі все умовне, конкретне, суб’єктивне, ситуативне, тимчасове, має свою ціну. Політичні цінності складають політичний спектр, кожний сектор котрого є спектром виборців, а відтак і більш чи менш поширеним “політичним бредом”. Консультант не може нереклексивно занурюватися в жодний із цих спектрів: він перетвориться або на виборця, або на політика, а так чи інакше – на самостійного суб’єкта. Це суперечить позиції консультанта.

Образ політичного консультанта має *історію* принаймні в декілька тисяч років. Чи не кожен з визначних філософів, окрім онтології, гносеології й етики, пропонував картину ідеального державного чи політичного устрою чи правильної політичної поведінки. Платон у своїх творах наголошував, що ідеальним правителем є мудрець-філософ [5]. Якщо ж це неможливо, то філософ принаймні мусить бути радником правителя. Згодом це перейшло в теорію освіченого монарха, що поєднує в собі владне й інтелектуальне начала. Упевненість в істинності власних філософських, етичних, політичних поглядів породжує потребу у владі для їх утілення. При цьому філософ фактично покладається на логіку і творчу фантазію.

Прагматичні компроміси, багаторазова зміна поглядів і принципів не складаються у філософський образ ідеальної політичної системи. Як відомо, Платон робив спроби... дорадчо-консультативної участі в політичній діяльності і був дуже розчарований реаліями цього процесу. Натомість його учень Арістотель успішно “консультував” полководця і політика Александра Македонського.

На відміну від авторів численних політичних утопій ідеолог політичного цинізму Н. Макіавеллі не будував ідеальний політичний устрій, а змодельовав найбільш ефективну (цілераціональну) політичну поведінку, адекватну тогочасному політичному процесу [6]. Політичний ідеалізм зникає з усвідомленням процесуальної природи політики: відбувається перехід від моделювання ідеальних взірців до тонких наукових описів. Наприклад, Монтеск'є у своїй творчості акцентував психологічно-чуттєву, ірраціональну складову політичного процесу [7].

Такі історичні етапи формування передумов, аби політичний ідеолог поступився місцем політичному технологу. Вважається, що в XIX ст. панували політичні ідеології. Але точніше було б сказати, що в цей час ідеології увійшли в реальний контакт з політичними реаліями. Такий контакт спровокував досить швидке перетворення ідеологій на технології – цілі перетворилися на засоби. Виявилось, що політика є переважно не втіленням ідей, а завоюванням та утриманням влади, яка потрібна для такого втілення (а останнє є організацією і управлінням). Для політика актуальним є не філософ чи ідеолог, який “знає, як треба”, а консультант-технолог, який відчуває, “як є” і вміє досягти того, що “замовляє” політик. Ситуація співробітництва політика й політичного технолога є від початку аморальна – така, в якій цінності винесені за дужки, залишені “на десерт”. Досягнення влади певним політичним фігурантом ще нічого не гарантує в ціннісному, ідеологічному, моральному планах: успішний політик змінює політичне спрямування відповідно до інтересів суб'єкта економічної діяльності, з яким пов'язаний (або власних економічних інтересів). Ціннісна орієнтація політичного консультанта у виборі співробітництва з політиком не гарантує консультантові нічого, крім “відносно морального старту”. А подальші можливі кардинальні зміни орієнтації самого політика лише морально дезорієнтують консультанта. Відтак розміщення моральних цінностей у простір політичного є надійний спосіб їх девальювати.

Політик зацікавлений у чесності консультанта в межах свого з ним співробітництва. Чесність – це моральна вимога, і вже у цьому мораль представлена у сфері політичного. А проте чесність не єдина і не універсальна моральна цінність. Більше того, у моральних координатах будь-які політичні цінності є лише цілями з усією їх відносністю і ситуативністю. Адже цінності – це спосіб абсолютизувати цілі, позбавляючи їх подальшої рефлексії. Цінність – це “дно”, після якого закінчуються міркування і по-

чинається поведінка. І навіть якщо ідея політики – це суспільно-владна реалізація моральних цінностей, то реальність політики – використання моральних цінностей для отримання і здійснення суспільної влади. Влада виступає абсолютною політичною цінністю. Ідеї загальної справедливості і суспільного блага в політиці є інструментами риторики, позиціонування, тиску тощо. Тверезе визнання цього факту є умовою морально-психологічної цілісності політичного консультанта.

Морально-психологічна цілісність політичного консультанта як корелят політичної послідовності його клієнта. Морально-психологічна цілісність індивіда – це гармонійна співвіднесеність його психологічних станів і процесів з усвідомленими принципами власної поведінки. Гармонія передбачає взаємне доповнення одного й іншого, підвищення якості життя і діяльності індивіда в цілому, зростання міри його самоактуалізації. Натомість морально-психологічні проблеми – це такі внутрішні суперечності індивіда, за яких наявна ситуативна несумісність цінностей між собою, або цінностей і фактичної діяльності. По суті, проблема є неможливістю діяти, мислити, відчувати. Водночас проблема є потенційною точкою розвитку [8]. Задля вирішення проблеми відбувається перебудова елементів, що не лише безпосередньо пов'язані з проблемою, а й опосередковано. І будь-який спеціаліст, що творчо ставиться до своєї професійної діяльності, намагається не уникати проблемних ситуацій за будь-яку ціну, а використовувати їх для власного професійного та особистісного зростання.

Морально-психологічна цілісність динамічна, умовна. Подібно до гомеостазу в організмі, така цілісність – радше спрямування діяльності, ніж її норма. Повна і завершена морально-психологічна цілісність – це святість або ідіотизм. Але внутрішня чи зовнішня діяльність індивіда, спрямована лише на внутрішню фрагментацію, демобілізує і десоціалізує. “Відчужена свідомість”, “розколоте я”, “розірваний внутрішній світ” – стани, що неодноразово описані в психологічній науці і можуть стати характерними для політичного консультанта, якщо той намагатиметься обслуговувати політичні цінності свого клієнта у власній морально-світоглядній перспективі.

Набути морального забарвлення може прийняття рішення політичним консультантом щодо початку співпраці з тим чи тим клієнтом: фінансово цікава пропозиція від політичного фігуранта, який не є за своїми політичними поглядами і принципами симпатичним консультантові. Ця ситуація подібна до ситуації адвоката, професіоналізм якого реалізується в захисті клієнтів за принципом не симпатії чи невинності, а навпаки – складності ситуації. Для цього адвокат мусить використати всі можливі аргументи на захист підсудного. Аналогічно політичний консультант мусить бути в стані допомогти будь-якому політичному фігурантові запро-

понувати його потенційним виборцям найбільш актуальні пропозиції, а відтак переконати в його спроможності реалізувати ці обіцянки. І вже завданням суспільства (виборців) є через механізми політичної системи проконтролювати діяльність обраного політика, змусити його бути послідовним у своїх обіцянках і проголошених принципах.

Послідовність – найбільш затребувана морально-психологічна цінність і якість у сучасній українській політиці. Тут змістові політичні цінності закінчуються і набувають чинності найзагальніші моральні. Власне, аморальність – це і є безпринципна ситуативність у вчинках. У політичному контексті консультант може собі дозволити бути релятивістом і циніком: він не наділений владою, не “робить” політики. Натомість непослідовність політика позбавляє сенсу власне феномен делегування влади. Виборці делегують владу своїм представникам на певних умовах. Якщо громадяни на досвіді багатьох виборів переконуються, що “обіцянки нічого не варті”, виборча система перестає працювати. Чи політик усім своїм життям вірить у проголошені політичні цінності (ідеологію), чи він лише “відпрацьовує” їх – важливою є його послідовність у діях. Бути послідовним у “мистецтві компромісів” – це й означає бути “великим політиком”. Власне, головним завданням політичного консультанта і є допомогти політикові бути послідовним. Подібно до адвоката, який реконструює цілісність ідентичності підсудного, але вже постфактум, консультант супроводжує діяльність політика, допомагаючи йому здійснювати такі компроміси, які б не руйнували його політичну ідентичність.

Розкриваючи тему морально-психологічного аспекту прийняття рішення політичним консультантом щодо співпраці з тим чи тим політиком, звернімося до історії. Цікавим прикладом “заочного політичного консультування без запиту” є творчість Станіслава Оріховського – польсько-українського філософа і публіциста XVI ст. [9]. У своїх “листах-напученнях” він настійливо пропонує впроваджувати саме моральні цінності в політичну організацію суспільного життя. Оріховський переконує на конкретних прикладах і порадах у безумовній необхідності таких цінностей, як чесність, самокритичність, відповідальність, сміливість, ініціативність, відвертість, розважливість, скромність, самодисципліна, мудрість, повага тощо. Поради Оріховського спрямовані на сферу управління державою королем і стосунки короля з близьким оточенням. Цікаво, що Оріховський не переймається безпосередньо політичною конкуренцією (зважаючи на монархічний устрій тогочасної Речі Посполитої). Політехнологічний аспект творів Оріховського в тому, що він надає поради не лише з огляду на власне змістове розуміння суспільного блага, а й на необхідність “любові” підданих до короля. Для короля важливо не лише мудро керувати державою, а й бути зрозумілим для підданих. Державна політика має бути не лише розумною, а й зрозумілою, не лише прийнят-

ною з погляду суспільного блага, а й сприйнятою тим-таки суспільством (різні прошарки якого не завжди розуміють спільність своїх інтересів). У своїх “напученнях” Оріховський не пропонує жодних маніпуляцій: його модель політичного управління моральна і прозора. Під сучасним кутом зору вона видається романтичною і подекуди наївною, але не беззахисною. Поради Оріховського є прикладом ідеалістичного моделювання політичного процесу в умовах позаконкурентного державного управління. Натомість нинішня політика зосереджена більшою мірою саме на аспекті конкурентної взаємодії між політичними суб’єктами.

Для Оріховського не було вибору, кого консультивати (короля не обирають) і чи відповідає це його моральним цінностям. Будучи підлеглим короля, Оріховський набирається сміливості повчати (“напучувати”) останнього. Відчуваючи хиткість такої ситуації, Оріховський виявляє неабиякий дипломатичний хист, загортаючи свої поради у велику кількість компліментів королеві, запевнень у своїй до нього лояльності. Сміливість і відвертість Оріховського доповнені його тактом і психологічною обережністю. Але якщо Оріховський міг апелювати до загальноприйнятих моральних цінностей, то сучасна політика своєю процесуальністю, багатшаровістю, полісуб’єктністю, релятивністю унеможливило це.

Висновки. Політика може бути “моральною” лише в сенсі послідовності. Змістовно політичні цінності є позаморальними, бо являють собою ситуативно абсолютизовані інтереси. Взаємодія між політичними суб’єктами відбувається за принципом конкуренції, зокрема електоральної, пропагандистської, фінансової, інтелектуально-креативної. Політичне консультивання проходить у рамках цієї конкурентної взаємодії і водночас має її своїм предметом. Сам консультивативний міжсуб’єктний простір базується на моральних принципах чесності і довіри. Для консултанта цей процес може супроводжуватися певним морально-психологічним напруженням, що виникає через розбіжність між моральними принципами консултанта і політичними принципами, що їх реалізує його клієнт-політик. Політика як відносно автономна сфера суспільного життя, у якій влада є надцінністю, потребує своїх технологій впливу, ефективних конкурентних моделей, комунікативних схем. Політичний консультант виступає спеціалістом з утілення, “заземлення” політико-ідеологічних цінностей з перспективою їх подальшої взаємодії безпосередньо в тканині суспільного життя. Якщо філософ чи мораліст намагається умоглядно з’ясувати ціннісну ієрархію, на основі якої було б можливим “ідеальне суспільство”, то політичний консультант утілює цінності в реальність суспільних процесів і тим самим уможливує суспільні зміни ще до будь-якого “ідеального стану речей”. Із соціально-психологічного погляду важливим при цьому є те, що відбувається із самим консультантом. Його морально-психологічна цілісність зберігатиметься за умови розмежування, автономізації сфер морального і політичного. Адже політика – це спосіб

владної реалізації власних інтересів, узагальнених до рівня суспільних, а мораль – спосіб суспільно значущої самореалізації через вчинок у безпосередній життєвій ситуації. Якщо політична успішність залежить від міри отриманої влади, то моральна повносправність – від міри самовладання. Утримання від політичних інтенцій своїх моральних цінностей – чи не вершина такого самовладання, завдяки якому консультант спроможний зберігати власну морально-психологічну цілісність, самоповагу і водночас творчу здатність до політико-консультативної участі.

Література

1. Как делать имидж политика / под ред. Е. В. Егоровой-Гантман и И. Е. Минтусова. – М. : Центр политического консультирования “Никколо М”, 1995. – С. 7–14.
2. *Погодин И. А.* К современному пониманию этики / И. А. Погодин // Психическая травма и переживание: кризисная гештальт-терапия. – Минск : Бизнесофсет, 2008. – С. 73–83.
3. *Татенко В. А.* Психология в субъектном измерении / В. А. Татенко. – К. : Просвіта, 1996. – 404 с.
4. *Вебер М.* Избранные произведения : пер. с нем. / Макс Вебер ; сост., общ. ред. и послесл. Ю. Н. Давыдова ; предисл. П. П. Гайденко. – М. : Прогресс, 1990. – 808 с.
5. *Платон.* Собрание починений : в 3 т. (в 4 кн.). / Платон. – М. : Мысль, 1968–1973. – (Серия “Философское наследие”).
6. *Макиавелли Н.* Государь: Сочинения / Никколо Макиавелли. – М. : ЭКСМО-Пресс ; Х. : Фолио, 2001. – 656 с.
7. *Монтескье Ш. Л.* О духе законов / Шарль Луи Монтескье ; сост., пер. и коммент. А. В. Матешук. – М. : Мысль, 1999. – 672 с.
8. Проблемно-ориентированная терапия. Интегративный поход / А. Блазер, Э. Хайм, Х. Рингер, М. Томмен. – М. : Класс, 1998. – 272 с.
9. *Оріховський С.* Твори / Станіслав Оріховський ; упоряд., пер. з латин. та старопол., вступ. ст., прим., словник імен, назв, термінів В. Литвинов. – К. : Дніпро, 2004. – 672 с.

Бублик П. И. Морально-психологические аспекты политического консультирования

Восприятие массовым сознанием современной политики как аморальной нуждается в дополнительном анализе в рамках научной гуманитаристики. Разочарование и отвращение к политике автоматически транслируются и на деятельность специалистов, которые обслуживают интеллектуальную составляющую политического процесса. Однако что означает моральность или аморальность политиков и политических консультантов? Существуют ли другие формы сдерживания, контроля и предвидения деятельности политических фигурантов? В статье предлагается категория последовательности как альтернатива моральности политиков, а также разведение личных и политических ценностей как условие морально-психологической целостности политического консультанта.

Ключевые слова: политическое консультирование, технологизация политики, аморальность политики, политическая последовательность, морально-психологическая целостность, деятельность политического консультанта.

Bublik P. I. Value-psychological aspects of political consulting

The perception of the mass consciousness of modern politics as immoral requires additional analysis within the scientific humanities. Disappointment and disgust with politics is automatically transmitted to the work of professionals who serve the intellectual component of the political process. But what does morality or amorality of politicians and political consultants mean? Are there other forms of containment, monitoring and forecasting of political figurants? The article proposes the category of consistency as an alternative for morality of politicians, as well as separation of personal and political values as a condition of moral and psychological integrity of a political consultant.

Key words: political consulting, technologization of politics, immorality of policy, policy consistency, moral and psychological integrity, the activities of a political consultant.

ЗАДАЧИ ПОЛИТИЧЕСКОГО ПСИХОЛОГА ПО ПОСТРОЕНИЮ ИМИДЖА СУБЪЕКТОВ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Д. С. Волков, И. М. Лозовская, г. Днепропетровск

Освещается роль политического психолога в формировании образа и имиджа политических деятелей и партий в сознании избирателя. Рассматриваются теоретические основы формирования имиджа политического лидера и политической партии, методы воздействия на избирателей, а также роль политического психолога в предвыборной кампании и основные задачи, которые он выполняет для создания положительного имиджа политиков.

Ключевые слова: политика, психолог, задачи, субъекты деятельности.

Проблема формирования образов политиков в сознании граждан страны является одной из приоритетных в современном политико-психологическом знании. Сегодня в Украине наблюдается активная политическая деятельность, а именно оживленная публичная борьба за власть между партиями, лидерами партий и различными группами населения. Поэтому умение грамотно создать образ политического деятеля, построить позитивный имидж политической партии, а также с помощью СМК влиять на выбор и лояльность избирателей является одной из приоритетных задач политической психологии. Для решения данных вопросов необходимо детально рассмотреть роль политического психолога в системе формирования образа политического деятеля в сознании избирателя.

Попытки проанализировать образ политического лидера встречаются в трудах Н. Макиавелли, Г. Лебона, Ф. Ницше, А. Адлера, З. Фрейда, Э. Фромма.

Проблемы, связанные с формированием имиджа политического лидера, рассматривают в своих работах современные исследователи, в частности М. Д. Замская, Т. Е. Постнова, А. Ю. Трубецкой и др.

Изучение данного вопроса позволит выделить профессию “политический психолог” среди таких профессий, как имиджмейкер и пиар-менеджер, и решить проблему становления этой важной в современном обществе профессии.

Цель статьи: анализ деятельности политического психолога, а именно основных его задач по отношению к политическим деятелям, партиям и избирателям.

Одним из центральных понятий как в политической, так и в социальной психологии является имидж. Слово имидж происходит от *англ.* *image* – “образ”, “изображение”. В настоящее время в специальной литературе можно встретить целый ряд определений этого понятия, например:

- А. Ю. Панасюк: “Имидж есть мнение”[1, с. 10];
- А. Ю. Кошмаров: “Имидж – это экспрессивная, выразительная сторона образа”[2, с. 426];
- Ф. Зимбардо, М. Ляйппе: “Имидж служит основой для доверия и фактором, облегчающим влияние”[3, с. 117–118];
- И. А. Федоров: “Имидж – система социального программирования духовной жизни и поведения субъектов (индивидов и групп) общезивилизационными и ментальными стереотипами и символами группового поведения, опосредованная мощью мотивации успеха, эталоном желаемого впечатления, миметическими способностями субъекта и ситуацией” [4];
- А. П. Федоркина и Р. Ф. Ромашкина: “Имидж – социально-психологическое явление, отражающее влияние на него не только сознательного, но и бессознательного компонентов психики различных социальных групп, мотивации их поведения, а также формирование образов, которые затребованы сегодня народными массами” [5, с. 84];
- Г. Г. Почепцов: “Имидж – это обращенное вовне “Я” человека, его публичное “Я”” [6, с. 5];
- П. Берд: “Имидж – это полная картинка вас, которую вы представляете другим. Она включает то, как вы выглядите, говорите, одеваетесь, действуете; ваши умения, вашу осанку, позу и язык тела; ваши аксессуары, ваше окружение и компанию, которую вы поддерживаете” [7, р. 1].

В общей психологии под образом в широком смысле слова понимается субъективная картина мира или его фрагментов, включая самого

суб'єкта, других людей, просторове оточення і часову послідовність подій [8]. С точки зору соціальної психології, імідж є різновидом образу, що виникає в результаті соціального пізнання.

Поняття “образ” досить часто розглядається в контексті формування іміджу політика, але це не завжди коректно, оскільки ці поняття не тотожні: під іміджем політика слід розуміти не тільки зображення, створювані свідомо або несвідомо, а й способи використання політико-психологічних технологій. Образ ж можна охарактеризувати як реальне відображення в свідомості людини об'єкта політики [9].

Як свідчать дослідження в галузі політичної психології, образ лідера, який формується в свідомості громадян, відображає комплекс реальних характеристик об'єкта сприйняття – конкретного політика – і є проекцією очікувань суб'єкта сприйняття – громадян. В образі лідера відображаються знання, уявлення, думки, оцінки, очікування, емоції, вимоги до влади [10].

Структуру феномена образу складають три складові (рис. 1). Розуміння закономірностей їх функціонування дозволяє виявити механізми формування образу лідера в свідомості виборців.

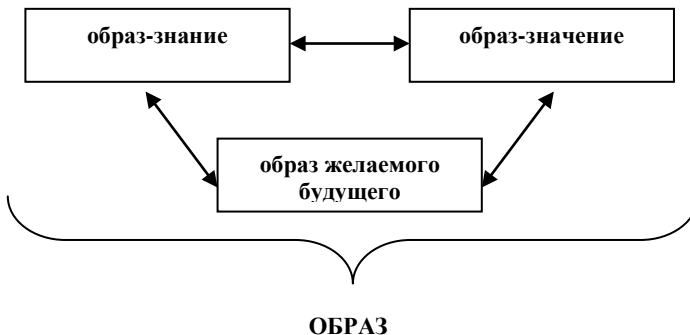


Рис. 1. Складові структури образу [10]

Образ-знання будується на основі сприйняття інформації про політичного діяча. Нова інформація порівнюється з уже наявними знаннями про ключові якості особистості політика, і на основі порівняння цих характеристик в свідомості людини відображаються елементи образу конкретного політика. Повнота його образу в багатьох аспектах залежить від інформованості – чим вона ширше, тим більше існує характеристик, що складають образ-знання [9].

Формирование образа-значения возможно только при наличии интереса избирателя к личности политика, обусловленного его определенной характеристикой. В этом случае политический деятель раскрывается уже через имеющийся образ-знание [10]. Содержательное наполнение образа-значения во многом зависит от мировоззрения и убеждений личности, от ассоциаций, которые она выстраивает в процессе восприятия политического лидера.

Образ желаемого будущего включает образ целей (стратегических и тактических), без реализации которых достижение главной цели невозможно. Однако при чрезмерной яркости образа желаемого будущего возможно неадекватное восприятие личности лидера, а значит и искажение образа-значения будущей ситуации и трудностей с расширением образа-знания [9].

Образ политика включает в себя множество характеристик, которые можно объединить в два блока – имиджевый и содержательный. Имиджевая часть образа представляет собой совокупность внешних, формальных признаков, соответствующих или противоречащих содержательной части, для которой важна опора на идеологию как систему значимых идей и ценностей, сообщающую всей деятельности целевую направленность и, таким образом, придающую ей смысл [11].

Образ политика, подаваемый аудитории, является продуктом деятельности пиар-менеджеров, журналистов, консультантов, имиджмейкеров, а также политических психологов, которые в основном работают с формальными признаками образа. Зачастую решающую роль в успехе политика у электората играет умение этих специалистов создать ему хорошую репутацию, образ “своего парня”, “человека из народа” [12].

Одной из главных задач, которую дает возможность решить прикладная психология в ходе политического процесса, является обеспечение кандидата в депутаты информацией о психологических особенностях аудитории, на которую направлена его политическая активность [11]. Наряду с масштабными социологическими исследованиями, позволяющими выяснить политические симпатии электората, рейтинг средств массовой информации, готовность избирателей участвовать в голосовании и ряд других факторов, необходимы психологические исследования, направленные на решение важнейшей задачи избирательной кампании – собрать материал для создания такого имиджа кандидата, который был бы максимально доступен для восприятия избирателями [13]. Речь идет о психологических исследованиях по таким направлениям, как анализ отношения к прошлому опыту, сегодняшних настроений и ожиданий целевой аудитории политического деятеля; изучение речевых конструкций – “языка” различных общностей и групп избирателей; проверка различных компо-

ментов планируемого имиджа кандидата – тех или иных характеристик личности кандидата и его программных тезисов.

Результаты этих исследований наиболее эффективно могут использоваться при условии включения в команду кандидата психолога (или оказания им консультативной поддержки). В ходе избирательной кампании психолог может выполнять различные функции – в зависимости от распределения ролей и квалификации других участников команды [12]. Основные задачи, которые может решить психолог в процессе избирательной кампании, достаточно разнообразны [13]:

1. Сбор информации для формирования имиджа кандидата: включает в себя, кроме организации описанных выше типов психологических исследований электората, интервьюирование кандидата с целью выяснения его психологических свойств и возможностей;

2. Выработка главных компонентов имиджа кандидата: происходит на основании собранной и проанализированной информации и в зависимости от выбора целевой аудитории (потенциальных приверженцев);

3. Участие в составлении политических рекламных текстов кандидата и его группы поддержки: использование речевых установок, НЛП при составлении текстов;

4. Подготовка кандидата и членов его группы поддержки к выступлениям, встречам, агитационной кампании и другим мероприятиям предвыборного марафона: сотрудничество с имиджмейкерами и пиар-менеджерами;

5. Анализ “обратной связи” с электоратом: анализ появляющихся слухов, оценок, суждений относительно кандидата для коррекции его имиджа и политического поведения.

Все эти задачи психолог может решать коллегиально с другими членами команды, отвечающими за идеологию кампании, – социологами, политологами, пресс-секретарем, спичрайтерами, рекламистами и имиджмейкерами. Однако психолог может и взять на себя какую-то одну задачу в полном объеме – в каждой команде это взаимодействие происходит своим уникальным способом по причине открытости и игровой специфики ситуации избирательной кампании [там же].

Чтобы произвести наполнение имиджа политической партии конкретными характеристиками и понять, каким образом происходит его формирование, необходимо понимать, какую структуру имеет партийный имидж [10]. Имидж политической партии формируется под воздействием ряда факторов, которые могут быть схематично представлены в виде четырех составляющих имиджа (рис. 2).

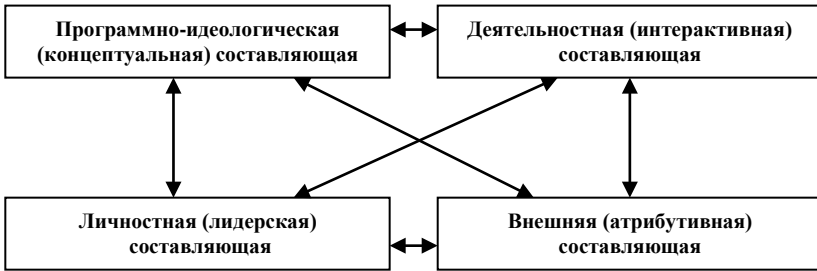


Рис. 2. Основные составляющие имиджа политической партии

Программно-идеологическая составляющая имиджа политической партии является главной, поскольку отражает основной смысл создания и деятельности политической партии. Партия, не имеющая своей программы и идеологии, не может считаться полноценной политической партией, поскольку лишена всякого политического смысла [14]. Здесь задачей психолога может выступать разработка символики, лозунга, цели программы для формирования положительной репутации в глазах избирателей.

Деятельностная компонента имиджа политических партий относится к числу самых важных элементов позиционирования политических партий, по которым избиратель формирует свои политические предпочтения [там же]. Сегодня политические партии слабо позиционируют себя через деятельность, видимо больше рассчитывая на применение политической рекламы в сжатые сроки избирательной кампании. Основной задачей психолога выступает написание речей для партийной команды на основе использования речевых установок.

Лидерская составляющая также необходима для имиджа политической партии. Важно определить политиков, способных стать центром притяжения электората. Эта задача требует своего решения для политических партий не только в федеральных избирательных кампаниях, но и в региональных избирательных процессах [14]. К сожалению, многие традиционные и новые политические партии страдают проблемой отсутствия в своих рядах ярких личностей.

Внешняя (атрибутивная) составляющая имиджа политических партий представляет собой определенный набор визуальных способов воздействия на общественную среду для формирования эффективного имиджа политических партий [13].

Единый стиль и дизайн основных атрибутов политических партий помогают сформировать позитивное отношение к политическим партиям, создать необходимые условия для их распознаваемости, подчеркнуть ин-

дивидуальность партий [14]. Единый стиль предполагает разработку выдержанных в похожих стилистических решениях агитационных и мационных материалов и другой полиграфической продукции политических партий, наличие собственной эмблемы (логотипа), палитры цветов, позволяющих отличать их от других политических, общественных и государственных организаций. Здесь психолог тесно сотрудничает с имиджмейкером: привлекает и удерживает внимание избирателей; формирует установки на доверие (недоверие) со стороны избирателей; использует психологические особенности отдельных социальных групп; использует общие особенности восприятия; использует специфические навыки коммуникации (нейролингвистическое программирование, трансактный анализ, внушение, метод когнитивного диссонанса).

Самый большой вклад в пиар-систему психологи осуществляют в области привлечения и удержания внимания избирателей (потребителей). Существуют различные психологические эффекты, которые используют профессиональные политические психологи, воздействуя при этом на избирателя с целью повышения уровня лояльности к политическому лидеру и его партии.

Выводы. По мере развития современного политического общества наблюдается важность такого феномена, как “имидж”, а также вся сложность его формирования. Потребность в знании основ психологии, необходимом для создания имиджа политиков на всех этапах этого процесса, положила начало становлению такой профессии, как политический психолог. Роль и влияние политического психолога в политике проявляются прежде всего в поставленных перед ним задачах.

Рассмотренные в статье основные задачи политического психолога могут быть использованы для анализа эффективности выполнения им должностных обязанностей, а также его взаимодействия с другими участниками избирательной кампании.

Литература

1. *Панасюк А. Ю.* Вам нужен имиджмейкер? Или о том, как создавать свой имидж / А. Ю. Панасюк // Социальная психология. – М. : Демос, 2001. – 240 с.
2. *Кошмаров А. Ю.* Телевизионный образ политического лидера как результат репутационного менеджмента / А. Ю. Кошмаров // Психология как система направлений. Ежегодник Российского психологического общества. – М., 2002. – Т. 9. – Вып. 2. – С. 426–427.
3. *Зимбардо Ф.* Социальное влияние / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе // Имидж. – СПб. : Питер 2001. – 448 с.
4. *Федоров И. А.* Индивидуальный имидж как сторона духовной жизни общества : дис. доктора социол. наук / И. А. Федоров – М., Тамбов, 1998. – 254 с.
5. *Федоркина А. П.* Проблемы имиджа в контексте социального психоанализа / А. П. Федоркина, Р. Ф. Ромашкина // Имидж госслужбы : сб. науч. трудов – М. : ИДФ-СПА Консалтинг, 1996. – С. 12–19.

6. *Почепцов Г. Г.* Имидж выборы. Имидж политика, партии, президента / Г. Г. Почепцов. – К. : АДФЕ-Украина, 1997. – 140 с.
7. *Bird P.* Sell Yourself / P. Bird. – London, 1994. – P. 1.
8. Большой психологический словарь. – 4-е изд., расширенное / сост. и общ. ред. Б. Г. Мещерякова, В. П. Зинченко. – М. : АСТ : АСТ Москва ; СПб. : Прайм – ЕВРОЗНАК, 2009. – 811 с.
9. *Фролов П. Д.* Імідж політичного лідера у друкованих ЗМІ: шляхи і методи вивчення / П. Д. Фролов // Наукові студії з політичної психології : зб. статей. – К., 1996. – Вып. 2. – С. 147–158.
10. *Постнова Т.* Конструювання образу політичного лідера у свідомості виборця / Т. Постнова // Соціальна психологія. – К., 2010. – № 2. – С. 28–36.
11. *Замская М. Д.* Образ политического лидера как элемент самосознания субъектов политической коммуникации / М. Д. Замская, Л. В. Матвеева // Вестник Московского университета. – 2006. – № 1. – С. 19–30.
12. *Трубецкой А. Ю.* Психологическая модель репутации в системе политических коммуникаций / А. Ю. Трубецкой // Мир психологии. – 2006. – № 2. – С. 263–269.
13. *Луценко Е. Л.* Роль психолога в политической кампании: задачи и возможности / Е. Л. Луценко // Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : матеріали Другої всеукр. нац. конф., [м. Київ], 13–14 листоп. 1997 р. – К., 1997. – С. 338–340.
14. Имидж политической партии: основные составляющие и методы продвижения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.publicity.ru/urpravlenie/articles/9731/9733.html>

Волков Д. С., Лозовська І. М. Завдання політичного психолога щодо побудови іміджу суб'єктів політичної діяльності

Висвітлюється роль політичного психолога у формуванні образу та іміджу політичних діячів і партій у свідомості виборця. Розглядаються теоретичні основи формування іміджу політичного лідера і політичної партії, методи впливу на виборців, а також роль політичного психолога у передвиборній кампанії та основні завдання, які він виконує для створення позитивного іміджу політиків.

Ключові слова: політика, психолог, завдання, суб'єкти діяльності.

Volkov D. S., Lozovskaya I. M. Objectives of political psychologist in context of creation of the image of the subjects of political activity

The role of political psychologist in the creation of the image of politicians and political parties in the minds of voters is investigated. Theoretical foundations of creation of the image of a political leader and a political party, the methods of influence on voters and the role of the political psychologist in the electoral campaign and the basic tasks that he performs to create positive image of politicians are discussed in the article.

Key words: politics, psychology, objectives, subjects.

ДИСКРЕТНІ ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ОСОБИСТІСНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ У ПРОЦЕСІ ПРОФЕСІЙНОЇ АДАПТАЦІЇ

В. В. Кириченко, м. Житомир

Робиться спроба виокремити основні дискретні етапи адаптації працівників до професійної діяльності, визначити особливості становлення їхньої особистісної ідентичності в цей період. В основу роботи покладено припущення, що активне самостійне включення особи в професійну діяльність на своєму робочому місці зумовлює якісні зміни в структурі особистісної ідентичності працівника, його уявленнях про себе як носія професії та представника професійної групи. Рівень розвитку здібностей, ціннісне ставлення до них зумовлюють індивідуально своєрідну динаміку процесу адаптації та стратегіальні відмінності професійного розвитку особистості.

Ключові слова: професійна діяльність, професійна адаптація, особистісна ідентичність.

Проблема. Поступальний розвиток технологій і засобів виробництва, особливо в сучасних умовах, вимагають від працівника постійного удосконалення, адаптації до нових виробничих стандартів, умов та знарядь праці. Зміна умов діяльності, її предметної та операціональної суті зумовлює постійні зміни в структурі особистості працівника, вважають Є. О. Климов, В. О. Моляко, М. С. Пряжников та інші дослідники цієї проблеми. Тому ми не можемо стверджувати, що ідентичність є виключно досягненням, результатом, надбанням. З позицій сучасної постнекласичної психології, особистість перебуває в постійному русі, розвитку, діалозі із собою і середовищем, наголошують Л. Я. Дорфман, Д. О. Леонтьєв, Т. М. Титаренко, Н. В. Чепелева. “Особистість стає дедалі більш контекстуальною й поліфонічною, відчуваючи на собі інтенсивну культурну експансію та розвиваючи підвищену чутливість до суспільного багатоголосся” [1, с. 13].

У нестабільних умовах сучасного соціально-економічного простору працівник змушений швидко адаптуватися до актуальних вимог професії, змінювати в разі потреби фах (удосконалити його), що неможливо без професійного розвитку або адаптації системи професійних здібностей до нових вимог. За таких умов розвивається якісно нове утворення – “мобільна професійна ідентичність”, яке позначає динамічну складову професійного розвитку, здатність змінюватися і змінювати професійне середовище [2]. У зв’язку із цим Є. О. Климов зазначає, що “з розвитком науки, техніки, технологій, суспільного устрою, організації праці, особистої майстерності працівників увесь час відбувається зміна світу професій” [3 с. 8-9]. Самодостатня, досягнута ідентичність працівника у

професії можлива лише за умов наявності ресурсів для продуктивного, ефективного вирішення виробничих завдань – як типових, так і тих, які виникають спонтанно та відрізняються від усталеного зразка. Саме в професійному середовищі важливим є не те, “ким ти хочеш стати”, “ким ти себе уявляєш”, а “що ти можеш (потенційно) робити”. Відповідно до тієї діяльності, яку виконує працівник, рівня її складності, важливості та ступеня відповідальності професійне середовище утворює референтне оточення, яке підтримує у працівника внутрішнє відчуття себе як “професіонала”, “стажиста”, “майстра”, “здібного працівника”, “обдарованого фахівця” тощо.

Мета статті: виокремити основні дискретні етапи становлення особистісної ідентичності працівника в період професійної адаптації; визначити роль здібностей як ресурсу успішного професійного розвитку.

Процес адаптації до професійної діяльності триває постійно, оскільки тісно пов'язаний з професійним зростанням особистості. У межах діяльнісного підходу, який розробляли Л. С. Виготський, Д. О. Леонтьєв, Г. С. Костюк, К. К. Платонов, С. Л. Рубінштейн та ін., ігрова та навчальна види діяльності вважалися підготовчими щодо професійної, яка займає більшу частину життя людини. Низка досліджень присвячена проблемі адаптації школярів до професійної діяльності (П. М. Адріанов, Г. О. Анохін, І. Ю. Антоненко, Ю. О. Іванов, Г. С. Костюк, М. Д. Левітов, Г. П. Ніков, І. А. Савченко), адаптації студентів ВНЗ (Т. М. Буякас, І. Є. Григорович, Е. Ф. Зеєр, В. О. Кеніг, Г. І. Мелешкова, Н. І. Пов'якель, Л. Г. Подоляк). Перехід особистості від навчальної до трудової діяльності веде зазвичай до виникнення ряду особистісних змін, які зумовлюють розвиток новоутворень у структурі особистісної ідентичності (В. Г. Алексєєва, Т. В. Алексєєва, Н. О. Антонова, Г. О. Балл, Є. М. Борисова, М. Й. Боришевський, І. С. Гічан, М. М. Заброцький, В. Л. Зливков, Є. О. Климов, І. С. Кон, В. О. Моляко, М. С. Пряжников, В. М. Федорчук, В. О. Ядов). У процесі адаптації до професійної діяльності середовище намагається створити сприятливі умови для розвитку диспозиційних, для певного типу працівника, рис, і навпаки – перешкоджати розвитку тих, які заважатимуть успішному виконанню діяльності. На думку С. С. Пальчевського, “здібності, як і будь-яке інше явище, мають свій історіогенез, започаткований елементарним розподілом праці, який ніби закріплює людей за певними видами діяльності” [4, с. 99]. Отож здібності спочатку адаптуються до професійної діяльності, апробуються у професії, а вже потім професійне середовище створює умови для їх розвитку. Досягнення високого рівня професіоналізму не передбачає (як результат) високого рівня особистісного розвитку. М. Д. Левітов вважає, що для різних професій існують норми загальної

обдарованості та спеціальних здібностей і професійна діяльність не повинна їх порушувати [5].

Адаптація працівника до професійної діяльності проходить ряд дискретних етапів, кожен з яких завершується появою новоутворень у структурі особистісної ідентичності. На теоретичному рівні ми виокремили три етапи, які проходить працівник у процесі професійної адаптації: *1) нормативно-орієнтаційний, 2) інвенційно-пошуковий, 3) рефлексивний.* Ці етапи можуть мати різну хронологічну тривалість, яка залежатиме від особливостей трудової діяльності та індивідуально-психологічних властивостей особистості. У процесі адаптації до професійної діяльності працівник може змінювати стратегію взаємодії з трудовим середовищем, здійснювати активний пошук себе в професії. На нашу думку, про завершення процесу адаптації до професійної діяльності може свідчити опанування працівником стійкої стратегії взаємодії з трудовим середовищем: трудовим колективом, технологіями та засобами виробництва, професійною діяльністю тощо.

Нормативно-орієнтаційний етап адаптації до професійної діяльності передбачає активне вивчення працівником професійного середовища, ознайомлення з нормами професійної діяльності, міжособової взаємодії, вивчення традицій та звичаїв професійної групи. На цьому етапі відбувається трудова ініціація працівника, яка може проходити у формі ритуалів, обрядів, колективних зустрічей, посвят. Як зауважує В. О. Толочек, “вибір професії – це не тільки здатність виконувати відповідні трудові функції, це й **прийняття відповідного способу мислення, життя** (яскравий приклад – присяга у військових чи клятва Гіппократа у лікарів. – В. К.)” [6, с. 98]. Працівник на цьому етапі має повторно (уперше це робиться в школі, ліцеї, ВНЗ) зробити добровільний вибір професії, прийняти її, узгодити свою ціннісну свідомість із колективними цінностями, визначити, чи є професійна діяльність прийнятною для нього, чи не суперечить вона його переконанням та світогляду.

Спираючись на типологію професійного розвитку Є. О. Климова, можемо припустити, що нормативно-орієнтаційний етап професійного розвитку є продовженням фази адепта. На початковому етапі адаптації до професійної діяльності будь-який працівник розглядається в професійному середовищі як “учень”, проходить випробувальний термін, який закінчується (не у всіх випадках) обрядом ініціації. Працівник, як суб’єкт професійного розвитку, має свідомо визначитися зі стратегією професійного розвитку, прийняти частину професійного “Я” як частину себе. За Е. Ф. Зеєром, “для забезпечення реалізації права вільного вибору різноманітних альтернатив професійного становлення потрібно навчити людину вибирати” [7, с. 94]. На цьому етапі відбувається актуалізація або поява нових ціннісних утворень, які регулюють професійну діяльність, діючи як морально-правові імперативи, внутрішні суб’єктні норми. Мож-

лива також зовнішня ситуативна оцінка норм професійної діяльності; у цьому випадку працівник вивчає основні “табу”, “звичаї” групи, форми контролю за їх виконанням. У результаті в працівника може утворитися досить складна нормативно-процесуальна система правил взаємодії з професійним середовищем, які максимально відповідають зовнішнім очікуванням.

Поява надситуативної активності та активне включення працівника у професійну діяльність свідчать про початок *інвенційно-пошукового етапу професійної адаптації*. Працівник активно включається у трудовий процес, вивчає засоби і технології виробництва, намагається опанувати основні способи розв’язання виробничих завдань (як стандартні, так і творчі). Завдяки дослідженням Л. В. Бозрикова і А. А. Киселя (під керівництвом В. О. Ядова) було виявлено, що на етапі входження у професію в працівників підвищується рівень творчої активності, який знижується на етапі професійної стабілізації [8]. Згідно з В. М. Маркіним, у період мораторію ідентичності, освоєння нових видів діяльності “особистість присутня номінально, “дослідно”. Вона ще не відкрила саму себе в цих життєпроявах, і її ідентичність має “контурний”, лише передбачуваний характер. Щось із цієї взаємодії зі світом може увійти в “Я-досвід”, у базову ідентичність” [9, с. 50]. Працівник перевіряє власну функціональну здатність виконувати професійну діяльність, готовність діяти як професіонал у типових і, що головне, нетипових виробничих ситуаціях.

У роботі “Феноменологія творчості” С. Самед зазначає, що “творчість, по суті, є охоронним механізмом психіки вищого рівня, який дає змогу особистості не лише захищати себе від деструктивного впливу навколишнього середовища, а й сміливо “кидатися” на розкриття нових таємниць природи, не боячись проблем, які можуть постати в неї на шляху” [10, с. 167-168]. Потенційну здатність до творчої діяльності, відкриття нового, пошуку нових, нестандартних і, здавалося б, далеко не логічних варіантів розв’язку завдань мають більшість людей; проблема в тому, чи перетворюється ця “здатність” у конкретну діяльність, і, що головне, чи не шкодить вона психічному здоров’ю людини, чи не порушує її цілісності, чи не спричинює дисбаланс у структурі образу “Я” і світу. Використання елементів творчої діяльності може бути одномоментним, вимушеним вчинком, що сприймається суб’єктом як виняток із правил. У процесі виробництва пошук нестандартних, оригінальних способів діяльності необхідний, утім потреба в ньому виникає лише тоді, коли інші, “стандартні”, способи не можуть розв’язати проблему. Як правило, пересічні працівники, виконуючи виробничі завдання, використовують загальнозживані методи і, лише виявивши їх неспроможність, вдаються до використання нестандартних прийомів, елементів творчості, пошуку нових шляхів тощо.

Завдання інвенційно-пошукового етапу в процесі адаптації до професійної діяльності – це пошук можливих шляхів розв’язання виробничих завдань, свідомо підготовка себе до нестандартних, екстремальних, особливих умов діяльності. Пошук нового і невідомого може бути як свідомою стратегією взаємодії з професійним середовищем, так і результатом наслідування діяльності інших, спробою позиціонувати себе як “обдарованого”, “визнаного майстра”, “фахівця”, “рятівника ситуації”. Звичайно в результаті наслідування відтворюється не весь творчий акт, а його окремі елементи (працівник може не усвідомлювати всієї глибини задуму творця, продукувати псевдонадситуативну активність) [11].

Інвенційно-пошукова активність, яка виникає на етапі адаптації до професійної діяльності, потребує значної мобілізації психічних, розумових та фізичних ресурсів людини. Досліджуючи проблему функціонування та практичного значення психологічного настановлення, Д. М. Узнадзе дійшов висновку, що своєю суттю воно є одним з адаптаційних механізмів психіки, завдяки якому людина може ефективно пристосовуватися до середовища, раціонально використовувати свої психічні ресурси, проте унеможлиблює творчий акт, який вимагає виходу за межі ситуації, максимальної психічної, фізичної, розумової мобілізації [12]. Ми хочемо звернути увагу на те, що творчість може бути новою і оригінальною щодо історії людства та розглядатися як новаторська щодо минулого людини [13]. У більшості випадків творча діяльність у процесі адаптації до професійної діяльності має індивідуальне значення, виконує функцію практичного відкриття вже відомих ідей, прийомів, алгоритмів, тому логічно, що в період стабілізації працівник рідше використовує елементи творчості у своїй професійній діяльності і вдається до них лише в разі крайньої потреби.

Процес активного професійного пошуку завершується актом *рефлексії* працівником *власних умінь та здібностей*. Результати досліджень М. Ю. Варбан, І. Є. Григорович, І. С. Загурської, В. К. Зарецького, Н. Ю. Мельник, Л. Б. Шнейдер, В. О. Толочка, І. М. Тичини, А. О. Яшиної свідчать, що поява рефлексії дає змогу переконатися в успішності розвитку особистості працівника, ускладненні картини професійного світу і психологічної системи професійної діяльності, розвитку ціннісного ставлення до умінь та здібностей. Поява (ускладнення) рефлексії умінь, здібностей, потенційних можливостей власної ефективності у професійній діяльності можлива лише після активного освоєння професійної діяльності. Не виключено, що вона з’являється і в допрофесійній діяльності (у молодшому шкільному віці), проте не має професійної специфікації (оцінка потенційної ефективності окремих здібностей для реалізації конкретних виробничих завдань), адекватної самооцінки рівня розвитку (відповідно до професійних норм), перспективної моделі їх удосконалення [14]. На цьому етапі працівник

усвідомлює свою потенційну здатність ефективно виконувати професійну діяльність на еталонному чи достатньому для ситуації рівні.

Після активного включення у професійну діяльність особистість може змінити своє ставлення до професії, свого місця в ній, що приводить до змін у структурі особистісної ідентичності працівника, його уявлення про себе як представника (носія) професії. Л. Б. Шнейдер зазначає, що “динамічно процесуальний аспект ідентичності забезпечується такими процесами, як самовизначення та самоорганізація на основі пошуку та засвоєння смислів, оволодіння хронотопами, персоналізація на основі прототипів і саморефлексія на основі цінностей – у своїй єдності вони викристалізують структуру ідентичності” [15, с. 52].

Висновки. Період професійної адаптації є одним із ключових етапів у становленні особистісної ідентичності працівника. Самостійна трудова діяльність зумовлює розвиток ряду психічних підструктур, які визначають успішність адаптації працівника до професійної діяльності. У ході історичного розвитку, виникаючи як результат суспільної потреби, професія вимагає працівника, який відповідав би певному типу, тобто мав стандартизовані морфофункціональні, психічні, інтелектуальні властивості, які є основою успішного виконання певного набору професійних дій та операцій, включених у систему професійної діяльності (В. О. Бодров, М. Д. Левітов, К. К. Платонов, В. Д. Шадриков). Ціннісно-мотиваційна готовність до професійної діяльності, якісне оволодіння технологією виробництва та здатність до її реалізації (що вимагає певного рівня розвитку умінь та здібностей) зумовлюють стратегіальні відмінності адаптації працівників до професійної діяльності, що визначають відмінності у становленні їхньої особистісної ідентичності в цей період. Період адаптації має індивідуальну, зумовлену внутрішніми психофізичними властивостями, тривалість і залежить від особливостей розвитку основних професійно важливих якостей особистості.

Серед завдань подальших досліджень – емпіричне вивчення стратегіальних відмінностей адаптації працівників до професійної діяльності, ціннісно-смыслового розвитку працівника в період активного включення у професію.

Література

1. *Титаренко Т. М.* Постмодерна особистість у динаміці самоконструювання / Т. М. Титаренко // Актуальні проблеми психології: зб. наук. праць Ін-ту психології імені Г. С. Костюка НАПН України. – 2010. – Т. 2. – Вип. 6 “Психологічна герменевтика”. – С. 5–14.
2. *Шамлян К.* Професійна ідентичність особистості / Каріна Шамлян // Соціогумантарні проблеми людини. – 2008. – № 3. – С. 137–142.

3. *Климов Е. А.* Развивающийся человек в мире профессий / Евгений Александрович Климов; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Обнинский гор. психол. центр “Детство”. – Обнинск : Принтер, 1993. – 57 с.
4. *Пальчевський С. С.* Акмеологія : навч. посіб. для студентів ВНЗ / Пальчевський Степан Сергійович. – К. : Кондор, 2008. – 398 с.
5. *Левитов Н. Д.* Профессиональная ориентация и школа / Н. Д. Левитов. – М. : Новая Москва, 1925. – 148 с.
6. *Толочек В. А.* Современная психология труда : учеб. пособие / Толочек Владимир Алексеевич. – СПб. : Питер, 2005. – 479 с.
7. *Зеер Э. Ф.* Психология профессионального развития / Зеер Эвальд Фридрихович. – М. : Академия, 2009. – 240 с.
8. *Бозрикова Л. В.* Условия профессиональной деятельности и установки по отношению к деловым качествам / Л. В. Бозриков, А. А. Кисель // Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / под. ред. В. А. Ядова. – Ленинград : Наука, 1979. – С. 101–109.
9. *Маркин В. Н.* Личность в категориальном ряду: индивид, субъект, личность, индивидуальность (психолого-акмеологический анализ) / В. Н. Маркин // Мир психологии. – 2007. – № 1. – С. 45–54.
10. *Саидов С. И. оглы.* Феноменология творчества (история, парадоксы, личность) / Саидов Самед Исмаил оглы. – М. : Изд-во РГСУ, 2010. – 344 с.
11. *Кириченко В.В.* Особливості ціннісного розвитку студентів-відмінників першого курсу / В. В. Кириченко // Матеріали III Міжрегіонального семінару з впровадження програми ціннісної підтримки розвитку здібностей та обдарованості “Три кроки”. – Житомир, 2010. – С. 35–38.
12. *Узнадзе Д. Н.* Психология установки / Дмитрий Узнадзе. – СПб. : Питер, 2001. – 416 с.
13. Психология креативности : пер. с фр. / Т. Любарт, К. Муширу, С. Торджман, Ф. Зенасни. – М. : Когито-Центр, 2009. – 215 с.
14. *Никончук Н. О.* Розвиток рефлексії особистісних якостей у молодшому шкільному віці / Н. О. Никончук // Гуманітарний вісник ДВНЗ “Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди” : наук.-теорет. збірник. – Переяслав-Хмельницький, 2006. – С. 97–102.
15. *Шнейдер Л. Б.* Девиантное поведение детей и подростков / Л. Б. Шнейдер. – М. : Академический проект ; Триеста, 2005. – 336 с.

Кириченко В. В. Дискретные этапы становления личностной идентичности работников в процессе профессиональной адаптации

Делается попытка выделить основные дискретные этапы адаптации работников к профессиональной деятельности, определить особенности становления их личностной идентичности в этот период. В основу работы положено предположение, что активное самостоятельное включение человека в профессиональную деятельность на своем рабочем месте приводит к качественным изменениям в структуре личностной идентичности работника, его представления о себе как носителе профессии и представителе профессиональной группы. Уровень развития способностей, ценностное отношение к ним обуславливают индивидуально своеобразную динамику процесса адаптации и стратегические отличия профессионального развития личности.

Ключевые слова: профессиональная деятельность, профессиональная адаптация, личностная идентичность.

Kyrychenko V. V. Discrete stages of employees' personal identity formation during professional adjustment

The article attempts to highlight the main steps of the discrete adaptation of workers to the profession, to determine the peculiarities of their personal identity in this period. The study is based on the assumption that active involvement of a person into professional activity at his/her workplace leads to qualitative changes in the structure of personal identity of the employee, his/her perception of himself/herself as a professional group representative. The level of abilities and value-based attitude towards them determine individual dynamics of the process of adaptation and strategic differences in professional development.

Key words: professional activities, professional adjustment, personal identity.

**ТРАНСФОРМАЦІЯ ІДЕНТИЧНОСТІ ОСОБИСТОСТІ
В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ**

=====

К. Л. Мілютіна

Криза, пов'язана з нестабільністю етнічної або професійної ідентичності особистості, розглядається як чинник, що піддає випробуванню адаптивні механізми особистості в межах індивідуальної життєвої траєкторії. Стверджується, що успішна перебудова деяких переконань і життєвих диспозицій відбувається за умови створення суспільством програм допомоги щодо культурної асиміляції та безперервної освіти.

Ключові слова: адаптація, життєва траєкторія, безробіття, безперервна освіта.

Проблема психологічного дослідження трансформації ідентичності особистості полягає в необхідності виявлення закономірностей процесу самоперетворення та розроблення адекватних методів психологічного супроводу особистості в ході зміни її професійної ідентичності. У стабільному суспільстві, де зберігається соціальний контроль, між різними компонентами способу життя (нормативними, реальними та ідеальними) встановлюється динамічна рівновага, тобто в стабільних соціальних системах відбувається процес соціально спрямованої адаптації. Означена проблема виникає звичайно внаслідок різкої зміни соціально-політичної та економічної ситуації в тій чи тій країні (наприклад, перебудова 1990-х років на теренах країн – колишніх республік Радянського Союзу). Хоч гуманітарна сфера як сфера реалізації гуманітарних відносин між людьми являє собою переплетіння суперечливих духовних інтересів людей, у стабільних суспільствах ця сфера має широкі можливості для саморегуляції.

Вирішальна роль в таких суспільствах належить інститутам соціалізації. Зрозуміло, що роль інститутів соціалізації в стабільному і трансформаційному суспільствах не може бути однаковою.

Мета статті: теоретичний розгляд процесу трансформації етнічної або професійної ідентичності особистості в нестабільному соціальному середовищі.

Трансформаційне суспільство, – а Україна належить саме до соціальних систем такого типу, – є суспільством мінливим [1]. Ситуація в ньому постійно змінюється, причому не завжди на краще: виникають нові або радикально змінюються існуючі соціальні групи, інститути, відносини, мотиви, оцінки тощо. Змінюється їхня участь у регуляції суспільних відносин, стає інакшою і роль держави. Історично склалося так, що з проголошенням державної незалежності й початком розбудови Української держави більшість соціальних інститутів були успадковані нею від попереднього радянського суспільства, і завдання, що постало перед новою українською владою, полягало у визначенні шляхів оптимальної трансформації наявної соціальної структури відповідно до нових історичних завдань і перспектив.

В історії людства відомі періоди [2], коли суспільні процеси зазнавали вирішального впливу тих чи тих соціальних інститутів, наприклад церкви (а в деяких країнах така ситуація зберігається й донині), однак сучасні суспільства розбудовуються як упорядковані саме довкола *інституту держави*. Відповідно, держава на сьогоднішній день більш або менш жорстко регламентує практично всі суспільні процеси. Для цього вона повинна рахуватися з логікою і нормативністю тих соціальних інститутів, які вона охоплює як свої складові – центральні чи периферійні. Такі інститути, як сім'я, приватна власність чи церква, що далі, то більше автономізуються від держави, утворюючи базову структуру *громадянського суспільства*. Утім, така автономізація лише зміцнює державу, адже диверсифікує можливі реакції суспільства на історичні виклики, а отже, в кінцевому підсумку, підтримує суспільний порядок. Найбільш типовою є ситуація еміграції та пов'язана з нею проблема зміни національної ідентичності.

У нестабільних соціальних умовах, головною ознакою яких є деструкція ціннісно-нормативних основ суспільства, визначальну роль відіграє адаптивний потенціал окремої особистості. Основною характеристикою соціального статусу в умовах дезорганізованого суспільства виступає його невизначеність. Цікавою видається низка праць, у яких автори звертають увагу на те, що швидкість адаптаційних процесів індивіда впливає на темп та спрямованість соціальних змін. У житті дорослої людини часом складаються обставини, за яких вона буває змушена переглядати усталену систему переконань. Це може бути пов'язано як з

внутрішньоособистісними причинами, зокрема кризами розвитку особистості, так і з зовнішньою ситуацією.

На жаль, цим проблемам, надається ще недостатня увага і у вітчизняній, і в зарубіжній психології. Хотілося б відзначити з огляду на сказане дослідження, присвячені формуванню життєвих стратегій та самоідентичності в умовах етнічної нестабільності: полікультурного середовища, зміни країни проживання тощо (*перший напрям*). Зокрема, Г. У. Солдатова [3] розглядає динаміку етнічних переконань. Спираючись на теорію соціальної ідентичності Г. Теджфела, вона обгрунтувала такі теоретичні положення:

1) індивід, розглядаючи себе як члена певної соціальної групи, прагне оцінювати її позитивно, підіймаючи як статус групи, так і власну самооцінку;

2) емоційний компонент ідентичності (у вигляді різних почуттів) полягає в усвідомленні факта своєї належності до групи.

У зв'язку з особливостями перебігу трансформаційних процесів у країнах пострадянського простору проблема соціальної ідентичності набула етнічного забарвлення і, сприяючи етнічній інтеграції, стала водночас перешкоджати загальносуспільному об'єднанню. Порушення взаємодії між свідомим і неусвідомленим рівнями ідентичності проявляється у змінах змісту та структури національної ідентичності. Один бік цієї трансформації – це ідентифікація з Тінню: неусвідомленими, неприємними рисами національного характеру. Другий бік – ідентифікація з архетипами, прадавніми образами та архаїчними символами народу, що викликає актуалізацію спогадів про драматичне чи героїчне минуле його життя [4]. Міфологізація архетипів робить їх надбанням усього народу, а відтак сучасні події несвідомо починають розглядатися крізь призму минулого. Через розширення індивідуальних меж, ототожнення з національними переконаннями особистість може віднайти впевненість та стабільність (*перший спосіб адаптації*). Отже, у часи суспільної нестабільності та змін людина не може зберігати ті суспільні переконання та цінності, що були для неї важливими раніше. Використовуючи міфологізацію та ототожнення з архетипами, вона несвідомо підвищує суб'єктивну значущість етнічних переконань та етнічної ідентифікації, що, власне, і сприяє адаптації людини (а певною мірою і суспільства в цілому) до нових обставин [5]. Схожі закономірності спостерігаються і в процесі соціокультурної адаптації. Це адаптація до іншої країни, її культури та менталітету.

Другим способом полегшення процесу адаптації є система заходів, спрямована на акультурацію мігрантів. Трудова міграція стає досить актуальним для сучасної України явищем: українці виїжджають за кордон на заробітки, щоб через декілька років повернутися на батьківщину. У разі

зміни не лише соціального статусу, а й культурного середовища виникає своєрідний процес “акультурації” [6].

Г. Тріандіс виокремлює п'ять етапів процесу адаптації прибульців [5]. Перший етап дослідник назвав “медовим місяцем”; він характеризується ентузіазмом та великими сподіваннями. На другому етапі адаптації стан тимчасової ейфорії минає і людина починає відчувати себе “чужинцем”, робить спроби відійти від реальності, спілкуючись тільки із земляками. Кульмінація настає на третьому етапі, коли індивіди, які не зуміли адаптуватися до нової культури, втрачають контроль над ситуацією, відчувають безпорадність і незадоволення. Трапляється, що людина повертається додому, не дочекавшись закінчення терміну перебування в іншій країні. На четвертому етапі депресія поступово змінюється оптимізмом, упевненістю та почуттям задоволеності. П'ятий етап характеризується повною адаптацією особистості до нової культури [там само, с. 284]. Однак перелічені етапи адаптації та реадaptaції не є обов'язковими для людей, які потрапляють у нове культурне середовище. Це залежить від багатьох чинників. Зокрема, Т. Г. Стефаненко, Н. С. Фрейнкман-Хрустальова, О. І. Новиков [6; 7] виокремлюють індивідуальні та групові чинники, які впливають на процес адаптації. До індивідуальних чинників дослідники відносять демографічні та особистісні характеристики індивіда. Вони стверджують, що на процес адаптації впливає вік людини: швидко адаптуються маленькі діти, чого не можна сказати про літніх людей, для яких такий процес може стати важким випробуванням.

Широко застосовують у багатьох країнах світу і так звані культурні асимілятори. Їх ще називають технікою підвищення міжкультурної сензитивності. Основна їхня мета – навчити людину бачити ситуацію очима членів чужої групи, розуміти їхнє бачення світу, але при цьому, безперечно, не забувати своєї культури. Культурний асимілятор містить опис різних ситуацій (від 35 до 200), у яких взаємодіють індивіди двох різних культур, а також чотири інтерпретації їхньої поведінки. Звичайно описуються випадки, які найчастіше трапляються під час взаємодії представників двох різних культур; ситуації, які неправильно пояснюють, і це спричиняє конфлікт, а також ситуації, які дають можливість отримати важливу інформацію про чужу культуру.

Другий напрям пов'язаний з вивченням феноменів, що завдячують своїм виникненням розпаду Радянського Союзу. Так, Л. Г. Іонін [2] вважає, що руйнування радянської моноетнічності призвело до розпаду сформованого впродовж десятиріч образу світу. Це викликало масову дезорієнтацію колишніх громадян Союзу, втрату ними попередніх цінностей та переконань. За таких обставин світ для людини та людина для самої себе перестають бути зрозумілими. Втрата ідентифікації проявляється як дезадаптація – втрата можливості поводитися таким чином, щоб реакції

зовнішнього середовища відповідали твоїм намірам й очікуванням. Людина помічає, що інші перестали реагувати на її поведінку звичним чином; такий стан викликає в неї почуття непевності та інші симптоми дезадаптації. На думку дослідника, причинами втрати ідентифікації, сформованої в процесі соціалізації, можуть бути кардинальні психологічні зрушення; швидкі та значні зміни в навколишньому соціальному середовищі.

Першим кроком до перебудови наявної системи переконань та ідентичності стає “втрата біографії”. Індивідуальна біографія характеризується співвідношенням прожитого життєвого шляху і перспективних життєвих планів. Саме майбутнє забезпечує єдність і цілісність сприйняття власної біографії, а тому різкі зміни, що порушують плани на майбутнє, призводять до перегляду минулого. Така деструкція біографії спостерігається, як правило, у людей, орієнтованих на кар’єру, і тих, хто звик активно формувати свій життєвий шлях. Що сильніша мотивація до успіху в обраній сфері діяльності, то сильнішим є деструктивний вплив культурних та інституціональних змін. Людина починає переглядати та переосмислювати не лише власне минуле, а й критерії успіху. Втрата колишньої ідентичності зумовлює процес її відновлення – створення нового, цілісного світогляду та уявлення про себе, що буде відрізнятися від колишнього. Після розпаду соціалістичної культури численні зародки різноманітних субкультур активно намагаються заповнити вивільнений простір.

До *третього напрямку* можна віднести низку досліджень, пов’язаних із проблемою нестабільності ринку праці та необхідністю зміни дорослими працівниками своєї професійної ідентичності. Суспільство намагається полегшити адаптацію особистості до нестабільності в цілому та зокрема нестабільності ринку праці. Серед заходів, спрямованих на досягнення цієї мети, назвемо *концепцію безперервної освіти*. Основу програми безперервної освіти в її європейській та американській редакції становить орієнтація на розвиток окремих людей і повсюдне забезпечення цього розвитку за рахунок зняття вікових, соціальних та організаційних обмежень. Мета навчання – відкрити перед кожним індивідом проблемну ділянку та сферу діяльності, що необхідно для розвитку його ініціативи та формування в нього самостійних суджень. На Заході для позначення безперервної освіти використовують два терміни: “продовжена освіта” (continuing education) та “навчання через усе життя” (lifelong learning). (При цьому останнім часом перевагу віддають останньому).

Термін “продовжена освіта” з’явився на початку 1980-х років як відповідь на запити ринку праці. На той час людина розглядалася як “економічна істота”, а освіта – як інвестиції в людський капітал. Таким чином, цінність освіти знижувалася, тому що вона концентрувалася на людських ресурсах як капіталі та економічних якостях як інвестиціях першої необхідності.

Що ж до “навчання протягом усього життя”, що з’явилося в 1970-х роках, то воно від самого початку спиралося на гуманістичні традиції. Усі люди розглядаються як здатні до навчання, розвитку своїх потенційних можливостей, причому в будь-якому віці. Із цього погляду термін виступає як інтегруючий і наголошує на віковій безперервності освіти. Разом з тим його можна розглядати як певною мірою ідеалістичний, тому що його застосовують в усіх можливих випадках, а відтак і наповнюють різним змістом.

Особливі вимоги у світовій педагогіці висуваються до післядипломної освіти, яка вважається найбільш гнучкою складовою процесу фахового зростання людини. Система післядипломної освіти, порівняно з базовою професійною, має певні переваги, а саме: вона є менш інерційною і здатна реагувати на швидкі соціально-економічні зміни; має безпосередній двосторонній зв’язок з практикою. Також слід враховувати, що заклади післядипломної освіти навчають дорослих людей, які вже мають відповідну вищу освіту, досвід практичної діяльності за фахом. Так, Г. Н. Протасова визначає післядипломну педагогічну освіту як систему навчання та розвитку фахівців з вищою освітою, що відбувається у спеціалізованих навчальних закладах і засобами самоосвіти та керується державними стандартами щодо фаху певних рівнів кваліфікації відповідно до вимог суспільно-економічного та науково-технічного прогресу.

У працях В. В. Олійника, А. М. Зубка, Н. І. Клокар, В. І. Маслова, В. І. Пуцова, М. І. Романенка, Т. М. Сорочан та інших дослідників розглядаються різні шляхи модернізації системи післядипломної педагогічної освіти, що сприяло останнім часом помітному розвитку вітчизняної андрагогіки. Програма безперервної освіти повинна, на нашу думку, осмислюватися як форма управління процесами розвитку. Це вимагає відмови від багатьох уявлень, що склалися, та визначення нового підходу і нової ідеології в царині освіти.

Ідея безперервної освіти – це програма розвитку мислення та діяльності, в рамках якої розвиток людини та удосконалення виробничих систем можуть виступати тільки як приватні, фрагментарні завдання. Це особлива політика не тільки в царині навчання, а й у сфері організації вільного часу людей, суспільних відносин та соціокультурних систем. З погляду індивіда та професійної організації мислення і діяльності безперервність межує з підготовкою, що координується, та зосередженістю її на формуванні цілісного типу мислення та діяльності.

На цей час в Україні сформовано досить потужну мережу навчальних закладів і підрозділів післядипломної освіти.

Головними завданнями післядипломної освіти є:

- задоволення потреб господарського механізму у кваліфікованих кадрах та гнучке реагування на зміни, що відбуваються в суспільстві;
- забезпечення умов для постійного підвищення кваліфікації фахівців, безперервного розвитку потенціалу кожного спеціаліста, його

інтелектуального та загальнокультурного рівня, здобування професійно необхідних знань та умінь;

- забезпечення одержання нової кваліфікації, нової спеціальності на основі раніше здобутої в закладах освіти і досвіду практичної роботи, поглиблення професійних знань та умінь за фахом;
- упровадження гнучкої системи безперервної освіти та самоосвіти громадян, забезпечення освіти дорослих упродовж усього життя.

Сформована в Україні система післядипломної педагогічної освіти характеризується чіткою організаційною структурою, упорядкованою сукупністю навчальних закладів та методичних установ, основними функціями яких є удосконалення науково-теоретичної і методичної підготовки, професійної майстерності, підвищення загального культурного рівня працівників шкіл, позашкільних закладів та органів управління освітою.

Критеріями ефективності соціальної адаптації після зміни місця роботи або спеціальності можна вважати:

- 1) у сфері суспільної активності – участь у суспільній роботі і задоволеність цією участю;
- 2) у сфері міжособового спілкування – соціометричний статус і задоволеність відносинами в колективі;
- 3) ставлення до об'єднання (підприємства);
- 4) ставлення до колективу (малої групи);
- 5) задоволеність собою в роботі;
- 6) адекватність взаємодії з іншими учасниками діяльності [1].

Ступінь виразності і тривалості процесів професійної адаптації в її соціальному аспекті визначається характеристиками самої адаптованої людини, серед яких такі:

1. *Особистісні особливості.* Наприклад, молоді, висококваліфіковані і високоосвічені люди адаптуються швидше. Авторитарні особистості менш ефективно опановують нові соціальні норми і правила, цінності і традиції.

Оптимальним з погляду адаптації набором особистісних характеристик володіє екстраверт, відкритий для спілкування і професійно компетентний.

2. *Готовність до змін.* Найбільш адаптивними є люди, сприйнятливі до змін, із усвідомленою мотивацією до адаптації, тобто ті, які мають цілі, заради досягнення яких вони готові пережити всі труднощі стресу вживання в нове професійне середовище. Неоціненним при цьому є “доконтактний досвід” особистості – знання чи передбачення традицій нового колективу, нормативів, прав та обов'язків, умов і рівня спілкування, ієрархічної та організаційної структури, а також попередня поінформованість про цілі і завдання організації, її структурні підрозділи і голов-

них людей. Також на “приживлюваності” в новому професійному середовищі позитивно позначається попередній досвід зміни місць роботи.

3. *Наявність умінь і навичок уходження в соціально-рольову структуру нової професійної групи.* Налагодження дружніх відносин з колегами в трудовому колективі продуктивно впливає на процеси професійної адаптації нового працівника. Успішному пристосуванню до нової соціально-рольової структури сприяє також налагодження неформальних міжособових відносин, коли товариші по колективу беруть на себе функції соціальної підтримки. Натомість обмеженість соціальної взаємодії з колективом може підсилювати почуття відчуження і блокувати процеси вживання та звикання до нової ролі в професійній групі.

За стилем поведіння в неординарних ситуаціях людей можна поділити на такі категорії:

1. Ті, що, зіткнувшись з об'єктивними труднощами, збираються на силі і намагаються виправити дискомфортну ситуацію.

2. Ті, що порівняно легко пристосовуються до нової обстановки, змінюючи заради цього свою поведінку, цілі й настановлення.

3. Ті, що воліють “вийти” із ситуації, яка травмує, чи ухилитися від її усвідомлення, замість того щоб переборювати несприятливі обставини і пристосовуватися до вимог середовища.

4. Ті, що повністю засвоюють, синтезують елементи нової культури, змінюють відповідно норми й настановлення своєї поведінки в ній, поповнюючи таким чином уже наявний багаж адаптивних навичок [8].

Відповідно до цієї моделі можливі чотири різних результати адаптаційного процесу для нового працівника. Людина відкидає або свою власну культуру (з минулого трудового досвіду) на користь чужої (“перебіжчик”), або чужу на користь власної (“шовініст”). “Маргінал” вагається між двома культурами – своєю і новою колективною, найчастіше переживаючи внутрішньоособистісний конфлікт, блукаючи в пошуках ідентичності, і, урешті-решт, виявляється нездатним задовольнити вимоги ні однієї з них. Останній тип – “посередник” – синтезує досвід обох культур, стаючи їхньою сполучною ланкою.

Індивіди і групи в процесі взаємної адаптації можуть зробити чотири вибори: асиміляція, сепаратизм, маргіналізація й інтеграція. Зауважимо, що успішна адаптація – це не просто пристосування до умов нової виробничої групи, а оволодіння ще однією культурою без втрат для цінностей власної [4].

Висновки. У трансформаційному суспільстві можлива зміна не лише об'єктивних обставин життєдіяльності, а й важливих суб'єктивних складових, що визначають життєву траєкторію особистості, – національної і професійної ідентичностей. Наявність в особистості розвинених адаптивних механізмів і стратегій робить можливим успішне проживання нею ситуації тимчасової втрати ідентичності. Культурні асимілятори, сис-

тема безперервної освіти та програми адаптації безробітних на підприємствах [9] сприяють більш швидкому та успішному процесові ресоціалізації осіб, що переживають ситуацію втрати ідентичності.

Література

1. *Климов Е. А.* Психология профессионала / Е. А. Климов. – М. : ИПП ; Воронеж : МОДЭК, 1996. – 400 с.
2. *Ионин Л. Г.* Логика и история повседневности / Л. Г. Ионин // Социология культуры: путь в новое тысячелетие. – М. : Логос, 2000. – Гл. 2. – С. 57–122.
3. Психодиагностика толерантности личности / Г. У. Солдатова, Л. А. Шайгерова, Т. Ю. Прокофьева, О. А. Кравцова. – М. : Смысл, 2008. – 172 с.
4. *Пирен М. I.* Основы этнопсихологии / М. I. Пирен. – К. : Наука, 1996. – 360 с.
5. *Триандис Г. К.* Культура и социальное поведение / Гарри К. Триандис ; [пер. В. А. Соснин]. – М. : Форум, 2007. – 384 с.
6. *Стефаненко Т. Г.* Этнопсихология / Т. Г. Стефаненко. – М. : Ин-т психологии РАН ; Академ. проект, 1999. – С. 279–300.
7. *Фрейнкман-Хрусталева Н. С.* Эмиграция и эмигранты: История и психология / Н. С. Фрейнкман-Хрусталева, А. И. Новиков ; [науч. ред. Г. А. Тишкин]. – СПб. : Гос. академия культуры, 1995. – 153 с.
8. *Налчаджян А. А.* Социально-психическая адаптация личности (формы, механизмы и стратегии) / А. А. Налчаджян. – Ереван : Изд-во АН Армянской ССР, 1988. – С. 18–22.
9. *Петров В. П.* Психологические проблемы профессиональной переориентации безработных / В. П. Петров // Психологический журнал. – 1993. – Т. 14, № 3. – С. 79–89.

Милютина К. Л. Трансформация идентичности личности в современном обществе

Кризис, связанный с нестабильностью этнической или профессиональной идентичности, рассматривается как фактор, в силу действия которого адаптационные механизмы личности подвергаются испытанию в границах индивидуальной жизненной траектории. Утверждается, что успешная перестройка некоторых убеждений и жизненных диспозиций происходит при условии создания обществом программ помощи культурной ассимиляции и непрерывного образования.

Ключевые слова: адаптация, жизненная траектория, безработица, непрерывное образование.

Miliutina K. L. Transformation of personal identity in modern society

The crisis connected with instability of ethnic and professional identity of personality is considered as a factor which tries the adaptive mechanisms in individual life trajectory. It is affirmed that successful rebuilding of some beliefs and life disposition goes on the condition of making programs of help in cultural assimilation and continuous education.

Key words: adaptation, life trajectory, unemployment, continuous education.

НАШІ АВТОРИ

Анцибор Анатолій Іванович

кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри педагогіки та психології Вінницького обласного інституту післядипломної освіти

Батраченко Іван Георгійович

доктор психологічних наук, доцент, завідувач кафедри соціальної психології та психології управління Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

Бславін Сергій Петрович

аспірант Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Бславіна Тетяна Іванівна

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психології мас та спільнот Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Блинова Олена Євгенівна

доктор психологічних наук, доцент, завідувачка кафедри загальної та соціальної психології Херсонського державного університету

Бублик Павло Іванович

науковий співробітник лабораторії методології психосоціальних та політико-психологічних досліджень Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Вінков Веніамін Юрійович

молодший науковий співробітник лабораторії психології мас та спільнот Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Войновська Ольга Олександрівна

кандидат психологічних наук, доцент кафедри загальної психології Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Волков Дмитро Сергійович

кандидат психологічних наук, доцент, завідувач кафедри вікової психології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

Вольфовська Тетяна Олександрівна

науковий співробітник лабораторії психологічних проблем політичної соціалізації молоді Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Горбунова Вікторія Валеріївна

кандидат психологічних наук, доцент, докторантка Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Грабовська Софія Леонідівна

кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри психології Львівського національного університету імені Івана Франка

Губеладзе Ірина Гурамівна

молодший науковий співробітник лабораторії психології мас та спільнот Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Губенко Олександр Володимирович

кандидат психологічних наук, доцент, старший науковий співробітник Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України

Дроздов Олександр Юрійович

кандидат психологічних наук, доцент, заступник декана психолого-педагогічного факультету Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка

Карковська Руслана Ігорівна, кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології Львівського національного університету імені Івана Франка

Кириченко Віктор Васильович

аспірант Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України, викладач кафедри соціальної та практичної психології Житомирського державного університету імені Івана Франка

Климчук Віталій Олександрович

кандидат психологічних наук, докторант Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, доцент кафедри соціальної та практичної психології соціально-психологічного факультету Житомирського державного університету імені Івана Франка

Клюйкова-Щобенко Вікторія Олексіївна

викладач кафедри соціальної та прикладної психології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Кобрисенко Данііл Олегович

аспірант Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Коробанова Ольга Леонідівна

кандидат психологічних наук, науковий співробітник лабораторії психології політичної участі Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Крейдун Надія Петрівна

кандидат психологічних наук, професор кафедри прикладної психології, декан факультету психології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Кряж Ірина Володимирівна

кандидат психологічних наук, доцент кафедри прикладної психології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Лісневська Алла Олексіївна

кандидат психологічних наук, доцент кафедри соціальної та практичної психології Чернігівського національного педагогічного університету імені Т. Г. Шевченка

Лозовська Ілона Михайлівна

студентка III курсу факультету психології Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара

Луценко Олена Львівна

кандидат психологічних наук, доцент кафедри прикладної психології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави

Лучинкіна Анжеліка Іллівна

кандидат психологічних наук, докторант Інституту психології імені Г. С. Костюка НАПН України

Матвійшин Антон Миколайович

аспірант Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника

Мельникова Вікторія Вікторівна

секретар кафедри фундаментальних дисциплін Першого Українського морського інституту

Мілютіна Катерина Леонідівна

кандидат психологічних наук, доцент кафедри психології розвитку Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Москаленко Вікторія Василівна

кандидат психологічних наук, доцент факультету психології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Новикова Ольга Олексіївна

магістр психології Київського слав'ястичного університету, менеджер з персоналу ТОВ "Апейрон систем"

Носко Ольга Володимирівна

магістр психології Київського слав'ястичного університету, психолог-менеджер зі зв'язків із громадськістю йога-студії "Атма"

Овчаров Анатолій Олександрович

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Очеретяний Анатолій Андрійович

кандидат історичних наук, професор кафедри історії та соціально-гуманітарних наук Севастопольського міського гуманітарного університету

Павленко Валентина Миколаївна

кандидат психологічних наук, доцент кафедри прикладної психології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Панга Марія Вікторівна

аспірантка Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Петрунько Ольга Володимирівна

доктор психологічних наук, старший науковий співробітник, провідний науковий співробітник лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Підгірна Ірина Сергіївна

аспірантка Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Плющ Олександр Миколайович

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Позняк Світлана Іванівна

кандидат психологічних наук, науковий співробітник лабораторії психологічних проблем політичної соціалізації молоді Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Поліванова Олена Євгенівна

кандидат психологічних наук, доцент кафедри прикладної психології Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Походенко Світлана Володимирівна

кандидат психологічних наук, завідувачка кафедри психології Запорізького національного технічного університету

Пудич Сергій Олександрович

аспірант кафедри соціальної та прикладної психології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Пуєртас Савіна Даниїла Клавдія

аспірантка Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Скнар Оксана Миколаївна

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії психологічних проблем політичної соціалізації молоді Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Томчій Оксана Богданівна

асистент кафедри теорії оптимальних процесів Львівського національного університету імені Івана Франка

Тохтамиш Олександр Михайлович

кандидат психологічних наук, доцент кафедри практичної психології Київського університету імені Бориса Грінченка

Фокіна Вікторія Ігорівна

магістрант відділення політології Інституту соціальних наук Одеського національного університету імені І. І. Мечникова, магістрант відділення філософії філософського факультету Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

Фролов Павло Дмитрович

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник, завідувач лабораторії соціально-психологічних технологій Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Чорна Лідія Георгіївна

кандидат психологічних наук, старший науковий співробітник лабораторії малих груп та міжгрупових відносин Інституту соціальної та політичної психології НАПН України

Яремчук Оксана Василівна

кандидат психологічних наук, докторантка Інституту соціальної та політичної психології НАПН України, доцент кафедри загальної та соціальної психології Одеського національного університету імені І. І. Мечникова

З М І С Т

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТА АКТУАЛЬНІ ЗАВДАННЯ ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

<i>Вольфовська Т. О.</i> Дослідження історичної пам'яті: концептуальні засади.....	3
<i>Горбунова В. В.</i> Методологічні засади соціально-психологічного дослідження міжсуб'єктної інтеракції в командах	12
<i>Губенко О. В.</i> Соціально-психологічні аспекти проблеми виникнення протиріч у процесі соціальних перетворень.....	20
<i>Дроздов О. Ю.</i> Проблема типологізації уявлень про геополітичну реальність.....	31
<i>Климчук В. О.</i> Структура аналізу мотиваційного дискурсу сучасного політичного середовища.....	41
<i>Овчаров О. А.</i> Роль особистісного чинника в політиці.....	50
<i>Очеретяний А. А.</i> До питання про предмет політичної психології і не тільки: спроба методологічного аналізу.....	57
<i>Петрунько О. В.</i> Рефлексивне управління образом інновацій.....	68
<i>Позняк С. І.</i> Концептуальні основи дослідження соціального капіталу як чинника громадянського залучення.....	75
<i>Плющ О. М.</i> Змістова валідність психосемантичних методик у політичній психології.....	85
<i>Фролов П. Д.</i> Образ суспільної інновації: у пошуках універсальних смислових вимірів.....	97
<i>Чорна Л. Г.</i> Ідентичність особи: від групи до індивідуальності (методологічний аналіз).....	108

ПСИХОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ ДЕМОКРАТИЗАЦІЇ ПОЛІТИЧНОГО ЖИТТЯ ТА ПОБУДОВИ ГРОМАДЯНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА

<i>Анцибор А. І.</i> Проблематика набуття аутсайдерства: психодинамічні системи негативного досвіду.....	119
<i>Блинова О. Є.</i> Мотивація міграційної поведінки осіб, які планують працевлаштування за кордоном.....	129
<i>Вінков В. Ю.</i> Методичні засади дослідження соціального капіталу серед бідних верств населення.....	138

Войновська О. О. Психологічний аналіз схильності адептів до звернення в деструктивні культи з урахуванням індивідуально-типологічних особливостей особистості (на прикладі НРО “Свідки Єгови”)	147
Губеладзе І. Г. Бідність як стиль життя в сільському і міському середовищі: програма дослідження.....	154
Матвійшин А. М. Глибинно-психологічні джерела деструктивної політичної поведінки особистості.....	161
Новикова О. О., Носко О. В. Стрес як чинник девальвації символічної ролі міста.....	169
Панга М. В. Конструювання авторського варіанта семантичного диференціала для дослідження ставлення представників середнього класу до національної валюти.....	176
Яремчук О. В., Ключикова-Цобенко В. О., Фокіна В. І. Чоловіче і жіноче в давньослов’янській традиції як ресурс цілісності “Я” і “Ми”	183

ПОЛІТИЧНІ КОМУНІКАЦІЇ І ВИБОРЧІ КАМПАНІЇ: СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ЗАКОНОМІРНОСТІ І ПСИХОТЕХНОЛОГІЧНІ МЕХАНІЗМИ

Батраченко І. Г. Державна політика розвитку інформаційного суспільства в Україні як проблема політичної психології	197
Белавін С. П. Особливості комунікативного профілю молоді в полінаціональному соціально-політичному просторі.....	205
Грабовська С. Л., Карковська Р. І., Томчій О. Б. Які політики мають шанс на прихильність молоді: диспозиційний ракурс.....	213
Кобрисенко Д. О. Політична партія як референтна спільнота: між ідентифікацією і мобілізацією.....	226
Мельникова В. В. Особливості сприйняття історичної інформації у віртуальному просторі.....	238
Походенко С. В. Інтернет як чинник формування образу президента	248
Пудич С. О. Психотехнології в рекламі на місцевих виборах в Україні 2010 року.....	264
Пуертас С. Д. К. Модуляція особистісних цінностей як чинник формування електорального вибору: результати первинного дослідження	271
Скнар О. М. Політичні практики суб’єктів політичної взаємодії: спроба класифікації	279

ПОЛІТИКО-ПСИХОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ МОЛОДІ В УМОВАХ СУСПІЛЬНИХ ТРАНСФОРМАЦІЙ І РЕФОРМУВАННЯ ОСВІТИ

<i>Бєславїна Т. І.</i> Становлення морально-правових орієнтацій у неповнолітніх в умовах соціально-економічної нерівності.....	291
<i>Коробанова О. Л.</i> Особистісно-рольова гра як психологічна технологія формування мотивації політичної участі.....	298
<i>Крейдун Н. П., Кряж І. В., Луценко О. Л., Павленко В. М., Поліванова О. Є.</i> Євроінтеграція України в уявленнях сучасного студентства	311
<i>Лісневська А. О.</i> Групова дискусія як інструмент конструювання в студентів уявлень про медіаосвіту	323
<i>Лучинкіна А. І.</i> Міфологічний етап інтернет-соціалізації.....	330
<i>Москаленко В. В.</i> Образ політичної влади у свідомості студентів ..	339
<i>Підгірна І. С.</i> Образ інновації: психологічні чинники формування та збагачення.....	348
<i>Тохтамиш О. М.</i> Психосемантичне відображення поняття “Болонський процес” у його оцінці викладачами та студентами: порівняльний аналіз.....	357
<i>Фокіна В. І.</i> Культурно-глобалізаційний вимір самоідентифікації української молоді.....	365

ПОЛІТИЧНА ПСИХОЛОГІЯ І ПРОФЕСІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ

<i>Бублик П. І.</i> Морально-психологічні аспекти політичного консультування	375
<i>Волков Д. С., Лозовська І. М.</i> Завдання політичного психолога щодо побудови іміджу суб’єктів політичної діяльності.....	386
<i>Кириченко В. В.</i> Дискретні етапи становлення особистісної ідентичності працівників у процесі професійної адаптації.....	394
<i>Мілютіна К. Л.</i> Трансформація ідентичності особистості в сучасному суспільстві.....	401

НАШІ АВТОРИ	410
--------------------------	-----

СОДЕРЖАНИЕ

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ И АКТУАЛЬНЫЕ ЗАДАЧИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ

<i>Вольфовская Т. А.</i> Исследование исторической памяти: концептуальные основы	3
<i>Горбунова В. В.</i> Методологические основы социально- психологического исследования межсубъектной интеракции в командах.....	12
<i>Губенко А. В.</i> Социально-психологические аспекты проблемы возникновения противоречий в процессе социальных преобразований	20
<i>Дроздов А. Ю.</i> Проблема типологизации представлений о геополитической реальности	31
<i>Климчук В. А.</i> Структура анализа мотивационного дискурса современной политической среды.....	41
<i>Овчаров А. А.</i> Роль личностного фактора в политике.....	50
<i>Очеретяный А. А.</i> К вопросу о предмете политической психологии и не только: попытка методологического анализа.....	57
<i>Петрунько О. В.</i> Рефлексивное управление образом инноваций	68
<i>Позняк С. И.</i> Концептуальные основы исследования социального капитала как фактора гражданского участия	75
<i>Плющ А. Н.</i> Содержательная валидность психосемантических методик в политической психологии	85
<i>Фролов П. Д.</i> Образ общественной инновации: в поисках универсальных смысловых измерений	97
<i>Черная Л. Г.</i> Идентичность личности: от группы к индивидуальности (методологический анализ)	108

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ДЕМОКРАТИЗАЦИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЖИЗНИ И ПОСТРОЕНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА

<i>Анцибор А. И.</i> Проблематика обретения аутсайдерства: психодинамические системы негативного опыта	119
<i>Блинова Е. Е.</i> Мотивация миграционного поведения лиц, планирующих трудоустройство за границей.....	129

<i>Винков В. Ю.</i> Методические основы исследования социального капитала среди бедных слоев населения	138
<i>Войновская О. А.</i> Психологический анализ предрасположенности адептов к обращению в деструктивные культы с учетом индивидуально-типологических особенностей личности (на примере НРО “Свидетели Иеговы”)	147
<i>Губеладзе И. Г.</i> Бедность как стиль жизни в сельской и городской среде: программа исследования	154
<i>Матвишин А. Н.</i> Глубинно-психологические источники деструктивного политического поведения личности	161
<i>Новикова О. А., Носко О. В.</i> Стресс как фактор девальвации символической роли города	169
<i>Панга М. В.</i> Конструирование авторского варианта семантического дифференциала для исследования отношения представителей среднего класса к национальной валюте	176
<i>Яремчук О. В., Ключикова-Цобенко В. А., Фокина В. И.</i> Мужское и женское в древнеславянской традиции как ресурс целостности “Я” и “Мы”	183

ПОЛИТИЧЕСКИЕ КОММУНИКАЦИИ И ИЗБИРАТЕЛЬНЫЕ КАМПАНИИ: СОЦИАЛЬНО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ЗАКОНОМЕРНОСТИ И ПСИХОТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ МЕХАНИЗМЫ

<i>Батраченко И. Г.</i> Государственная политика развития информационного общества в Украине как проблема политической психологии	197
<i>Белавин С. П.</i> Особенности коммуникативного профиля молодежи в полинациональном социально-психологическом пространстве .	205
<i>Грабовская С. Л., Карковская Р. И., Томчий О. Б.</i> Какие политики имеют шанс на благосклонность молодежи: диспозиционный ракурс	213
<i>Кобрисенко Д. О.</i> Политическая партия как референтное сообщество: между идентификацией и мобилизацией	226
<i>Мельникова В. В.</i> Особенности восприятия исторической информации в виртуальном пространстве	238
<i>Походенко С. В.</i> Интернет как фактор формирования образа президента	248
<i>Пудич С. А.</i> Психотехнологии в рекламе на местных выборах в Украине 2010 года	264
<i>Пуэртас С. Д. К.</i> Модуляция личностных ценностей как фактор формирования электорального выбора: результаты первичного исследования	271
<i>Скнар О. Н.</i> Политические практики субъектов политического взаимодействия: попытка классификации	279

ПОЛИТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ ОБЩЕСТВЕННЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ И РЕФОРМИРОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ

<i>Белавина Т. И.</i> Становление морально-правовых ориентаций у несовершеннолетних в условиях социально-экономического неравенства	291
<i>Коробанова О. Л.</i> Личностно-ролевая игра как психологическая технология формирования мотивации политического участия	298
<i>Крейдун Н. П., Кряж И. В., Луценко Е. Л., Павленко В. Н., Поливанова Е. Е.</i> Евроинтеграция Украины в представлениях современного студенчества	311
<i>Лисневская А. А.</i> Групповая дискуссия как инструмент конструирования у студентов представлений о медиаобразовании	323
<i>Лучинкина А. И.</i> Мифологический этап интернет-социализации	330
<i>Москаленко В. В.</i> Образ политической власти в сознании студентов	339
<i>Подгорная И. С.</i> Образ инновации: факторы формирования и обогащения	348
<i>Тохтамыш А. Н.</i> Психосемантическое отражение понятия “Болонский процесс” в его оценке преподавателями и студентами. Сравнительный анализ	357
<i>Фокина В. И.</i> Культурно-глобализационное измерение самоидентификации украинской молодежи	365

ПОЛИТИЧЕСКАЯ ПСИХОЛОГИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

<i>Бублик П. И.</i> Морально-психологические аспекты политического консультирования	375
<i>Волков Д. С., Лозовская И. М.</i> Задачи политического психолога по построению имиджа субъектов политической деятельности	386
<i>Кириченко В. В.</i> Дискретные этапы становления личностной идентичности работников в процессе профессиональной адаптации	394
<i>Милютина К. Л.</i> Трансформация идентичности личности в современном обществе	401
НАШИ АВТОРЫ	410

CONTENTS

THEORETICAL-METHODOLOGICAL PROBLEMS AND ACTUAL TASKS OF POLITICAL PSYCHOLOGY

<i>Volfovs'ka T. O.</i> Study of historical memory: the conceptual foundations.....	3
<i>Gorbunova V. V.</i> Methodological foundations of socio-psychological research of intersubjective interaction in teams	12
<i>Gubenko O. V.</i> Social and psychological aspects of the problem of contradictions in the process of social transformation.....	20
<i>Drozдов O. Yu.</i> The problem of classification of geopolitical reality representations	31
<i>Klimchuk V. O.</i> The structure of analyses of the motivational discourse of contemporary political environment.....	41
<i>Ovcharov A. O.</i> Role of personal factor in policy	50
<i>Ocheretyanyi A. A.</i> To the question of the subject of political psychology and other issues: methodological analysis attempt	57
<i>Petrun'ko O. V.</i> Reflexive management of innovations' image	68
<i>Poznyak S. I.</i> Conceptual foundations of studying social capital as a factor of civic involvement	75
<i>Plushch O. M.</i> Content validity of psychosemantic methods in political psychology	85
<i>Frolov P. D.</i> The image of public innovations: in search of universal semantic dimensions	97
<i>Chorna L. G.</i> Identity of a person: from group to individuality (methodological analysis)	108

PSYCHOLOGICAL FACTORS OF DEMOCRATIZATION OF POLITICAL LIFE AND DEVELOPMENT OF CIVIL SOCIETY

<i>Antsibor A. I.</i> The problem of becoming an outsider: the theory of psychodynamic systems of negative experience.....	119
<i>Blinova O. Ye.</i> Motivation of migrational behavior of individuals who plan employment abroad	129
<i>Vinkov V. Yu.</i> Methodological basics of the study of social capital among poor population	138

<i>Voynovs'ka O. O.</i> Psychological analysis of tending of adept's address to destructive cults considering individual and typological peculiarities of his personality (illustrated by NRO "Jehovah's Witnesses")	147
<i>Gubeladze I. G.</i> Poverty as a lifestyle in rural and urban environment: research program.....	154
<i>Matviyishyn A. M.</i> Deep psychological sources of destructive political behavior of individuals.....	161
<i>Novikova O. O., Nosko O. V.</i> Stress as a source of devaluation of the symbolic role of a city	169
<i>Panga M. V.</i> Developing author's semantic differential version for studying attitudes towards the national currency of the middle class representatives.....	176
<i>Yaremchuk O. V., Klyukova-Tsobenko V. O., Fokina V. I.</i> Male and female in ancient Slavonic tradition as a resource of "Self" and "We" integrity	183

**POLITICAL COMMUNICATION AND ELECTION CAMPAIGNS:
SOCIAL-PSYCHOLOGICAL REGULARITIES
AND PSYCHOTECHNOLOGICAL MECHANISMS**

<i>Batrachenko I. G.</i> State politics of information society development in Ukraine as a problem of political psychology.....	197
<i>Belavin S. P.</i> Peculiarities of youth communicative profile in poly-national social and political space	205
<i>Grabovs'ka S. L., Karkovs'ka R. I., Tomchiiy O. B.</i> What politicians have a chance to be in youth favour: dispositional foreshortening	213
<i>Kobrysenko D. O.</i> Political party as a referent community: between identification and mobilization	226
<i>Mel'nykova V. V.</i> Peculiarities of perception of historical information in virtual space	238
<i>Pokhodenko S. V.</i> The Internet as a factor of forming of president image.....	248
<i>Pudych S. O.</i> Psychotechnologies in advertising during the 2010 local elections in Ukraine	264
<i>Puertas S. D. K.</i> Modulation of personal values as a factor of the electoral choice forming	271
<i>Sknar O. M.</i> Political practices of the subjects of political interaction: attempt at classification.....	279

**POLITICAL-PSYCHOLOGICAL PROBLEMS OF SOCIALIZATION
OF YOUTH UNDER THE CONDITIONS OF PUBLIC
TRANSFORMATIONS AND EDUCATIONAL REFORMS**

<i>Belavina T. I.</i> Formation of minors' moral and law orientations in condition of social and economic inequality.....	291
<i>Korobanova O. L.</i> Person-role game as a psychological technology for forming of motivation of political participation	298
<i>Kreidun N. P., Kryazh I. V., Lutsenko Ye. L., Pavlenko V. N., Polivanova Ye. Ye.</i> Ukraine's European integration in the mental representations of modern students	311
<i>Lisnevs'ka A. O.</i> Group discussion as a tool of constructing of students' images of mediaeducation.....	323
<i>Luchynkina A. I.</i> Mythological stage of the Internet-socialization.....	330
<i>Moskalenko V. V.</i> Image of political power in students' consciousness..	339
<i>Pidgirna I. S.</i> Image of innovation: psychological factors of forming and enrichment.....	348
<i>Tokhtamysh O. M.</i> Psychosemantic representation of definition “The Bologna process” in estimation of lecturers and students: comparative analysis	357
<i>Fokina V. I.</i> Cultural-global dimension of Ukrainian youth self-identification	365

POLITICAL PSYCHOLOGY AND PROFESSIONAL ACTIVITY

<i>Bublik P. I.</i> Value-psychological aspects of political consulting.....	375
<i>Volkov D. S., Lozovskaya I. M.</i> Objectives of political psychologist in context of creation of the image of the subjects of political activity	386
<i>Kyrychenko V. V.</i> Discrete stages of employees' personal identity formation during professional adjustment.....	394
<i>Miliutina K. L.</i> Transformation of personal identity in modern society...	401
AUTHORS	410

Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави : зб. наук. праць / Асоціація політичних психологів України, Інститут соціальної та політичної психології НАПН України ; за заг. ред. М. М. Слюсаревського ; упоряд. Л. А. Найдьонова, Л. Г. Чорна. – К. : Золоті ворота, 2012. – Вип. 13. – 424 с.

Розглядаються теоретико-методологічні проблеми та актуальні завдання політичної психології на сучасному етапі її розвитку. Досліджуються психологічні чинники демократизації політичного життя, соціальних інновацій і трансформацій українського суспільства. Аналізуються феномени, пов'язані з процесами євроінтеграції, болонським процесом, медиаосвітою, інформаційною політикою держави: історична пам'ять, віртуальний простір особистості, соціальний капітал, бідність і аутсайдерство, ставлення до національної валюти, міграційна поведінка, уявлення про геополітичну реальність. Наведено результати вивчення соціально-психологічних закономірностей політичних комунікацій і виборчих кампаній в Україні, а також психологічних механізмів активності суб'єктів політичного простору; висвітлено теоретичні та практичні аспекти становлення ідентичності особи в громадсько-політичному просторі її діяльності. Значну увагу приділено політико-психологічним проблемам соціалізації молоді, формуванню особистості в контекстах глобалізації, полілінгвістичності, соціально-економічної нерівності, навчального та професійного розвитку, сільського і міського середовищ.

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

Рассматриваются теоретико-методологические проблемы и актуальные задачи политической психологии на современном этапе ее развития. Исследуются психологические факторы демократизации политической жизни, социальных инноваций и трансформаций украинского общества. Анализируются феномены, связанные с процессами евроинтеграции, болонским процессом, медиаобразованием, информационной политикой государства: историческая память, виртуальное пространство личности, социальный капитал, бедность и аутсайдерство, отношение к национальной валюте, миграционное поведение, представления о геополитической реальности. Приведены результаты изучения социально-психологических закономерностей политических коммуникаций и избирательных кампаний в Украине, а также психологических механизмов активности субъектов политического пространства; освещены теоретические и практические аспекты становления идентичности личности в общественно-политическом пространстве ее деятельности. Значительное внимание уделено политико-психологическим проблемам социализации молодежи, формированию личности в контекстах глобализации, полилингвистичности, социально-экономического неравенства, учебного и профессионального развития, сельской и городской среды.

Адресуется ученым, работающим в области политической психологии и смежных наук, преподавателям и студентам.

The papers discuss theoretical and methodological issues and actual tasks of political psychology at the present stage of its development. Psychological factors of democratization of country's political life, social innovations and transformations of Ukrainian society are studied. Phenomena related to the European integration process, the Bologna Process, media education, country's information politics, such as historical memory, virtual space of personality, social capital, poverty and outsidership, attitude to national currency, migration behavior, perceptions of geopolitical reality are analyzed. The results of the study of social and psychological patterns of political communication and election campaigns in Ukraine and psychological mechanisms of activity of subjects of political space are presented; theoretical and practical aspects of personal identity formation in civic and political areas of his/her activity. Particular attention is paid to political and psychological problems of youth socialization, personality formation in contexts of globalization, multilingvism, socio-economic inequality, educational and professional development, rural and urban environments.

The papers are addressed to the scientists, teachers and students active in different branches of political psychology and related sciences.

ББК 66.07+88.8

Наукове видання

**ПРОБЛЕМИ ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ
ТА ЇЇ РОЛЬ У СТАНОВЛЕННІ ГРОМАДЯНИНА
УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВИ**

Збірник наукових праць

Випуск 13

Редактор: *Т. А. Кузьменко*

Оператори: *І. П. Зубко, І. В. Микитенко, І. В. Трохимець*

Макет і технічна редакція *Л. П. Черниш*

Підписано до друку 20.11.2012 р. Формат 84x108/32. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк. 26,3.
Тираж 300 пр. Зам. № 290.

Видавництво “Золоті ворота”
Свідоцтво про внесення суб’єкта видавничої справи до державного реєстру
видавників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 3313 від 12.11.2008 р.
01014, м. Київ, вул. Бастіонна, 15, оф. 8
