

Моисеенко Карина, асп.,
Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова, Одесса

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ И РАЗВИТИЕ ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА ВО ВРЕМЯ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ

В статье обоснованы актуальность и перспективы изучения социализации личности и развития личностно-профессионального потенциала. Рассмотрены существующие подходы и предложена концепция оценки развития личностно-профессионального потенциала. В статье отмечается, что одной из задач социализации и развития потенциала личности является обеспечение становления профессионализма: оно начинается до ВУЗа и завершается после окончания обучения. Представлены полученные исследователем данные о личностно-профессиональной направленности и карьерной ориентации личности. Исследование базируется на выборке, в которой приняли участие ученики 11 класса, студенты и выпускники ВУЗа. Показана взаимосвязь личностно-профессионального потенциала с социализацией и реализацией индивида в различных сферах жизни.

Ключевые слова: социализация, личностно-профессиональный потенциал, развитие, личность, ориентация личности.

Moysenko Karina, post-graduate,
I. I. Mechnikov National University of Odessa, Odessa

SOCIALIZATION OF THE PERSONALITY, AND THE DEVELOPMENT OF PERSONAL AND PROFESSIONAL POTENTIAL DURING TIME IN COLLEGE

The article substantiates the relevance and prospects of studying socialization and the development of personal and professional potential. The article considers existing approaches and suggests the concept of assessment of the development of personal and professional potential (such as what?). The article also notes that one of the tasks of socialization and development of the potential in the individual is to ensure the formation of professionalism; starting before school and ending after graduation. The researcher obtained information about personal and professional focus, and career orientation of the personality. (obtained information from where?) The study is based on a sample in which pupils of the 11th class of students and graduates took part. The interrelation of personal and professional potential with the socialization and implementation of an individual in various spheres of life was demonstrated.

Keywords: socialization, personal and professional potential, development, personality, orientation of the individual.

УДК: 159.9.316.614

Ірина Остапенко, канд. психол. наук, наук. співроб.
Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ

ДОСЛІДЖЕННЯ КОМУНІКАТИВНИХ БАР'ЄРІВ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА ГРОМАДЯНСЬКОЇ САМОІДЕНТИФІКАЦІЇ МОЛОДІ

Стаття присвячена проблемі впливу комунікативних бар'єрів на процес національної та громадянської самоідентифікації молоді. Автором проаналізовано основні підходи до вивчення процесу самоідентифікації, розглянуто особливості визначення національної та громадянської ідентичності, визначено роль комунікативних бар'єрів у процесі національної та громадянської самоідентифікації молоді. Представлено результати емпіричного дослідження та визначено основні типи комунікативних бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації студентської молоді. Згідно з результатами дослідження встановлено, що домінуючим типом комунікативних бар'єрів національної самоідентифікації є змістово-операціональні, а соціальні та індивідуально-психологічні представлені менше. Серед бар'єрів громадянської самоідентифікації переважають індивідуально-психологічні, а соціальні та змістово-операціональні бар'єри представлені менше.

Ключові слова: національна самоідентифікація, громадянська самоідентифікація, комунікативні бар'єри, ідентичність.

Постановка проблеми. Становлення національної та громадянської ідентичності належить до кола проблем, які набувають особливої актуальності та суспільної значущості в нашій державі. Зазначена проблема має яскраво виражений міждисциплінарний характер. Саме тому вирішувати її науковці намагаються в різний спосіб: досліджують прояви етнічності в контексті національно-державної ідентифікації (Л. Аза), шукають напрями трансформації національної, етнічної та громадянської ідентичності через аналіз кризи попередніх ідентичностей (О. Майборода), виокремлюють "болючі точки" українського соціуму та нові пріоритети у формуванні національної та громадянської ідентичності (Л. Нагорна), намагаються аналізувати динаміку розвитку національної ідентичності та виокремлювати регіональні особливості її прояву (Т. Воропаєва), наголошують на необхідності осмислення нової національної та громадянської ідентичності (М. Маринович).

Однак при цьому спостерігається певний дефіцит уваги до вивчення процесу самоідентифікації та ролі комунікативних практик у ньому.

Основна **мета статті** полягає у визначенні специфіки впливу різних типів комунікативних бар'єрів на процеси національної та громадянської самоідентифікації молоді.

Для досягнення цієї мети ми вважаємо за доцільне спочатку розглянути особливості визначення національної та громадянської ідентичності, потім проаналізу-

вати основні підходи до вивчення процесу самоідентифікації та емпірично дослідити та визначити роль комунікативних бар'єрів у формуванні національної та громадянської ідентичності молоді.

Основна частина. Звертаючись до проблеми ідентичності, в першу чергу слід згадати праці Е.Еріксона. На його думку, ідентичність формується в процесі соціалізації особистості, тобто ідентичність – це соціалізована частина "Я". Почуття ідентичності, за Е.Еріксоном, народжується шляхом поступової інтеграції всіх ідентифікацій, тобто всіх соціально значущих моделей, звичок, рис характеру, занять, ідеалів реальних або вигаданих людей [17].

Саме тому нас в першу чергу цікавить саме процес самоідентифікації, сутність якого полягає у формуванні уявлень про себе самого як про самототожню, цілісну та унікальну особистість. При цьому ідентифікація розглядається нами як особливий тип особистісної активності [12; 13].

Ідентичність формується в умовах певного символічного культурного середовища і його необхідною умовою є співвіднесення себе з певною соціокультурною спільнотою та протиставлення іншій спільноті. Самоідентифікація стає можливою за умови усвідомлення не тільки зовнішніх відмінностей від інших, але й відмінності в культурно-інформаційному відношенні, що відбувається в ході засвоєння цінностей та норм певної со-

ціокультурної спільноти [3; 6]. Варто відзначити, що в умовах традиційного суспільства самоідентифікація не викликала особливих труднощів, бо мала місце незмінна належність людини до певної групи. Однак в інформаційному суспільстві самоідентифікація стає все більш складнодетермінованим процесом. Відбувається конкуренція національних та глобальних комунікативно-дискурсивних практик та цінностей. Якщо у індустріальному та частково постіндустріальному суспільствах більшість людей позиціонували себе тільки в межах національного соціального простору, то в інформаційному суспільстві під впливом глобалізаційних процесів відбувається "розширення ідентичності" за рахунок сприйняття загальноцивілізаційних цінностей.

В структурі ідентичності дослідники виокремлюють особистісну та соціальну складові (Дж. Мід, Ю. Хабермас та ін.), які відображають співвідношення соціальної детермінації ідентичності та самодетермінації особистості. Однією з соціальних ідентичностей є національна. Більшість дослідників виокремлюють такі основні риси національної ідентичності: 1) усвідомлення своєї приналежності до держави; 2) історична територія; 3) спільна історична пам'ять та міфологія; 4) спільна масова, громадська культура; 5) національна ідея та символіка [11; 20; 22].

На думку Е. Сміта, національна ідентичність за самою своєю суттю багатовимірна, її ніколи не можна звести до єдиного елемента і не можна легко або швидко прищепити населенню з допомогою штучних засобів. Нація означає культурні й політичні зв'язки, що об'єднують у єдину політичну спільноту всіх, хто має спільну історичну культуру та батьківщину. Нація покликана також розвивати соціальні зв'язки між індивідами та класами, створюючи набір спільних вартостей, символів і традицій. І, нарешті, чуття національної ідентичності стає могутнім засобом самовизначення й самоорієнтації індивіда у світі крізь призму колективної особистості та своєї самотутньої культури [14].

Громадянська ідентичність, на відміну національної, не має на увазі єдину культуру, одну ціннісну орієнтацію чи національну територію [16]. Процес ідентифікації себе як громадянина відбувається на індивідуальному і груповому рівнях. На індивідуальному рівні громадянська ідентифікація починається з формування уявлень про власні права, свободи і відповідальність. Ідентифікація на рівні малих груп пов'язана з усвідомленням єдності своїх інтересів з інтересами соціальних груп, з якими особа ідентифікується, а також спільним досвідом і моделями громадянської поведінки. На рівні великих груп громадянська ідентифікація виявляється в усвідомленні приналежності до спільноти громадян певної держави, об'єднаних суспільними цілями і цінностями. Громадянська самоідентифікація пов'язана з досягненням індивідом принципів інтеграції суспільства через залучення його до спільної справи, економічного та професійного просторів тощо [9].

Оскільки комунікація, на думку багатьох дослідників, – базовий соціальний процес, спосіб людського існування, то логічно було б приділити більше уваги його ролі в процесі самоідентифікації. Процеси комунікації та самоідентифікації є тісно пов'язаними та взаємообумовленими, оскільки ідентифікація себе та презентація себе іншим є умовами комунікації та спільної діяльності людей, і, в свою чергу, комунікація – формуючий процес, що безпосередньо впливає на зміст та характер самоідентифікації. Комунікація – процес, в якому ми конструємо не тільки свою соціальну реальність, але й своє власне "я". Представники соціальних підходів до комунікації, продовжуючи традиції символічного інтера-

кціонізму розглядають "сприйняття себе" не як фіксоване внутрішнє утворення, а як соціально-культурний конструкт, що постійно модифікується в залежності від того, з ким і як ми вступаємо в стосунки [18; 19; 21].

Будь-який комунікативний процес носить трансактивний характер, тобто будь-який суб'єкт комунікації одночасно є відправником та отримувачем повідомлення. Крім того, цей процес включає в себе, крім теперішнього (конкретної ситуації спілкування), ще й минуле (досвід), а також проєкується в майбутнє [22].

Комунікативна проблема включає дослідження мовних структур, понятійного апарату, засобів і способів комунікації і т. ін. Вони, в свою чергу, пов'язані з проблемами розуміння, перекладу, правильного тлумачення та переносу смислів, інтерпретації. Комунікація – смисловий аспект соціальної взаємодії. Ідеальна комунікація, за Ю. Хабермасом – це комунікація як поєднання раціональності, етики і свободи. На його думку, чим менше у взаємодії підміни знаків, симуляції і маніпуляції – тим раціональнішою буде комунікація і тим легшим буде життя людей [19].

В епоху постмодерну, якій властиві ціннісний релятивізм, полісемантичність, визнання відносності інтерпретацій, невідрефлексованість життєвого досвіду тощо, мова стає єдиною доступною реальністю, і ми живемо у реальності, створеній мовою, інформацією, і комунікацією, а отже знаки вже не репрезентують щось матеріальне, а лише симулюють (обман як певна гра). Як відзначали Ж. Бодрійяр і Р. Барт, всі форми комунікації засновані на виробництві й споживанні знаків [19]. На думку Ю.Ю. Калиновського, у сучасних умовах не існує чіткого поділу між реальністю й символічним відображенням. У всіх суспільствах людство існувало в символічному середовищі й діяло через нього. Тому історично специфічним у новій комунікаційній системі, організованій навколо електронної інтеграції всіх видів комунікації є не формування віртуальної реальності, а побудова реальної віртуальності. Віртуальний означає можливий, такий, що може або повинен з'явитися за певних умов. Відповідно, реальний – це фактично існуючий. Реальність, так, як вона переживається, завжди була віртуальною – вона фіксувалася через символи, які завжди наділяють практику деяким значенням, що відхиляється від їхнього суворого семантичного визначення [8].

Фактично будь-які соціальні відносини, в тому числі й політичні, опосередковані, "занурені" у комунікаційну систему, що має національний та глобальний рівні. Саме через цю систему ретранслюються символи політики від одних суб'єктів до інших, що забезпечує, до певної міри, схоже сприйняття політичних процесів серед учасників інтерсуб'єктивної взаємодії. З точки зору відомого дослідника М. Кастельса, комунікаційна система – це система, в якій сама реальність (тобто матеріально/символічне існування людей) повністю схоплена, повністю занурена у віртуальні образи, у вигаданий світ, світ, у якому зовнішні відображення перебувають не просто на екрані [8].

Символічна реальність і комунікаційна система являють собою на нинішньому етапі розвитку людства єдину систему, що опосередковує, спрямовує і репрезентує будь-які види діяльності у соціальному просторі. Як зазначає В. Речицький, символічна реальність являє собою простір людської свідомості й уяви, в якому всі предмети й явища навколишньої дійсності виступають як образи, знаки і символи, за допомогою яких ми організуємо свою активність й за допомогою яких здійснюється наша взаємодія з іншими людьми й навколишнім природним середовищем [8].

За допомогою знаків та символів мови формуються константи суспільної та індивідуальної політичної (громадянської, національної) свідомості й напрацьовуються можливі сценарії поведінки. У раціональній комунікації основним є смислове навантаження і зміст співвідноситься із смислом, що уможливорює взаєморозуміння членів спільноти. У постраціональній комунікації основним є знакове та символічне конструювання мовних форм і засобів комунікації, зв'язок між змістом і смислом може бути втрачений. Тоді, коли виникають будь-які викривлення смислів, мають місце комунікативні бар'єри, які ми розуміємо як утруднення або перешкоду для ефективного спілкування, що веде до викривлення смислу.

Якщо виходити з того, що будь-яка інформація, яка надходить до людини, несе в собі елементи впливу на її поведінку, думки та бажання з метою змінення їх, то в цьому сенсі комунікативні бар'єри – це форма психологічного захисту. Тобто комунікативні бар'єри ніби захищають нас від стороннього психічного впливу, що виникає в процесі обміну інформацією між учасниками спілкування.

Враховуючи складність та надзвичайну динамічність комунікативних процесів, існує велика кількість підходів до класифікації комунікативних бар'єрів.

Г. Гібш і М. Форверг вважають, що бар'єри виникають тоді, коли між комунікантами немає зворотного зв'язку, коли партнери не розуміють один одного, коли бракує необхідних контактів. Дослідники розрізняють бар'єри, зумовлені соціальними стосунками між партнерами по комунікації (наприклад, керівник – підлеглий) або породжені змістом і формою мовлення (зокрема, його стилем, багатослівністю) [5].

В цілому, більшість авторів виокремлюють два типи комунікативних бар'єрів: зовнішні (вплив ситуації, зовнішніх обставин) і внутрішні (особистісні утворення). Так, В. М. Куніцина описує дві групи труднощів. До першої належать суб'єктивні: вони переживаються приховано, не завжди виявляються в конкретній соціальній взаємодії, не очевидні для партнера по спілкуванню. Друга група охоплює об'єктивні труднощі – ті, що виявляються в умовах безпосереднього спілкування; вони знижують його успішність і позбавляють комунікантів почуття задоволення від спілкування [10].

Б. Поршнев виокремлює три типи комунікативних бар'єрів, котрі різняться за ступенем прозорості: уникання, авторитет, нерозуміння. Мова йде про те, що за своєю психологічною природою комунікативний бар'єр є механізмом захисту від небажаної інформації. Психологічна перепона, яку реципієнт встановлює на шляху небажаної, стомлюючої або небезпечної інформації, може бути в різній мірі прозорим [5].

Оскільки причини комунікативних бар'єрів можуть міститися в змістовних та формальних характеристиках самого повідомлення (фонетичних, стилістичних, семантичних), а також в логіці його побудови, то є необхідність розглянути ще й такі бар'єри.

Логічний бар'єр виникає тоді, коли партнери не знаходять спільної мови. Тобто кожна людина бачить ситуацію, проблему, яка обговорюється, зі своєї позиції, яка може відрізнятися від позиції партнера. Крім того, одні ті ж слова в тій чи іншій ситуації можуть мати зовсім різний сенс, який завжди є індивідуально-особистісним і може бути незрозумілим тому, хто слухає. Подолати логічний бар'єр, як вважають спеціалісти, можна тільки одним шляхом: "іти від партнера", тобто намагатися зрозуміти те, як він будує свої умовиводи та в чому полягають відмінності.

Фонетичний бар'єр, тобто перешкода, яка створюється особливостями мови того, хто говорить, виникає тоді, коли учасники комунікативного процесу говорять на різ-

них мовах та діалектах, мають суттєві дефекти мови та дикції, спотворену граматичну побудову висловлювань. Цей бар'єр можуть створити також невиразне мовлення, занадто швидка або занадто голосна розмова.

Семантичний бар'єр виникає через відсутність збігів в системах значень партнерів по комунікації – тезауруса. Іншими словами, він має місце тоді, коли партнери користуються одними й тими ж знаками (і словами теж) для позначення зовсім різних речей. Семантичний бар'єр – це, по-перше, проблема жаргону й сленгу; по-друге, він спричинюється обмеженням лексики у одного із співбесідників; по-третє, його причинами можуть бути соціальні, культурні, психологічні, національні, релігійні, професійні, групові та інші особливості спілкування.

Т. Дрідзе використовує назву "ефект смислових ножиць" для позначення семантичного бар'єру і досліджує комунікативні ситуації, в яких виникає цей ефект: 1) очевидна невідповідність між мовними засобами, які використовує комунікатор, і мовними ресурсами реципієнта; 2) розбіжність виникає ще раніше – на етапі втілення думок в слова; 3) взаєморозумінню заважають певні індивідуальні особливості реципієнта, перш за все здатність оперувати мовою як засобом мислення. Разом з тим, з того, що кожна людина має неповторний досвід, освіту, своє коло спілкування, а відповідно, і неповторний тезаурус, зовсім не обов'язково робити висновок, що взаєморозуміння неможливе [5].

Стилістичний бар'єр виникає при невідповідності стилю мовлення комунікатора та ситуації спілкування чи стилю мовлення й актуального психологічного стану реципієнта. Наприклад, партнер може не сприйняти критичне зауваження співбесідника, тому що воно було сказане в дружній манері. Тобто стиль може бути недоречним, занадто складним, не відповідати комунікативній ситуації та намірам партнера.

Дослідники радять дотримуватись двох основних прийомів структурування інформації (мова йде перш за все про ділову сферу): правила рамки і правила ланцюжка. Суть правила рамки полягає в тому, що початок і кінець (цілі, наміри, перспективи, результати і висновки) будь-якої розмови слід чітко окреслити, адже вони в інформаційному ряду запам'ятовуються краще. Правило ланцюжка визначає "внутрішнє" структурування комунікативного процесу. Мова йде про те, що необхідна для аналізу проблеми інформація має утворювати ланцюжок, в який повідомлення об'єднані за певними ознаками. Дуже важливою є і послідовність викладу всієї інформації в цілому.

Стилістичний бар'єр між партнерами в таких умовах спричинює неправильна організація повідомлення. Вважається, що повідомлення сприймається краще, якщо воно побудоване таким чином: 1) від уваги до інтересу; 2) від інтересу до основних положень; 3) від основних положень до заперечень і питань; 4) відповіді, висновки, підведення підсумків.

Визначення комунікативного бар'єра як абсолютної або відносної перешкоди для ефективного спілкування, що суб'єктивно переживається або реально має місце в ситуації спілкування, належить О.В. Залюбовській. Причиною виникнення такої перешкоди дослідниця вважає мотиваційно-операціональні, індивідуально-психологічні та соціально-психологічні особливості партнерів по спілкуванню. Дослідниця виокремлює комунікативні бар'єри, які перешкоджають взаємодії та успішному спілкуванню (на стадії налагодження контакту це недостатнє володіння соціальними техніками, навичками, уміннями), і психологічні бар'єри, які перешкоджають взаєморозумінню та ускладнюють взаємодію (забобони, соціальні стереотипи тощо) [4].

З огляду на завдання нашого дослідження, дуже продуктивно видається класифікація комунікативних бар'єрів за специфікою факторів, що їх породжують.

Зокрема, Р. П. Козлова виокремлює у комунікативних бар'єрах трирівневу структуру. Дослідниця виділяє зовнішні, внутрішні і змістово-операціональні фактори. До першої групи факторів вона відносить соціальні (особливості соціальної належності партнерів по спілкуванню), соціокультурні (норми, правила), інформаційні, ідеологічні (світогляд) фактори. Друга група об'єднує такі внутрішні фактори, як індивідуально-психологічні особливості особистості (принцип нереалізованих і пригнічених мотивів), а також невідповідність особистісно значущих смислів соціальним вимогам. До третьої – змістово-операціональної – групи факторів належать деструктивні утворення змістової та операціональної сторін спілкування (характеристика направленості спілкування особистості, вибір способів і засобів спілкування, адекватність розуміння змісту спілкування його учасниками) [2].

С. В. Дев'ятко вважає, що цими факторами виступають різноманітні соціально-психологічні явища, які він об'єднав у три групи:

1. *Соціоперцептивні викривлення*: формування уявлення про іншого за аналогією із собою; вплив загального враження про людину на сприймання її окремих властивостей; сприймання окремої людини крізь призму стереотипу (ефект стереотипізації); прагнення до створення несуперечливого образу; формування неадекватного образу людини внаслідок впливу певної послідовності отримання інформації про неї.

2. *Неадекватно обрані засоби комунікативного впливу*: ігнорування зворотного зв'язку; повідомлення партнерові по спілкуванню інформації в термінах, які він

не може декодувати; брак у комунікації аргументів, здатних вплинути на поведінку партнера; відсутність спільного розуміння предмета і ситуації спілкування; невідповідність між метою і засобами комунікації; неузгодженість між вербальними і невербальними засобами комунікації.

3. *Неадекватно обрані засоби організації спільної діяльності*: невідповідність стилю організаційного впливу меті і змістові спільної діяльності; неадекватна ієрархія цілей спільної діяльності; нераціональний розподіл функцій між виконавцями в процесі спільної діяльності; погано організований контроль за досягненням проміжної мети; невміння гнучко реагувати на зміну ситуації шляхом формування нових адекватних завдань [2].

Для визначення основних комунікативних бар'єрів, які виникають в процесі національної та громадянської самоідентифікації студентської молоді, нами було проведено спеціальне емпіричне дослідження.

Провідним методом дослідження було обрано глибинне інтерв'ю, процедура якого була розроблена відповідно до вимог, представлених у працях вітчизняних [1; 15] та зарубіжних науковців [7].

Дослідження проводилося протягом 2016 р. серед студентів вищих навчальних закладів м. Києва, які навчаються за спеціальностями технічного, природничого та гуманітарного профілю (загальний обсяг вибірки – 146 осіб, з них 74 жіночої статі та 72 чоловічої статі). При обробці результатів дослідження використовувався якісно-кількісний контент-аналіз [4; 10].

Аналіз результатів емпіричного дослідження дозволив визначити основні види комунікативних бар'єрів, які, на думку досліджуваних, виникають в процесі національної самоідентифікації молоді (рис. 1).



Рис. 1. Основні бар'єри національної самоідентифікації (%) (за результатами якісно-кількісного контент-аналізу)

Таким чином, нам було попередньо встановлено, що до основних комунікативних бар'єрів національної самоідентифікації молоді належать:

1) *агресивна патріотична пропаганда* (має нав'язливий характер та ображає почуття представників інших національностей, тому має зворотній ефект, не викликаючи патріотичних почуттів);

2) *відсутність національної ідеї*, що об'єднала б навколо себе, відсутність місії українців як нації (зазвичай використовуються гасла приєднання до когось:

"їдемо в Європу",
приєднуємося Митного союзу тощо);

3) *неналежна мовна та культурна політика*, що проводиться неграмотно (зазвичай або не має ефекту взагалі, або ефективна тільки для певних категорій громадян переважно старшого віку);

4) *перекручування історії* (неправдиве висвітлення історичних подій, що принижує українців як націю);

5) *радянський менталітет* (ностальгія за радянським минулим, бажання його повернути та відмова ідентифікувати себе як українця); ворожа пропаганда (таке висвітлення подій в ЗМІ інших держав, що транслюються в Україні, за якого українці завжди виглядають непривабливо);

6) *особливості сімейного виховання* (відсутність національних культурно-історичних традицій виховання);

7) *релігійна розрізненість* (належність до іншої релігії, що заважає ідентифікувати себе як українця);

8) *комплекс меншовартості*, або "молодшого брата" (інші нації сприймаються як успішніші і є більш привабливим об'єктом ідентифікації);

9) *глобалізація, космополітизм* (усвідомлення себе перш за все "людиною без нації, громадянином світу");

10) *мовний бар'єр* (вживається в різних значеннях: а) вимога ділового спілкування державною мовою сприймається як обмеження права спілкуватися рідною мовою (наприклад, російською); б) почуття сорому в процесі спілкування рідною мовою – "соромно спілкуватися українською", тому переходять на російську; в) неможливість спілкуватися українською мовою в російськомовному середовищі або навпаки, тощо).

Водночас аналіз результатів емпіричного дослідження дозволив визначити основні види комунікативних бар'єрів, які, з точки зору досліджуваних, виникають в процесі громадянської самоідентифікації молоді (рис. 2).

Бар'єри громадянської ідентичності (%)

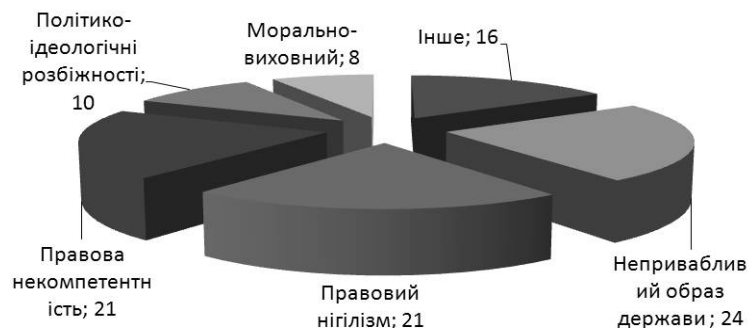


Рис. 2. Основні бар'єри громадянської самоідентифікації (%) (за результатами якісно-кількісного контент-аналізу)

В процесі дослідження нами було попередньо встановлено, що основними комунікативними бар'єрами громадянської самоідентифікації молоді виступають:

1) *непривабливий образ держави* (не викликає бажання бути громадянином України);

2) *правовий нігілізм* (усталена практика не керуватися нормами права в нашій державі);

3) *правова некомпетентність* (спричиняє відсутність громадянської відповідальності);

4) *політико-ідеологічні розбіжності* (нерозуміння та неприйняття політики державної політики);

5) *морально-виховний* (відсутність традицій виховання правової самосвідомості).

Таким чином, проведене емпіричне дослідження дозволило визначити основні види комунікативних бар'єрів, які виникають в процесі національної та громадянської самоідентифікації студентської молоді.

Аналіз виявлених комунікативних бар'єрів за специфікою факторів, що їх породжують, дозволяє стверджувати, що серед бар'єрів національної самоідентифікації домінують змістово-операціональні (насамперед такі як: агресивна патріотична пропаганда, неналежна мовна та культурна політика, перекручування історії, ворожа пропаганда, сімейне виховання, відсутність національної ідеї). Також попередньо встановлено, що вплив індивідуально-психологічних особливостей (радянський менталітет, комплекс меншовартості, глобалізація, космополітизм) та соціальних бар'єрів (релігійна розрізненість) на процес національної самоідентифікації менший. Серед бар'єрів громадянської самоідентифікації переважають індивідуально-психологічні (правовий нігілізм, правова некомпетентність, морально-виховний). Водночас, соціальні бар'єри (політико-ідеологічні розбіжності) та змістово-операціональні бар'єри (непривабливий образ

держави) менше впливають на процес громадянської самоідентифікації молоді. Однак, з нашої точки зору, встановлені особливості не варто абсолютизувати. Зазначені припущення відносно впливу різних типів комунікативних бар'єрів на процеси національної та громадянської самоідентифікації молоді потребують додаткової перевірки на розширеній вибірці.

Відзначимо, що виокремлені комунікативні бар'єри можуть бути трансформовані за рахунок розвитку рефлексивних механізмів структурування дискурсу соціальної взаємодії в умовах тренінгу, що сприятиме становленню національної та громадянської самоідентифікації молоді [8].

На підставі аналізу результатів проведеного дослідження ми дійшли до таких **висновків**:

1. Самоідентифікація – це процес формування уявлень про себе самого як про самототожню, цілісну та унікальну особистість, тобто набуття особистістю власної ідентичності. Ідентичність формується в умовах певного символічного культурного середовища і його необхідною умовою є співвіднесення себе з певною соціокультурною спільнотою та протиставлення іншій спільноті.

2. В структурі ідентичності виокремлюють особистісну та соціальну складові, які відображають співвідношення соціальної детермінації ідентичності та самодетермінації особистості. Національна ідентичність є однією з соціальних ідентичностей. Основними рисами національної ідентичності є: 1) усвідомлення своєї приналежності до держави; 2) історична територія; 3) спільна історична пам'ять та міфологія; 4) спільна масова, громадська культура; 5) національна ідея та символіка. Громадянська самоідентифікація пов'язана з осягненням індивідом принципів інтеграції суспільства через залучення його до спільної справи, економічного та професійного просторів.

Процес ідентифікації себе як громадянина відбувається на індивідуальному і груповому рівнях.

3. Завдяки проведеному емпіричному дослідженню, нами було визначено основні види та типи комунікативних бар'єрів, які виникають в процесі національної та громадянської самоідентифікації студентської молоді. Серед бар'єрів національної самоідентифікації домінують змістово-операціональні (насамперед такі як: агресивна патріотична пропаганда, неналежна мовна та культурна політика, перекошування історії, ворожа пропаганда, сімейне виховання, відсутність національної ідеї). Також попередньо встановлено, що вплив індивідуально-психологічних особливостей (радянський менталітет, комплекс меншовартості, глобалізація, космополітизм) та соціальних бар'єрів (релігійна розрізненість) на процес національної самоідентифікації менший. Серед бар'єрів громадянської самоідентифікації переважають індивідуально-психологічні (правовий нігілізм, правова некомпетентність, морально-виховний). Водночас, соціальні бар'єри (політико-ідеологічні розбіжності) та змістово-операціональні бар'єри (непривабливий образ держави) менше впливають на процес громадянської самоідентифікації молоді. Однак, з нашої точки зору, встановлені особливості не варто абсолютизувати. Зазначені припущення відносно впливу різних типів комунікативних бар'єрів на процеси національної та громадянської самоідентифікації молоді потребують додаткової перевірки на розширеній вибірці.

Перспективи подальших досліджень полягають у більш детальному вивченні регіональної специфіки прояву комунікативних бар'єрів національної та громадянської самоідентифікації молоді на розширеній вибірці. За результатами дослідження передбачається розробка технологій трансформації комунікативних бар'єрів в умовах тренінгу, що сприятиме становленню національної та громадянської самоідентифікації молоді.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Белановский С. А. Индивидуальное глубокое интервью / С.А. Белановский. – М.: Никколо-Медиа, 1993. – 320 с.
2. Водолажская Т. Идентичность гражданская / Т. Водолажская // Образовательная политика. – 2010. – № 5–6. – С. 140–142.
3. Гофман И. Ритуал взаимодействия: очерки поведения лицом к лицу / И. Гофман. Пер. с англ. С. С. Степанов, Л. В. Трубицына. Под ред. Н. Н. Богомоловой и Д. А. Леонтьева. – М.: Смысл, 2009. – 319 с.
4. Залюбовская Е. В. Преодоление коммуникативных барьеров в русле совместной деятельности : автореф. дис. ... канд. психол. наук : Е. В. Залюбовская. – М., 1984. – 19 с.

5. Засади когнітивної психології спілкування: [монографія] / В. П. Казміренко, В. М. Духнович, О. Ю. Осадко та ін.; за наук. ред. В. П. Казміренка; НАПН України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. – 390 с.
6. Лысак И. В. Особенности самоидентификации человека в условиях современного общества / И. В. Лысак // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2008. – № 6. – С. 37–42.
7. Мертон Р. Фокусированное интервью / Р. Мертон, М. Фиске, П. Кендалл. – М., 2000. – 167 с.
8. Калиновский Ю. Ю. Коммуникативно-дискурсивная парадигма у современных политических исследований / Ю. Ю. Калиновский // Сучасне суспільство. – 2012. – Вип. 2. – С. 12–18. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/cuc_2012_2_4
9. Кармазіна М. С. Ідентичності у сучасному науковому дискурсі / М. С. Кармазіна // Наукові записки Інституту політичних і етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса. – 2013. – Вип. 3(65). – С. 4–29.
10. Куницина В. Н. Нарушения, барьеры, трудности межличностного неформального общения / В. Н. Куницина // Актуальные проблемы психологической теории и практики: сб. статей С.-Петерб. гос. ун-та / под ред. А. А. Крылова. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1995. – С. 86–94.
11. Орлова Э. А. Концепция идентичности/идентификации в социальном научном знании / Э. А. Орлова // Вопросы социальной теории. – 2010. – Т. IV. – С. 87–111.
12. Остапенко І. В. Аналіз особливостей професійної ідентифікації як типу особистісної активності / І. В. Остапенко // Українська психологія: сучасний потенціал: Матеріали Четвертих Костюківських читань. – В 3-х томах. – К., 1996. – Т. II. – С. 294–300.
13. Остапенко І. В. Розвиток рефлексивних механізмів структурування дискурсу взаємодії з владою в умовах тренінгу / І. В. Остапенко, О.П. Соснюк // Збірник наукових статей Київського міжнародного університету й Інституту соціальної та політичної психології НАПН України. Серія: "Психологічні науки: проблеми і здобутки". – Вип. 8. – К.: КИМУ, 2015. – С. 185–201.
14. Сміт Е. Д. Національна ідентичність / Ентоні Д. Сміт. – К.: Основи, 1994. – 224 с.
15. Соснюк О. П. Діагностика особливостей особистісної активності суб'єктів інноваційної діяльності якісними методами / О. П. Соснюк. – Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України. – Т. 7. – Вип. 16. – К., 2008. – С. 163–168.
16. Умови громадянства: 36. ст. / Під редакцією В. ван Стінбергена: Пер. з англ., передмова та примітки Іваненко О. О. – К.: Український Центр духовної культури, 2005. – 264 с. – С. 49–70.
17. Эрикссон Э. Идентичность: юность и кризис / Эрик Эрикссон. – М.: Издательская группа "Прогресс", 1996. – 344 с.
18. Яблонская Т. Н. Особенности идентичности "благополучных" и "проблемных" подростков и старшеклассников / Т. Н. Яблонская // Вестник Пермского университета. – Серия: "Философия. Психология. Социология". – Вип. 3(15). – Пермь, 2013. – 196 с. – С. 123–132.
19. Leeds-Hurwitz W. Introducing social approaches / W. Leeds-Hurwitz // Social approaches to communication / Ed. by W. Leeds-Hurwitz. – NY: Gilford, 1995. – Pp. 3–20.
20. Mead G. H. Mind, Self, and Society / G. H. Mead. – Chicago: TheUniversity of ChicagoPress, 1934.
21. Tajfel H. Social categorization and intergroup behavior / H. Tajfel, C. Fignment, M. Billig, R. Bundy // Europ. J. of Soc. Psychol. – 1971. – № 1. – P. 149–177.
22. Wood J. T. Interpersonal Communication: Everyday Encounters (3rd ed.) / J. T. Wood. – Belmont, CA: Wadsworth, 2002.

Стаття надійшла до редколегії 16.11.16

Остапенко Ирина, канд. психол. наук, научн. сотр.,
Институт социальной и политической психологии НАПН Украины, Киев

ИССЛЕДОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННЫХ БАРЬЕРОВ НАЦИОНАЛЬНОЙ И ОБЩЕСТВЕННОЙ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Статья раскрывает проблему влияния коммуникативных барьеров на процесс национальной и гражданской самоидентификации молодежи. Автор проанализировала основные подходы к изучению процесса самоидентификации, рассмотрела особенности определения национальной и гражданской идентичности, определила роль коммуникативных барьеров в процессе национальной и гражданской самоидентификации молодежи. Представлены результаты эмпирического исследования и определены основные типы коммуникативных барьеров национальной и гражданской самоидентификации студенческой молодежи. Согласно результатам исследования установлено, что доминирующим типом коммуникативных барьеров национальной самоидентификации являются содержательно-операциональные, а социальные и индивидуально-психологические представлены меньше. Среди барьеров гражданской самоидентификации преобладают индивидуально-психологические, а социальные и содержательно-операциональные барьеры представлены меньше.

Ключевые слова: национальная самоидентификация, гражданская самоидентификация, коммуникативные барьеры, идентичность.

Ostapenko Iryna, PhD, researcher,
Institute of Social and Political Psychology of The National Academy of Pedagogical Sciences of Ukraine, Kyiv

THE RESEARCH OF COMMUNICATION BARRIERS OF NATIONAL AND CIVIC SELF-IDENTIFICATION

The article is devoted to the problem of the impact of communicative barriers on the process of national and civic self-identification of youth. The author analyzed main approaches to study of the self-identification, the peculiarities of national and civic identity, as well as the role of communication barriers in national and civic self-identification of youth and also presented the results of empirical research and identified main types of communication barriers of national and civic self-identification of students. According to research results author defined that among communication barriers of national self-identification are dominate content-operational barriers, but individual psychological and social barriers are less there. Among communication barriers of civic self-identification are dominate individual psychological barriers, but content-operational barriers and social barriers are less there.

Keywords: national self-identification, civic self-identification, communication barriers, identity.