

12. *Смирнов С. Д.* Мир образов и образ мира / С. Д. Смирнов. // Вестник Московского университета. Серия 14: Психология. – 1981. – №2. – С. 15–29.
13. *Соловьев А. И.* Политический дискурс. Коммуникация и культура: противоречия поля политики / А. И. Соловьев // Полис. – 2002. – №6. – С. 6-17.
14. *Танчер В.* Культуральна соціологія: “сильна програма” досліджень смислів соціального життя / В. Танчер, Л. Скокова // Соціологія: теорія, методи, маркетинг. – К., 2009. – №4. – С. 19-42.
15. *Филлипс Л.* Дискурс-анализ. Теория и метод : пер. с англ. / Л. Филлипс, Л. В. Йоргенс. – 2-е изд., испр. – Х. : Гуманитарный центр, 2008. – 352 с.

Жадан И. В. Взаимодействие субъектов социализации как фактор структурирования политической картины мира студенческой молодежи: теоретическая модель исследования

Изложены теоретико-методологические принципы исследования взаимодействия субъектов политической социализации. Предложена теоретическая модель исследования, которая включает факторы и параметры оценивания взаимодействия политических интересов, запросов и влияний субъектов политической социализации, а также основные элементы и особенности политической картины мира, на основе которых можно определить степень ее структурированности.

Ключевые слова: политическая социализация, взаимодействие, политическая картина мира, дискурс, парадигмальный подход.

Zhadan I. V. Socialization subjects' interaction as a factor of structuring students' political world view: theoretical research model

The article presents theoretical and methodological foundations of investigating political socialization subjects' interaction. The proposed theoretical model of the research includes factors and parameters for evaluation of interaction of political socialization subjects' political interests, inquiries and influences as well as key elements and specific features of the political picture of the world on the basis of which the degree of its structural unity can be determined.

Key words: political socialisation, interaction, political picture of the world, discourse, paradigm approach.

© Жадан И. В.

С. В. Баранова, О. М. Васильченко

**УЯВЛЕННЯ МОЛОДІ ПРО ВМІННЯ ТА НАВИЧКИ
ПОЛІТИЧНОЇ УЧАСТІ**

Представлено результати емпіричного дослідження уявлень молоді про навички та вміння, необхідні для політичної участі, і про основних суб'єктів політичної діяльності. Проведено реконструкцію однієї із форм соціальних уявлень – стереотипних образів-типажів. Виділено три фактори семантичного простору, що описує й

диференціює уявлення молоді про психологічні особливості типового носія політичної активності; фактори дістали назву: егоцентризм, цілепокладання, конформізм. Оцінено ролі-прототипи суб'єктів політичної активності.

Ключові слова: соціальне уявлення, образ-типаж, роль-прототип, семантичний простір, політична участь, навички, уміння.

Проблема. Побудова громадянського суспільства передбачає формування у громадян, зокрема молоді, належного рівня навичок соціальної взаємодії та політичної активності. Цілеспрямоване формування умінь та навичок політичної участі вимагає науково обґрунтованих технологій. Згідно із завданням наукового дослідження лабораторії психології політичної участі ІСПП НАПНУ розроблення програми формування вмінь та навичок політичної участі відбувалося в три етапи: теоретичне обґрунтування, емпіричне обґрунтування та власне розроблення інструментарію, технік і технологій. На етапі емпіричного обґрунтування вивчалися уявлення молоді про значення якостей і вмінь для політичної участі.

Мета статті: представити результати дослідження соціальних уявлень молоді про навички та вміння політичної участі, а також про основних суб'єктів політичної діяльності

Для вивчення уявлень студентської молоді про значення якостей, навичок і вмінь для політичної участі та з'ясування, відповідно, уявлень про основних суб'єктів політичної участі ми застосували метод семантичного диференціала. Ідея семантичного підходу до аналізу продуктів самосвідомості викликає інтерес як у зарубіжних, так і у вітчизняних дослідників [1–3]. Результатом застосування психолінгвістичних методів аналізу є встановлення семантичних зв'язків значень, які постають у згорнутому вигляді як семантичні компоненти значень. Формою фіксації семантичних зв'язків є семантичні поля, тезауруси тощо. У сучасній психосемантиці як основний метод використовують реконструкцію суб'єктивних семантичних просторів – багатомірних, на відміну від одномірного семантичного поля, моделей семантичної організації.

Семантичним простором називається сукупність певним чином організованих ознак, що описують і диференціюють об'єкти (значення) певної змістової сфери. При цьому виділяється правило групування окремих ознак (дескрипторів) у більш місткі категорії, які і є похідним “алфавітом” цієї редукованої мови – семантичного простору. У більш вузькому значенні семантичним простором називається простір ознак, для яких правила поєднання окремих ознак-дескрипторів задаються статистичними процедурами. У математичному аспекті побудова се-

мантичного простору є переходом від базису більшої розмірності (ознаки-описи) до базису меншої розмірності (категорії, фактори). У семантичному аспекті категорії-фактори являють собою форму узагальнення похідної мови опису, метамову опису значень. Це дає змогу розглядати й описувати значення у фіксованому “алфавіті” категорій-факторів, виявляти їхню подібність або відмінності тощо.

Завданням цього етапу дослідження була реконструкція однієї із форм соціальних уявлень – стереотипних образів-типажів (а саме їхніх рольових позицій) – і відтворення семантичного простору, в якому ці рольові позиції розташовуються за певними критеріями (що задаються факторами або кластерами). Рольова позиція, на відміну від образу-типажу, є не тільки схематизованим уявленням про особистість, характер і спосіб поведінки персонажа в повсякденному житті, а й узагальненим способом поведінки, поведінковим еталоном, яких очікують від персонажа як представника певної соціальної категорії або групи.

Розробляючи методику, ми виходили з таких теоретичних положень:

1. Картина світу суб'єкта як представника різних соціальних груп містить когнітивні й аксіологічні компоненти. Свідомість людини гетерогенна – системотвірними факторами свідомості є соціальні “належності” суб'єкта (вікова, статеві, професійна, сімейна, політична, релігійна, культурна та ін.). Значущість цих факторів різна в різних змістових шарах буденної свідомості, диференціювати їхній вплив можна лише на основі спеціально організованого багатофакторного дослідження.

2. Свідомість людини поліфонічна і діалогічна. Якості, риси, вчинки як самого себе, так і інших оцінюються з позицій значущих інших. Місце образу “Я” в системі інтеріоризованих значущих інших і їхніх ціннісних орієнтацій визначає не тільки уявлення людини про своє місце в житті, а й уявлення про відповідність або невідповідність її буття міркам, що задаються різними рольовими позиціями.

3. За рахунок ідентифікації людина, з одного боку, набуває властивостей інших, а з другого, бачить в інших усе більше рис власного “Я”. Можливість ідентифікації передбачає існування психологічної близькості з прототипним членом групи.

4. Образ прототипного члена групи (тобто типажу-стереотипу з певною рольовою позицією), що уособлює в собі риси-еталони групи, утворюється у свідомості членів групи на основі практики міжособового спілкування і не є усередненою характеристикою членів групи. (Надалі такий образ ми будемо називати “роль-прототип”).

5. Якщо респонденту запропонувати оцінити певні рольові позиції за шкалами-дескрипторами СД, то ролі-прототипи, які є зна-

чущими для людини, тобто які займають важливе місце в Я-концепції особистості, будуть мати схожі конотативні значення з образом власного “Я”. Чим ближчими будуть описи певних ролей-прототипів до опису власного “Я”, тим більше домінуватиме в усвідомленні людиною власного “Я” група, типовим представником якої є оцінюваний прототип.

6. Ролі-прототипи схожі між собою (і схожі на образ власного “Я”), займають у структурі Я-концепції близькі позиції і, утворюючи пучки ідентичностей, виконують у ній схожі функції.

Отже, семантичний простір повинен описувати й диференціювати уявлення про психологічні особливості типового представника політичної активності. Процедура побудови семантичного простору передбачала реалізацію трьох послідовних етапів.

Перший етап – створення методики й проведення процедури оцінювання. Експериментальним матеріалом при цьому стали вибіркові навички і вміння, названі експертами (вісьмома політичними психологами) як найважливіші для ефективної політичної участі. Для оцінювання було взято шість ролей-прототипів, а саме: “патріот” (1); “бізнесмен” (2); “кримінальний авторитет” (3); “громадянин” (4); “політик” (5); “Я” (6). Ролі-прототипи були визначені під час пілотного дослідження, коли респондентів попросили назвати активних суб’єктів політичного життя. За п’ятибальною шкалою (2, 1, 0, -1, -2) вони мали оцінити відповідність навички (уміння) щодо кожної рольової позиції. Таким чином навички-вміння слугували уніполярними шкалами, а ролі-типажі – тими об’єктами, які оцінювалися за цими шкалами. Оцінка “2” означала повну відповідність навички-вміння рольовій позиції, а оцінка “-2” – повну невідповідність. Оскільки обрані навички-вміння є предикатами, що описують якусь дію, то віднесення її до певної рольової позиції здійснювалося за допомогою судження типу: “Цій людині властиво ...”.

Другий етап – математична обробка отриманих емпіричних даних. На основі оцінок, даних респондентами ролям-типажам за кожною навичкою-вмінням, було побудовано матриці схожості, які потім аналізувалися за допомогою методів факторного аналізу. У ході обробки даних способом підсумовування індивідуальних матриць оцінок респондентів було отримано загальногрупову матрицю, яку відтак було піддано *факторному аналізу*. (Спочатку було проведено попередню обробку даних, яка полягала у “витягуванні” матриць по горизонталі, після чого підраховувалися описові статистики для кожного із шести образів за всіма навичками-вміннями на основі даних респондентами оцінок).

Після обробки загальногрупової матриці методом факторного аналізу образи-типажі були розміщені в семантичному просторі виділених факторів, що дало можливість порівняти їх за конкретними характеристиками. Застосувавши процедуру факторного аналізу методом головних компонент із підпрограмою повороту факторних структур за принципом Varimax raw, ми змогли побудувати матриці уявлень студентів про навички та вміння активних суб'єктів політичного життя. Фактори інтерпретувалися за змістом тих ознак (елементів уявлення), які мали в конкретному факторі найбільші факторні навантаження (коефіцієнт кореляції між фактором і похідною ознакою). Обробка даних виконувалася на основі пакету програм SPSS 17.0.

Третій етап – змістовий аналіз даних, отриманих після математичної обробки й створення семантичного простору. Інтерпретація виділених факторів відбувалася на основі пошуку смислових інваріант, які поєднують шкали і ролі-прототипи, що належать до певного фактору.

На основі описаного СД ми провели реконструкцію однієї із форм соціальних уявлень – стереотипних образів-типажів. Нам вдалося:

- з'ясувати уявлення респондентів про активних суб'єктів політичної участі;
- дослідити уявлення респондентів щодо вираженості “еталонних” навичок-умінь політичної участі в суб'єктів політичної участі;
- зменшити простір навичок-умінь до трьох факторів;
- порівняти ролі-прототипи за виділеними факторами та визначити ставлення до них респондентів;
- означити напрями формування основних комплексів навичок та умінь політичної участі.

Емпіричне дослідження проводилося в центральному і східному регіонах країни. Загальна кількість респондентів становила 154 особи: 82 жінки і 72 чоловіки; їхній середній вік – 20,8 року (від 19 до 25 років).

Це були студенти Національного авіаційного університету (м. Київ), Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара, Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля (м. Луганськ) та педагогічні кадри цих навчальних закладів віком до 25 років зі стажем діяльності до 3 років.

У результаті факторного аналізу було виділено три фактори, які пояснюють відповідно 32,78, 30,39 і 29,09 % внесків у загальну дисперсію. Найбільш навантажені якості ми подаємо в порядку зменшення факторного навантаження (табл.).

**Результати факторного аналізу уявлень молоді про вміння
та навички політичної участі**

№ дескрип- тора	Фактори	Факторні навантаження
Фактор 1 – цілепокладання		
1	здатний критично оцінювати нову інформацію	0,977
13	здатний бачити велику кількість можливостей	0,962
5	послідовний у втіленні свого рішення	0,941
17	уміє аналізувати інформацію	0,894
18	здатний доводити справу до кінця	0,789
19	уміє ставити цілі	0,740
9	уміє знаходити потрібну інформацію	0,702
4	швидко помічає можливі перешкоди	-0,689
16	прагне брати активну участь у житті суспільства	-0,684
Фактор 2 – егоцентризм		
6	рішення інших людей йому зрозумілі	-0,937
24	позитивно ставиться до себе	0,936
7	може легко відмовитися від свого рішення	-0,840
23	уміє відстоювати власну думку	0,839
22	уміє слухати інших	-0,821
20	легко знаходить помічників та однодумців	0,803
21	уміє впливати на думку інших	0,794
25	уміє організовувати інших	0,752
Фактор 3 – конформізм		
10	уболює за успіх колективної справи	-0,948
2	ефективно взаємодіє в команді однодумців	0,918
11	здатний своєчасно, точно і ретельно виконувати доручену справу	0,898
3	інколи поступається моральними принципами при прийнятті рішення	-0,868
12	здатний відповідати за власні вчинки	0,814
14	розуміє емоції інших	-0,797
15	позитивно ставиться до інших	0,0753
8	здатний протистояти маніпуляціям	-0,0600

Фразеологізми *першого фактору* характеризують різні аспекти цілеспрямованості поведінки, і тому ми назвали йому “*цілепокладання*”. Цілепокладання – процес формування й висування цілей індивідуальним або сукупним суб’єктом. Цілепокладання полягає у формуванні мети як суб’єктивно-ідеального образу бажаного

(цілеформування) і втіленні її в об'єктивно-реальному результаті діяльності (цілереалізації).

Позитивний полюс фактору описує поведінку суб'єкта, який здатний поставити мету (“вміє ставити мету”), вміє порівнювати альтернативи (“здатний побачити велику кількість можливостей”), вміє знаходити й аналізувати інформацію як на етапі формулювання мети, так і в процесі досягнення результату (“вміє знаходити потрібну інформацію”, “здатний критично оцінювати нову інформацію”, “вміє аналізувати інформацію”), вміє послідовно втілювати мету і досягати результату (“послідовний у втіленні свого рішення”, “здатний доводити справу до кінця”). Цікаво, що активність суб'єкта, яка описує цей фактор, не спрямована на суспільну діяльність (характеристика “прагне брати активну участь у житті суспільства” має негативне значення). Тобто, згідно з уявленнями респондентів, людина, яка вміє ставити і досягати цілей, не прагне брати участь у суспільному житті. Особливістю семіотичної сфери респондентів є також заперечення вміння помічати перешкоди в процесі цілепокладання (“швидко помічає можливі перешкоди”).

Дескриптори *другого фактору* описують поведінку суб'єкта з позитивним самоставленням (“позитивно ставиться до себе”), самовпевненого (“вміє обстоювати власну думку”, не “може легко відмовитися від свого рішення”), для якого інша людина служить засобом, об'єктом маніпуляцій у досягненні ним своїх цілей (“вміє впливати на думку інших”, “вміє організувати інших”, “легко знаходить помічників та однодумців”); при цьому він не вміє дослухатися до оточення і рішення інших для нього незрозумілі (негативний полюс дескрипторів “рішення інших людей йому зрозумілі” та “вміє слухати інших”). Цей фактор дістав назву **“егоцентризм”**. Егоцентризм – позиція особистості, що характеризується зосередженістю на власних відчуттях, переживаннях, інтересах, а також нездатністю приймати й урахувати інформацію, яка суперечить власному досвіду. В основі егоцентризму лежить нерозуміння людиною того, що можуть існувати інші думки, погляди, а також упевненість, що психологічна організація інших людей така ж сама, як і в неї.

Третій фактор описує поведінку суб'єкта, який ретельно виконує доручені йому справи як самотужки, так і в команді (“здатний своєчасно, точно і ретельно виконувати доручену справу”, “ефективно взаємодіє в команді однодумців”, “здатний відповідати за власні вчинки”), але при цьому не переймається результатом справи (негативний полюс шкали дескриптора “вболіває за успіх колективної справи”). Він “позитивно ставиться до інших”, але при цьому не “розуміє емоції інших”. Він не “поступається моральними принципами при прийнятті рішення”, але не здатний протистояти маніпуляціям. За

результатами аналізу всіх значущих навантажень третього фактору можна сказати, що він описує поведінку безініціативного суб'єкта, який є старанним виконавцем, легко піддається сторонньому впливу, любить людей, але не розуміє їх. Третій фактор дістав назву **“конформізм”**. Конформізм – пасивне, пристосовницьке прийняття групових стандартів поведінки, безапеляційне визнання існуючих порядків, норм і правил, безумовне схилення перед авторитетами.

Для того щоб визначити, як розміщуються ролі на осях факторів, ми візуалізували отримані результати. Побудова семантичного простору базувалася на використанні узагальнених факторів. За міру схожості окремих навичок-умінь було взято схожість оцінок, даних їм респондентами з різних рольових позицій. Виділені фактори відображають засади класифікації, якими свідомо або несвідомо користуються респонденти для порівняння. Щоб показати дані геометрично, фактори подаються як осі n -мірного семантичного простору, де розмірність простору визначається кількістю незалежних, не пов'язаних між собою факторів. Рольові позиції в такому випадку можна подати як точки або вектори всередині цього семантичного простору.

Розташування всіх шести ролей-прототипів досягається підрахунком суми оцінок кожної рольової позиції за всіма дескрипторами, які утворюють певний фактор. Отримана усереднена оцінка розглядається як проекція рольової позиції на вісь цього фактору. Опис проекцій рольової позиції на всі виділені фактори дає змогу відтворити рольову позицію, подавши її як відповідну точку всередині n -мірного простору. Схожість рольових позицій визначає відстані між відповідними рольовими точками всередині семантичного простору (рис. 1).

Як видно з рис. 2, найбільш цілеспрямованим, вираженим, самокерованим виявився образ **“Бізнесмен”**; менші значення, але на позитивному полюсі, мають образи **“Я”** і **“Кримінальний авторитет”**. На протилежному полюсі фактору (безладна, недоцільна, хаотична поведінка) – образи **“Патріот”**, **“Громадянин”** та **“Політик”**.

За другим фактором найбільш егоцентричним виявився образ **“Кримінальний авторитет”**. Високі значення за параметром егоцентричності мають також образи **“Патріот”** і **“Політик”**. На протилежному полюсі фактору розташувалися образи **“Громадянин”** та **“Я”**. Образ **“Бізнесмен”** лежить приблизно посередині вектора.

Із рис. 3 видно, що найбільш конформним респонденти вважають образ **“Патріот”**. Майже на нульовій позначці Ф3 розташувався образ **“Бізнесмен”**. Найбільш нонконформним виявився образ **“Політик”**. Образи **“Громадянин”** і **“Кримінальний авторитет”** також сприймаються респондентами як нонконформні, але значно меншою мірою.

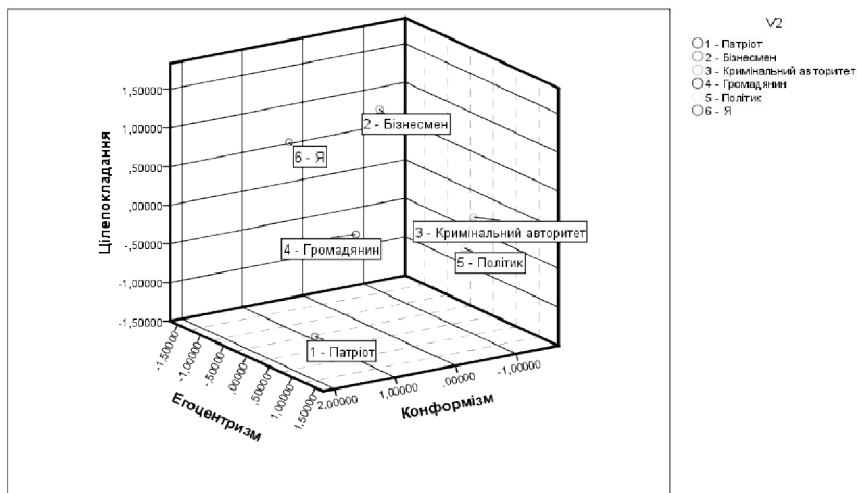


Рис. 1. Розміщення ролей-прототипів у просторі виділених факторів

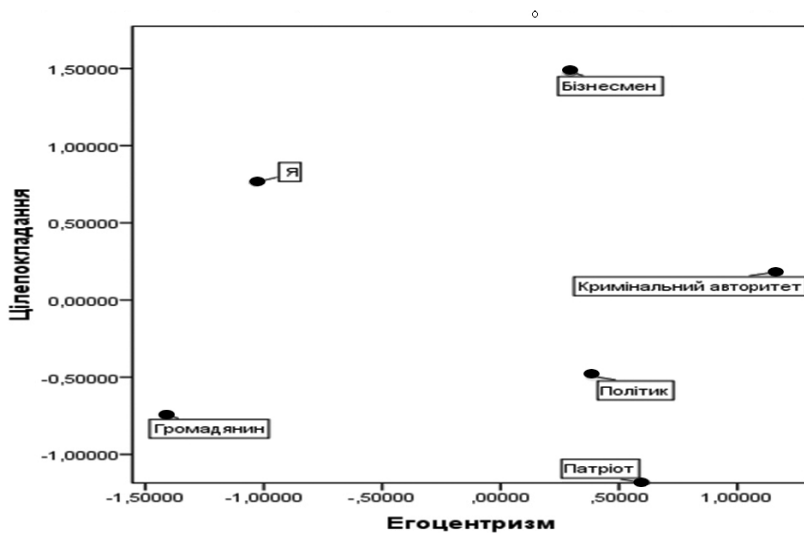


Рис. 2. Розміщення ролей-прототипів у просторі першого і другого факторів

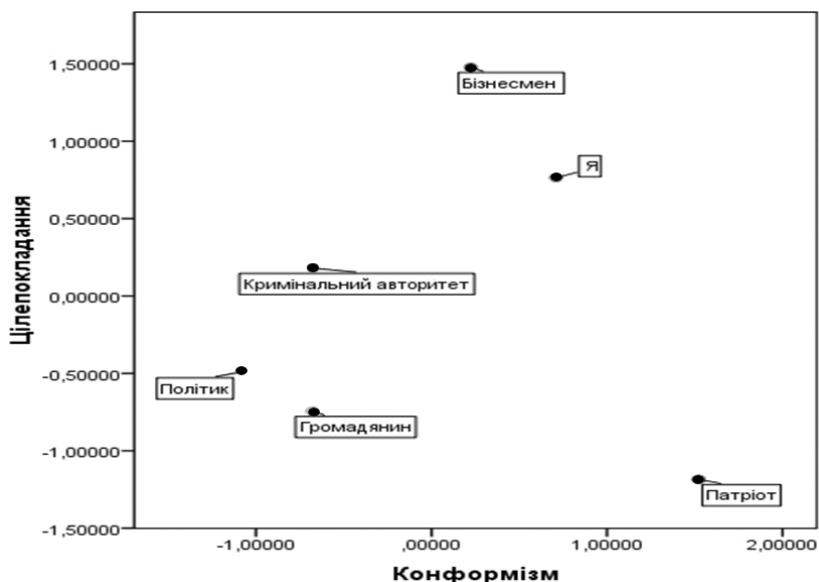


Рис. 3. Розміщення ролей-прототипів у просторі першого і третього факторів

Охарактеризуємо кожний образ-типаж за отриманими факторами:

- “Патріот” (1) – не здатний ставити цілі і досягати їх; не вміє шукати та аналізувати інформацію; легко піддається маніпулюванню, але при цьому не вміє відмовлятися від власного рішення; ретельний і уважний під час виконання дорученої справи, але не переймається її успіхом; позитивно ставиться до себе та інших; вміє організувати людей, але не розуміє їх і не вміє слухати;
- “Бізнесмен” (2) – надзвичайно цілеспрямована та організована людина, має невисокий рівень егоцентризму та конформізму;
- “Кримінальний авторитет” (3) – вміє ставити та досягати цілі, егоцентричний і неконформний;
- “Громадянин” (4) – непослідовний і невважений, не вміє ставити цілі та досягати їх; конформіст, неєгоцентричний;
- “Політик” (5) – непослідовний і невважений, не вміє ставити цілі та досягати їх; неконформний та егоцентричний;
- “Я” (6) – вміє ставити і досягати цілі, досить конформний і неєгоцентричний.

Окремо зазначимо, що в уявленнях респондентів “Бізнесмен”, “Я” і “Кримінальний авторитет” не прагнуть брати активну участь у житті суспільства, натомість “Патріот” і “Громадянин” – навпаки. “Кримінальний авторитет” і “Політик” не мають артикульованого бажання або небажання займатися суспільними проблемами.

Висновки. В уявленнях молоді основними якостями, які потрібні для ефективної політичної участі, є високий рівень розвитку навичок цілепокладання, середній рівень егоцентризму та невисокий рівень нонконформізму. Найбільш ефективним суб’єктом політичної активності молодь вважає узагальнений образ бізнесмена. Роль-прототип “Бізнесмен” має схожі конотативні значення з образом власного “Я” і відповідно є ідентифікаційним орієнтиром. Конотативні значення ролі-прототипа “Патріот” свідчать про девальвацію у свідомості молоді самого поняття “патріот”.

Література

1. *Артемьева Е. Ю.* Основы психологии субъективной семантики / Е. Ю. Артемьева ; под. ред. И. Б. Ханиной. – М. : Наука ; Смысл, 1999. – 350 с.
2. *Петренко В. Ф.* Основы психосемантики / В. Ф. Петренко. – М., СПб. : Питер, 2005. – 480 с.
3. *Шмелев А. Г.* Введение в экспериментальную психосемантику: теоретико-методологические основания и психодиагностические возможности / А. Г. Шмелев. – М. : Изд-во Моск. ун-та, 1983. – С 5–59.

Баранова С. В., Васильченко О. Н. Представления молодежи об умениях и навыках политического участия

Представлены результаты эмпирического исследования представлений молодежи о навыках и умениях, необходимых для политического участия, и об основных субъектах политической деятельности. Проведена реконструкция одной из форм социальных представлений – стереотипных образов-типажей. Выделены три фактора семантического пространства, описывающего и дифференцирующего представления молодежи о психологических особенностях типичного носителя политической активности; факторы получили название: эгоцентризм, целеполагание, конформизм. Оценены роли-прототипы субъектов политической активности.

Ключевые слова: социальное представление, образ-типаж, роль-прототип, семантическое пространство, политическое участие, навыки, умения.

Baranova S. V., Vasilchenko O. M. Ideas of young people concerning abilities and skills of political participation

The results of empiric research of young people’s ideas concerning skills and abilities, which are necessary for political participation, and concerning main subjects of political activity are presented in the article. Reconstruction of one of the forms of social presentations – stereotypical character-models is provided. Three

factors of semantic space which describe and differentiate the ideas of young people concerning psychological features of a typical person involved in political activity are selected. These factors were named egocentrism, goal-setting, conformism. The roles-prototypes of subjects of political activity are evaluated.

Key words: social presentation, character-model, role-prototype, semantic space, political participation, skills, abilities.

© Баранова С. В., Васильченко О. М.

В. В. Мяленко

ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК САМОРОЗВИТКУ І ПРОФЕСІЙНОЇ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ ТА МІГРАНТІВ УКРАЇНСЬКОГО ПОХОДЖЕННЯ, ЯКІ ПРОЖИВАЮТЬ НА ТЕРИТОРІЇ ІЗРАЇЛЮ

Статтю присвячено теоретичному аналізу феномена професійної самореалізації і результатам емпіричного дослідження психологічних особливостей професійного самоздійснення української молоді та мігрантів українського походження. Визначено, що молодий українець пов'язує власний розвиток передусім із самоактуалізацією та професійною самореалізацією, натомість мігранти українського походження структурують професійну самореалізацію відповідно до процесу адаптації.

Ключові слова: професійна самореалізація, саморозвиток, адаптація.

Проблема. Професійна самореалізація як теоретичний конструкт досі недостатньо чітко визначена в соціальній психології. Невиробленість однозначних трактувань пояснюється його складністю на феноменологічному рівні. Як правило, професійна самореалізація не має спонтанного характеру, а формується в рідчизні загальної життєвої перспективи, підкріплюється певною особистісною організацією і сприятливим впливом середовища. Виявлення соціально-психологічних чинників успішної професійної самореалізації дало б змогу забезпечити високу особистісну ефективність молодій людині, її конструктивну соціальну активність, стати стимулом до подолання економічної депривації тощо.

Мета статті: конкретизувати визначення професійної самореалізації як складного соціально-психологічного феномена; на основі результатів емпіричного дослідження порівняти психологічні особливості професійного самоздійснення української молоді та мігрантів українського походження.