

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ФАКУЛЬТЕТ ЛІНГВІСТИКИ ТА СОЦІАЛЬНИХ КОМУНІКАЦІЙ  
КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ ТА ПОЛІТОЛОГІЇ

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ  
Завідувачка випускової кафедри  
\_\_\_\_\_ О.А. Хомерікі  
«07» червня 2021 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
ВИПУСКНИКА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ БАКАЛАВР  
ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ 054 «СОЦІОЛОГІЯ»

**Тема: Культурна ідентифікація сучасної української молоді**

Текст роботи містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

Виконавець: студентка СЛ-411 Бублик Ольга Вікторівна

(студент, група, прізвище, ім'я, по-батькові)

Керівник: кандидат соціологічних наук, доцент Ніколаєнко Володимир Леонідович

(науковий ступінь, вчене звання, прізвище, ім'я, по-батькові)

КИЇВ 2021

## РЕФЕРАТ

*Дипломна робота містить:* 83 сторінки, 1 рисунок, 6 таблиць, 55 посилань на літературні джерела.

*Об'єкт дослідження:* культурна ідентифікація.

*Мета роботи:* дослідити сучасний стан культурної ідентифікації сучасної української молоді.

*Методи дослідження:* при проведенні дослідження застосовувалися загальнонаукові та філософські методи пізнання: історико-філософський і філософсько-антропологічний методи, аксіологічний підхід, герменевтичний метод.

*Предмет дослідження:* процес культурної ідентифікації української сучасної молоді.

Для досягнення поставленої мети в роботі вирішуються наступні задачі:

1. Проаналізувати концептуальні підходи до дослідження феномену ідентифікації;
2. Дослідити індивідуальну і колективну ідентифікацію;
3. Охарактеризувати механізми формування культурної ідентифікації сучасної української молоді;
4. Здійснити аналіз мультикультуралізму і формування ідентифікації української молоді в процесі глобалізації;
5. Здійснити вторинний аналіз досліджень попередніх років.

*Ключові слова:* МОЛОДЬ, ЦІННІСНІ ОРІЄНТЦІЇ, КУЛЬТУРНА ІДЕНТИФІКАЦІЯ, ПОКОЛІННЯ.

## ABSTRACT

*Thesis contains:* 83 pages, 1 figures, 6 tables, 55 referenses to published data.

*Object of study:* cultural identification.

*Objective:* to explore the current state of cultural identification  
modern Ukrainian youth.

*Research:* general scientific and philosophical methods of cognition were used in the research, namely: historical-philosophical and philosophical-anthropological methods, axiological approach, hermeneutic method.

*Purpose of the study:* the process of cultural identification of Ukrainian modern youth.

To achieve this goal in the work of the following tasks:

1. Analyze conceptual approaches to the study of the phenomenon of identification;
2. Investigate individual and collective identification;
3. Describe the mechanisms of formation of cultural identification of modern Ukrainian youth;
4. To analyze multiculturalism and forming identification Ukrainian youth in the process of globalization;
5. Carry out a secondary analysis of research in previous years.

*Keywords:* YOUTH, VALUE ORIENTATIONS, CULTURAL IDENTIFICATION, GENERATION

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	5
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ</b> .....	10
<b>1.1.</b> Концептуальні підходи до дослідження феномену ідентифікації .....	10
<b>1.2.</b> Індивідуальна та групова ідентифікація: сутність та зміст .....	18
<b>1.3.</b> Теорія поколінь .....	27
<b>Висновок до першого розділу</b> .....	35
<b>РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ</b> .....	37
<b>2.1.</b> Механізми формування культурної ідентифікації сучасної української молоді .....	37
<b>2.2.</b> Мультикультуралізм і формування ідентифікації української молоді в процесі глобалізації.....	44
<b>Висновок до другого розділу</b> .....	55
<b>Розділ 3. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ</b> .....	57
<b>3.1.</b> Вторинний аналіз даних «Світового дослідження цінностей» (World Values Survey, WVS)» .....	57
<b>3.2.</b> Програма соціологічного дослідження «Ціннісні орієнтації молоді Києва 2021» .....	64
<b><i>Висновок до третього розділу</i></b> .....	70
<b>ВИСНОВКИ</b> .....	71
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	73
<b>ДОДАТКИ</b> .....	78

## ВСТУП

**Актуальність теми дослідження.** На рубежі ХХ - ХХІ ст. внаслідок розвитку прогресуючої глобалізації і формування суспільства споживання відбувалися кардинальні зміни в різних сферах суспільного життя. Виникли принципові зміни соціально-культурних основ в соціокультурному просторі сучасності, що багато в чому відбилося на громадській поведінці і свідомості людей. Зазнали трансформації також цінності і ціннісні орієнтації поколінь, народжених та, відповідно таких, які соціалізуються в цей період життя.

Під впливом глобалізації відбуваються неминучі зміни духовно-ціннісних орієнтирів, тому ідентифікація дає можливість зберігати традиції та культуру українського суспільства. Цей процес спрямований на накопичення етнічної ідентичності та є частиною системи підтримки національної єдності.

Причиною підвищеного інтересу до процесу ідентифікації є те, що ідентичність є показником для оцінки поведінки молодих людей у різних соціальних сферах. Оскільки соціальні групи приділяють дедалі більше уваги культурній ідентичності, особливо расовій та релігійній, та загальнолюдським цінностям, демократичні країни повинні розглянути відповідні відповіді на цей виклик відповідно до демократичної ідеології та конституціоналізму.

Культурна ідентифікація досягається за допомогою механізму культурної ідентичності. На основі психологічних спостережень цей механізм був вперше відкритий в психологічній концепції Зигмунда Фрейда. Найглибша потреба людей - це постійно бачити перед собою якісь персоналізовані моделі, які можуть ідентифікувати себе. Культурна ідентичність - це відчуття того, що людина оточена певною культурою. Це дозволяє людині визначати своє становище в соціальному та культурному просторі та вільно орієнтуватися у зовнішньому світі.

Збереження цілісності сучасної української молоді, неможливо без вивчення її культурної ідентифікації. Необхідно з'ясувати, яким чином регулюється процес

культурної ідентифікації (в тому числі і етнонаціональної), щоб з одного боку не обмежувати прав і свобод представників інших вікових груп та національностей, а з іншого боку забезпечити процес культурного і етнічного відтворення українського населення. Таким чином, в даний час в суспільстві склалося реальне протиріччя між потребою регуляції культурної ідентичності, (з метою формування позитивної етнокультурної ідентичності) і відсутністю системного наукового дослідження, що представляє собою соціологічне рішення проблеми, має важливе теоретичне і практичне значення.

**Мета дослідження** - дослідити сучасний стан культурної ідентифікації сучасної української молоді.

На вирішення вказаної мети поставлено ряд **завдань**:

- Проаналізувати концептуальні підходи до дослідження феномену ідентифікації;
- Дослідити індивідуальну і колективну ідентифікацію;
- Охарактеризувати механізми формування культурної ідентифікації сучасної української молоді;
- Здійснити аналіз мультикультуралізму і формування ідентифікації української молоді в процесі глобалізації;
- Здійснити вторинний аналіз досліджень попередніх років.

**Об'єкт дослідження:** культурна ідентифікація.

**Предмет дослідження:** процес культурної ідентифікації сучасної української молоді.

**Довідка про ступінь наукової розробки теми дипломного дослідження.** Теоретичну основу даного дослідження становлять фундаментальні теорії і положення в області гуманітарного знання вітчизняних і зарубіжних вчених.

Вивченням ціннісних орієнтацій молодого покоління займались соціологи, про що свідчать публікації Н. Левковської О. Молчанової, О. Кислової, М. Пірен, О. Цілюрик, Л. Сокурянської. Їх дослідження присвячено визначенню ролі

соціальних інститутів у становленні життєвих цінностей української молоді або розглядають окремі групи молоді в контексті їх культурної, професійної чи соціальної ідентифікації.

У дослідженні звернуто увагу на проблеми зміни ціннісних підстав ідентифікації внаслідок впливу глобалізаційних процесів на формування ідентичності соціальних суб'єктів - молодого покоління, в тому числі ролі і значення ідеології в постіндустріальному суспільстві у формуванні культурної ідентичності. В зв'язку з цим розглянуті теорії, що розробляються сучасними вітчизняними і зарубіжними вченими (К.В. Коростеліна, Е.А. Тимохіна, І.В. Попова, В.В. Котлярова, А.М. Руденко, П. Пономарьов, М. Аутіо, Ю. Холмберг, Ю. Куяла, Т.А. Саммерс, Ф. Пинель).

Так як в рамках дослідження оперують поняттями «культура» та «ідентичність», «ідентифікація», виникає необхідність теоретичного обґрунтування використання даних дефініцій в контексті досліджуваної теми. Найбільший інтерес для реалізації завдання представляють наукові погляди А. Прієпа, Ж. Бодріяра.

В ході дослідження виявлено кореляційну залежність між культурною ідентичністю та ціннісними орієнтаціями молоді в умовах глобалізації, в зв'язку з цим принципове значення має поняття «покоління», досліджуване в філософських, соціологічних та історико-культурних працях з ХІХ ст., яке отримало нову гілку розвитку у зв'язку з виникненням теорії поколінь (Ніл Хаув та Вільям Штраус «Основи теорії поколінь» 1991 р., К. Мангейм «Проблема поколінь» 1928 р. "Теорія поколінь" О. Конта, Джеймс Кері «Про відмінності у культурі поколінь», В. Дільтей, Ерік Еріксон).

Серед сучасних російських дослідників проблем молоді, реалізації державної молодіжної політики можна виділити роботи І. Ільїнського, В. Лукова, В. Родіонова, А. Ковальнової, В. Павловського, Ю. Волкова, В. Добренькова, Ф. Кадарії, І. Савченка, М. Руткевича, Є. Слуцького, С. Левікової, О. Омельченко, Г. Чередниченко, В. Лісовського, В. Шаповалова.

Українські дослідники, що досліджували проблеми молоді в Україні - це напрацювання М. Головатого, Є. Бородіна, В. Куліка, Т. Голубицької, О. Голубицького, В. Соколова, В. Рябіки, Ю. Поліщука, Ю. Тарабукіна, В. Онікієнка, Л. Ткаченко.

Крім цього, впродовж останніх п'ятнадцяти років реалізовано низку дослідницьких проектів, присвячених проблемам української молоді. Виконувалися вони, зокрема, у межах таких науково-дослідних програм: «Молодь в умовах формування ринкових відносин», «Молодь України: сучасний стан та тенденції розвитку», «Формування громадської позиції та політичної культури молоді», «Ціннісні орієнтації та духовний світ сучасної молоді», «Проблеми соціально-правового, психологічного захисту та охорони здоров'я молоді і підлітків у сучасних умовах», «Молодь – за здоровий спосіб життя», «Молодь і влада: проблеми формування та реалізації молодіжної політики в Україні», «Молодіжна політика в Україні: проблеми розробки та практичної реалізації на сучасному етапі», «Співпраця державних органів з молодіжними та дитячими громадськими об'єднаннями».

**Методологія дослідження.** У розкритті теми дослідження звернулись до пошуку єдиних факторів, що супроводжують процес глобалізації, які здійснюють вплив на формування культурної ідентичності і трансформацію ціннісних орієнтирів соціально-демографічних груп в світовому масштабі.

**Методи дослідження.** Важливе місце в методологічній базі дослідження належить принципам діалектики: принципам загального взаємозв'язку явищ і розвитку. Проте, основним методом емпіричного дослідження став метод спостереження та неформалізований аналіз документів, контент-аналіз. Базовим методом для власного дослідження є метод глибинного інтерв'ю.

В якості основної теоретичної бази даного дослідження виступають праці сучасних вітчизняних і зарубіжних дослідників. Також було використано результати емпіричних досліджень, спрямованих на визначення культурної



ідентифікації сучасної української молоді, ціннісних орієнтацій покоління сучасної молоді.

**Коротка довідка про структуру роботи.** Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку джерел й додатків. У вступі сформульовано мета й завдання роботи, визначені методи. У першому розділі окреслені теоретичні основи вивчення ідентифікації. Другий розділ присвячений аналізу особливостей культурної ідентифікації молоді. В третьому розділі надано експериментальне дослідження культурної ідентифікації сучасної української молоді та виявлення їх ціннісних орієнтацій. Список літератури містить 55 назв, 8 з них іноземних авторів. У додатках представлено розробки соціологічного дослідження "Культурна ідентифікація сучасної української молоді".

**Наукова новизна отриманих результатів** полягає у визначенні особливостей культурної ідентифікації української молоді; проведенні соціологічного дослідження та окресленні ціннісних орієнтацій сучасної української молоді.

**Фактологічні джерела (емпірична база дослідження).** В роботі наведено результати вторинного аналізу дослідження «Світове Дослідження Цінностей» (World Values Survey). Методологія культурної карти, розроблена засновником Рональдом Інглехартом та Крістіаном Вельцелем, який вивчає два основні виміри міжкультурних варіацій: традиційних цінностей проти світсько-раціональних цінностей та цінності виживання проти цінностей самовираження.

# РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ

## 1.1. Концептуальні підходи до дослідження феномену ідентифікації

Першим кроком для того, щоб особистість змогла відчувати себе представником групи, є процедура ідентифікації, тобто визначення критеріїв і кордонів спільності, встановлення місця «Я» в соціумі. При цьому тісно пов'язані поняття ідентифікації та ідентичності. Ідентифікація здійснюється постійно, а ідентичність як стан настає, дозріває з часом, потім додається новий рід ідентичності, таким чином, поступово формується ідентичність людини - різноманітність її внутрішнього самоусвідомлення.

Для з'ясування змісту ідентичності сутнісним є розуміння того, що в загальному сенсі ідентифікація розглядається як процес становлення уявлень соціальної групи і індивіда про себе та своє місце в світі.

Відповідно до сучасних досліджень, ідентичність - структура, що трансформуються, вона розвивається протягом усього життя, проходить через подолання криз, може змінюватися в прогресивному або регресивному напрямках, тобто бути «успішною» (позитивною) або «негативною» (індивід відхиляє будь-які взаємодії).

Вчені сходяться на думці, що ідентичність є соціальною за походженням, так як формується в результаті взаємодії з людьми і засвоєння кожним виробленої в процесі комунікації мови, а зміни ідентичності обумовлені соціальними змінами.

У політичній науці ідентичність, що розуміється як «якість, що є результатом індивідуального або групового самосприйняття у вигляді певного суб'єкта», а ідентифікація розглядається як «психологічний процес ототожнення індивідом себе з іншою людиною, групою, спільнотою, що допомагає йому успішно оволодіти різними видами соціальної діяльності, засвоювати норми і цінності цієї спільноти» [15, с. 623].

Відтак, під ідентичністю слід розуміти самоусвідомлення людини або групи з певних політичних чи соціокультурних спільнот, інтегрованість людини і суспільства, їх здатність до усвідомлення самототожності і відповіді на питання: «Хто я такий?».

У сучасній соціології теорії ідентифікації представлені у вигляді різних підходів, а саме: структурний функціоналізм, символічний інтеракціонізм, феноменологічна соціологія та інтегративний підхід. Суть культурної ідентифікації полягає в усвідомленому сприйнятті людиною відповідних культурних норм і зразків поведінки, мови, ціннісних орієнтацій, розуміння свого «Я» з позицій культурних характеристик, які прийняті в цьому суспільстві, в самоототожненні себе з культурними моделями цього суспільства. Культурна ідентифікація має визначальний вплив на процес культурної комунікації. Вона визначає сукупність певних стійких якостей, завдяки яким ті чи інші культурні явища чи люди викликають у нас почуття симпатії або антипатії. Залежно від цього ми обираємо відповідно ту чи іншу модель поведінки.

Американський соціолог Г. Абрамсон запропонував таку типологію персоніфікації, що втілює в собі форми культурної ідентифікації:

1. Тип «традиціоналіста». Це люди, які поділяють цінності цієї культури і інтегровані у відповідну структуру.

2. Тип «прибульця – неофіта». До цього типу належать люди, які включені в структуру етнічних зв'язків, але не мають спадкових коренів у відповідній етнічній культурі – вона не є їх внутрішнім духовним надбанням. Попередня ідентифікація «прибульця» формувалась за межами культурної спільноти, до якої він пристав. Цей тип відчуває себе на порозі зовсім нового культурного досвіду. Вростаючи в чужу структуру, людина одночасно вживається в її культурні цінності.

3. Тип «вигнанця». Він протилежний попередньому типу. Мова йде про втрату первинних соціальних зв'язків зі співплемінниками при збереженні етносу і символічних традицій рідної культури.

4. Тип «євнуха». Це особи, позбавленні пам'яті про своє культурне минуле, не обтяжені ніякою традиційно-символічною спадщиною, і в повсякденному житті вони не були включені в будь-яке соціокультурне середовище. «Євнух» – тип, який протилежний «традиціоналісту» .

Проблеми ідентифікації стають особливо актуальними в переломні, кризові періоди в історії країн. Самоідентифікація проявляється в діяльності соціальних груп і політичних інститутів, вона пов'язана з соціальними статусом і роллю, проте визначається не тільки ними, але і індивідуальними особливостями особистості.

Можна стверджувати про відсутність єдиного розуміння в трактуванні такого складного феномена, як ідентифікація та ідентичність. Кожен з підходів має певну достовірність і систему аргументації. Незважаючи на наявність множинних підходів дослідження різних аспектів проблеми ідентифікації в соціальній, політичній, гуманітарній науковій думці до сьогоденного дня залишається значний обсяг неопрацьованих аспектів. Це пояснюється тим, що кожен етап історичного розвитку суспільства висуває свої вимоги до поняття «ідентифікація», аналіз якого залишає широке поле для дослідників сучасності.

Наукове, в тому числі соціологічне, вивчення проблем ідентифікації та ідентичності має досить давню традицію. Так, К. Пламмер пише, що термін «ідентичність» почали аналізувати в своїх працях Дж. Локк і Д. Юм. Однак широко поняття «ідентичність» стало застосовуватися не раніше ХХ ст. Воно завоювало особливу популярність в п'ятдесяті роки в Північній Америці, завдяки публікації книг «Самотній натовп» (The Lonely Crowd) Пісмена (1950 р.) та «Ідентичність і тривога» (Identity and Anxiety: Survival of the Person in Mass Society) М. Стайна , (1960 р.) ».

І все ж своєю популярністю поняття «ідентичність» завдячує передусім Е. Еріксону. Саме завдяки йому в США і Західній Європі це поняття увійшло не тільки в науковий дискурс, а й в повсякденне мислення.

Е. Еріксон по праву вважається автором однієї з найбільш відомих і глибоко опрацьованих теорій ідентичності. Серйозний внесок у соціологічну концептуалізацію ідентичності внесли такі західні вчені, як:

- Дж. Мід, який розумів під ідентичністю здатність людини сприймати свою поведінку як чіткий, єдине ціле, рівноважну систему імпульсивного, внутріпсихічного і соціального, яке гарантує успішну адаптацію людини;

- П. Бергер і Т. Лукман, які розглядають її з точки зору соціального конструювання реальності як феномен, що виникає з діалектичному взаємозв'язку індивіда і конкретного суспільства;

- І. Гоффман, аналізуючи ідентичність в умовах множинності соціальних ролей;

- Е. Гідденс, який пов'язує ідентичність з соціальною структурою, показуючи, як соціальні інститути формують особистісну ідентичність індивідів, забезпечуючи відносно стійкий соціальний порядок;

- Я. Крейб, який підкреслює, що ідентичність переживається в досвіді, утворюючи цілісний психічний простір, який допомагає подолати труднощі взаємодії із зовнішнім світом, поєднуючи в собі індивідуальні та соціальні компоненти (тобто індивідуальну і соціальну ідентичності);

- Р. Дженкінс, який надавав перевагу соціальному, нормативному аспекту ідентичності;

- С. Холл, який вважає, що ідентичність конструюється дискурсивно, оскільки бачить в мовою творця соціального життя;

- А. Турен, що визначає ідентичність як усвідомлене самовизначення соціального суб'єкта.

Ідентичність як найважливіша категорія сучасного соціально-гуманітарного знання повинна відображати складну діалектичну систему взаємовпливу цілісності, визначеності, «тотожності самим собі» соціальних спільнот і груп, а також маргіналізацію цих процесів. Ідентифікація - один із реальних механізмів соціалізації індивіда, суть якого полягає в прийнятті ним соціальних ролей,

засвоєнні соціокультурних зразків і моделей поведінки. Вже згадана проблема вимагає підходу до дослідження ідентичності, включаючи соціокультурну, етнічну, конфесійну, геополітичну та інші ідентичності, а також форми ідентифікації особистості в процесі вивчення історії міжкультурного діалогу держав в минулому, сьогоденні і в прогнозуванні майбутнього.

Культурна ідентифікація вирішує два головних завдання: забезпечення внутрішньої стабільності суспільства, обмеження тенденцій, що ведуть до розпаду суспільства, в той же час забезпечення прагнення до змін, відкликання на потреби не теперішнього, а майбутнього. В нашому випадку мова йде не лише про адаптацію, але й про вихід суспільства на більш високий щабель взаємодії з іншими системами – про створення наднаціональної спільноти.

Отже, можна констатувати, що проблема ідентичності, є актуальною у соціологічній науці, набуває першочергового значення в сучасних умовах, одночасно зазнаючи радикальної трансформації. Саме цим і визначається гострота дискусії про її сутність. Головним підсумком етапу накопичення соціально-політичною наукою знань про ідентичність є розуміння того, що весь комплекс проблем, пов'язаних з цим складним явищем, не можуть вирішити окремо ні психологія, характеризуючи його як особистісну ідентичність, ні соціологія, представляючи його як ідентичність соціальну, ні політичні науки.

Звісно ж, що зусилля соціальної та політичної науки повинні бути об'єднані в цьому напрямку, так як вона здатна зробити істотний вплив на реальне життя. При цьому важливо мати на увазі, що проблеми ідентичності не можна «прописати» по відомству якоїсь однієї науки. На думку вчених, досліджуючи поняття ідентифікації - опиняємося в міждисциплінарному полі; і необхідно враховувати той «культурний поворот», який відбувся в соціальному і гуманітарному знанні в останні десятиліття. Важливо також зрозуміти, що основними тенденціями вивчення цього феномену є усвідомлення його поліпарадигмального статусу і

об'єднання зусиль представників різних областей знання, а також прагнення співвіднести дослідження вітчизняної думки з досягненнями світової науки.

У «ідентичності» може бути тільки невласний зміст. Його приносить ідентифікатор, ототожнюючи об'єкт своєї уваги з чимось, що він вважає для себе непроблематичним, зрозумілим, що володіє набором певних характеристик. Наприклад, ідентифікатор себе (або когось) називає (ототожнює з) з певним явищем. Успіх наступної за самоідентифікацією дії залежить від встановлення тотожності. При цьому помилкова ідентифікація веде до незадовільного результату і для ідентифікатора, і для об'єкта ідентифікації.

До того ж, ідентифікація стає частиною комунікації, яка передбачає наявність адресата. Тут важливо мати на увазі, що ідентифікація має чотири валентності; при розгляді процесу ідентифікації і його результату «ідентичність», корисно розрізняти чотири іпостасі:

- 1) ідентифікатор – той, хто ідентифікує, ототожнює;
- 2) об'єкт ідентифікації – кого ідентифікують, ототожнюють з референтом;
- 3) референт – той, з чим ідентифікується, ототожнюється об'єкт,
- 4) спостерігач – для кого проводиться ідентифікація, на кого орієнтований, кому адресований акт ідентифікації.

Саме цьому чотирискладовому концепту ми зобов'язані багатозначністю поняття ідентифікація.

По суті різні поєднання цих іпостасей конституюють різні типи ідентичності. Однак не всі можливі з формальної точки зору поєднання іпостасей представляють інтерес. Ключову роль відіграє ідентифікатор – суб'єкт ідентифікації. Залежно від його відносин з іншими іпостасями корисно розрізняти три види ідентифікації, і відповідно три види ідентичності.

Якщо суб'єкт і об'єкт ідентифікації збігаються, мова йде про самоідентифікацію. Однак, залежно від того, хто є зацікавленим спостерігачем, маємо два різні випадки.

1. Якщо адресат усвідомлення одночасно збігається з суб'єктом і об'єктом ідентифікації, ми маємо справу з самоідентифікацією (або самокатегоризацією) як самоопису в термінах деяких референтів, характеристик; тобто самопізнанням.

Результатом самоідентифікації є «Ми-ідентичність», або наш образ, образ того, як ми бачимося собі, образ того, хто, якими ми є для себе.

2. Якщо самоототожнення орієнтоване не на себе, а на іншого, маємо справу з самопрезентацією, або, можливо, з політикою ідентичності – з «Я» або «Ми»-ідентичністю для інших, яка неодмінно містить нормативний компонент; тобто відображає не стільки сутність, скільки ситуативно бажане (не обов'язково належне).

3. Про третє вживання можна говорити тоді, коли суб'єкт і об'єкт ідентифікації не збігаються. В цьому випадку можна говорити про категоризації іншого, наприклад, «Нас-ідентифікації». Яскравий приклад такої ідентифікації дав І. Гофман, який запропонував називати її стигматизацією, а відповідний результат – стигмою.

У дискурсі цього вживання мова також може йти про політику нав'язування ідентичності. Випадки ідентифікації (стигматизації) ззовні («Нас-ідентичності») і політики ідентичностей («Я» / «Ми» -ідентичності для інших) з точки зору концепції соціального конструювання реальності в ході символічної взаємодії принципів відмінностей не мають. В обох цих випадках при описі ідентифікаційних процесів використовується подібний концептуальний апарат. Однак принципово відмінністю є позиція спостерігачів, які переслідують різні інтереси, вкладають в дискурс ідентичності різний сенс.

Говорячи про такий складний об'єкт, як ідентифікація, потрібно мати на увазі, що кожен автор (ототожнює ідентифікатор) має можливість і схильність, усвідомлену чи ні, трактувати об'єкт ідентифікації «Ми» розуміючи як все ціле, так і якусь його частину.



Людська ідентичність являє собою складний в структурному плані психосоціальний феномен, що виникає як результат процесу самовизначення людини, осягнення ним своєї самості через ототожнення себе з іншими людьми, культурно-історичними образами, персонажами, соціально-культурними спільнотами. При цьому набуття людиною автентичної ідентичності завжди означає факт усвідомлення ним своєї унікальності, індивідуальності – як особистісної, так і колективної. Унікальний, індивідуалізований образ особистісного «Я» з'являється в свідомості суб'єкта шляхом ототожнення себе з Іншим і на основі зіставлення і диференціації власних характеристик і характеристик, притаманних іншим.

## 1.2. Індивідуальна та групова ідентифікація: сутність та зміст

Теоретичні аспекти проблеми формування індивідуальної ідентифікації та її наслідків – індивідуальної ідентичності зводяться до наступного. Значний інтерес представляє точка зору на феномен людської ідентичності французького філософа П. Рікера. У роботі «Я-сам як інший» він акцентує увагу на тому, що проблема особистої ідентичності корениться в подвійності терміна «ідентичність», який, з одного боку, може вживатися в значенні тотожності, з іншого - в значенні самості [1, с. 145]. Вирішальне значення при формуванні індивідуальної ідентичності відіграє здатність рефлектуючого «Я» до осягнення власної інакшості. Рікер підкреслює, що «В ідентичності задіяна діалектика додаткова до діалектики самості, а саме діалектика «Я» та іншого, ніж «Я» . Поки ми залишаємося в колі ідентично-самототожний, інакшість іншого, ніж "Я", не представляє нічого оригінального ... Справа виглядає зовсім інакше, якщо інакшість ми поєднуємо з індивідуальністю». Вираз «Я-сам як інший», за словами П. Рікера: «З самого початку має на увазі, що самість самого себе має на увазі інакшість в настільки глибинному ступені, що одне неможливо обґрунтувати без іншого, що одне, скоріше, переходить в інше, якщо говорити мовою Гегеля».

Сутнісна характеристика ідентичності – багатогранність, багатосторонність. Науковці, акцентуючи увагу на інтегративності феномена людської ідентичності, зазначають в якості основних його елементів родову, групову та індивідуальну ідентичності. Однак частка цих ідентичностей, існуючих в складі індивідуальної «самості» і через неї, може бути різною. Умовою формування названих ідентичностей є власне «інше», від якого відбувається відштовхування.

Таким чином, феномен людської ідентичності в найзагальнішому вигляді є досить складний образно-оціночно-смісловий конструкт, що формується в індивідуальній свідомості на основі синтезу результатів різного роду ідентифікацій.

Слід зазначити, що «самоідентифікація людських індивідів є у всіх її проявах соціальною» [3] і, в кінцевому підсумку, повноцінність ідентичності, інтегрованість образу власного «Я» буде залежати, як вважає американський дослідник Е. Еріксона, від тієї підтримки, яку людина черпає з колективного почуття ідентичності, що характеризує значущі для неї соціальні групи: клас, націю, культуру.

Важливим конститутивним елементом людської ідентичності, що визначає характер соціокультурних відносин у сучасному мультикультурному світі, є соціальна ідентичність як усвідомлення, відчуття, переживання своєї приналежності до різних соціальних спільнот, а саме таким, як: мала група, клас, родина, територіальна спільність, етнонаціональна група, народ, громадський рух, держава, людство в цілому. Феномен, який виникає з діалектичного взаємозв'язку індивіда і суспільства, зародився в індивідуальній свідомості в процесі поліаспектних соціокомунікативних відносин.

У статті «Криза індивідуальної та колективної ідентичності» німецький філософ В. Хьосле розглядає механізм формування ідентичності крізь призму проблеми комунікативно-діалогічних відносин. На його думку, принципове значення для прояснення сутності феномену людської ідентичності, в тому числі і його соціально-комунікативної природи, має розуміння того, що суттєвою рисою ідентичності є, по І. Канту, початкове синтетичну єдність апперцепції. Мається на увазі, що суб'єктам властиві ментальні стани і завжди апіорна здатність до усвідомлення будь-яких виразних уявлень як власних.

В. Хьосле зазначає, що даний факт особливо цікавий по відношенню до думок індивіда про себе самого, оскільки в цьому випадку людина одночасно виступає і як суб'єкт, і як об'єкт. Як суб'єкт філософ розглядає таку сторону особистості, як «Я», а в якості об'єкта – самість. При цьому В. Хьосле пояснює: «Зрозуміти, що є принципом індивідуалізації – «Я» або «Самість» є вельми нелегко. Надзвичайно важливо зрозуміти, що відмінність між «Я» і «Самість» відносна. Однак «Я» може

також спостерігати за своєю схильністю спостерігати, і в цьому випадку те, що спочатку було «Я», стає «Самість». Проблема ідентичності в будь-якому випадку є проблемою ототожнення, ідентифікації «Я» і «Самості».

Звертаючись до питання соціально-комунікативної природи ідентичності, слід зазначити, що, згідно з В. Хьосле, для успішної самоідентифікації та визнання особистісним «Я» власної самості, «Я» має володіти описовими і нормативними образами, які сформувалися у свідомості людини не тільки відносно інших людей, але і до себе самого – своєї «Самості». Таким чином, осмислене, раціональне прийняття «Самості» особистісним «Я» вимагає гармонійного поєднання цих двох образів. Іншими словами, «Я», яке виконує функцію оцінювання суб'єкта, має характеризуватися наявністю дійсного знання про себе самого, мати оцінку нормативного способу власної самості і уявлення про прийнятність своїх дій і вчинків, що розглядаються з морально-етичної точки зору.

Очевидно, що нормативний образ власної самості викристалізовується в процесі конституювання ціннісної свідомості особистості, а якщо бути точніше – в процесі комунікативно-діалогічного засвоєння індивідом релігійних, естетичних, моральних, політичних цінностей тієї соціальної спільності, до якої він належить. В. Хьосле відзначає, в зв'язку з цим, що для формування розумного нормативного способу своєї самості дії індивіда, його оцінки, думки, судження не повинні вступати в протиріччя з функціонуючими універсальними нормами, загально розділяються соціальними цінностями, оскільки будь-яке їх порушення та ігнорування робить ідентичність самості паразитичною, особливо в тому випадку, якщо «Я» продовжує чекати від інших людей поваги до тих норм, які більше не бажає наслідувати ».

Знання про власну ідентичність, так само як і нормативний образ, складається в процесі комунікативної взаємодії індивіда з іншими індивідами. Значний вплив на ідентичність надає сприймається людиною власне «Соціальне Я», що представляє собою, згідно з концепцією символічного інтеракціонізму Дж. Міда, сукупність

образів індивіда, що сформувалися у інших людей. При цьому В. Хьосле підкреслює, що функція «Інших» в процесі самоідентифікації особистості не зводиться тільки лише до створення «Соціального Я» і його прищеплення індивіду. По-перше, важливе розуміння того, що людина може бути ідентична собі тільки в тому випадку, якщо володіє певним набором індивідуальних характеристик, які усвідомлюються ним як унікальні в процесі порівняння себе з «Іншим».

По-друге, не можна не брати до уваги той факт, що «повноцінність» ідентичності визначається визнанням індивіда іншими людьми, яке відбувається на основі спільності притаманних їм ціннісних орієнтацій і інтересів.

Таким чином, дослідницька позиція В. Хьосле, що стосується соціально-комунікативної природи людської ідентичності, в значній мірі перетинається з положеннями концепцій М. Бахтіна і Дж. Міда, які дотримувалися думки, що процеси особистісного самовизначення, осягнення і затвердження людиною своїх індивідуальних характеристик реалізуються за допомогою багатоаспектних комунікативних взаємодій. Відповідно, «Я» постає в концепціях дослідників «як продукт взаємодії індивіда з іншими людьми, як відгук на ставлення до мене інших, як щось виникає в соціальних комунікативних відносинах» [7].

Теоретичні аспекти проблеми колективної ідентифікації як процесу та колективної ідентичності (як наслідку цього процесу) можливо відобразити наступним чином. На цілий ряд значущих функціональних характеристик соціальної ідентифікації як феномена, що формується в процесі соціально-комунікативної взаємодії, звертає увагу сербський дослідник Д. Степанович-Захарієвська. Вона зазначає, що основним регулятором суспільного життя є колективні цінності, засвоєння яких сприймається індивідом як один із знаків залучення до певної соціальної групи. Сформована колективна ідентичність, в свою чергу, створює передумову для реалізації індивідом системи соціальних ролей, тобто «готує» людини до участі в суспільних відносинах. Не менш важлива функція колективної ідентичності полягає в тому, що вона є свого роду «фіксатором

історичної пам'яті», завдяки чому члени спільноти в різні історичні періоди відчують суб'єктивне відчуття причетності до спільної долі.

Аналіз представлених точок зору дозволяє зробити висновок, що процес формування людської ідентичності пов'язаний з такими значущими процесами соціально-комунікативної природи, як інтерналізація і конституювання ціннісної свідомості особистості. Очевидно, що адекватна сучасній соціокультурній ситуації соціальна ідентичність – це ідентичність, заснована на цінності діалогу, яка може сформуватися тільки як результат участі індивіда в соціальному житті суспільства, осмисленого прийняття ним системи соціальних цінностей, норм, ідеалів, моделей поведінки.

Значний інтерес представляє соціально-філософська концепція, яка зводиться до того, що на сучасному етапі історичного розвитку істотним інтеграційним потенціалом володіє такий тип соціальної ідентичності, як громадянська ідентичність, формування якої передбачає розвиток комунікативно-діалогічних відносин між суб'єктами багатовимірного соціально-політичного простору і відмова від використання маніпулятивних комунікативних технологій. Відзначаючи підвищену конфліктогенність сучасного соціуму, в якості центрального завдання політичної теорії, науковці бачать узгодження «ідей соціальної солідарності, толерантності та групової ідентичності» і побудови на цій основі якоїсь моделі суспільства, в якій дані ідеї не перешкоджають один одному, але швидше за один одного доповнюють і підсилюють.

Основна складність вирішення даної проблеми полягає в «природній суперечливості» феноменів ідентичності і толерантності. Мова йде, перш за все, про те, що процеси формування ідентичності і толерантності прямо протилежні одна одній. Механізм конституювання ідентичності, що представляє собою синтез самототожності і самості, передбачає перманентне відштовхування від «Іншого», толерантність же формується шляхом тимчасового «забуття» інакшості «Іншого», шанобливого сприйняття його суб'єктом толерантності як «рівного» собі. Таким

чином, толерантність несе в собі приховану загрозу для ідентичності того об'єкта, на який вона спрямована. У свою чергу, стирання інакшості об'єкта толерантності, його нівелювання може мати непередбачувані і небезпечні наслідки для стабільного існування соціуму. Бунтом ідентичності проти толерантності є міжнародний і внутрішній тероризм.

Однак, незважаючи на наявні суперечності, існують вагомні аргументи, що говорять на користь симбіозу «ідентичність-толерантність» як гаранта мирного співіснування різних соціокультурних груп, релігій, націй в рамках сучасного соціуму. Обмеження толерантності в цілях захисту національно-державної ідентичності в мультикультурному, багатонаціональному суспільстві, що характеризується радикальним «плюралізмом цінностей», неминуче призведе до кристалізації «суспільного середовища, в якій не буде місця потенційно кримінальним меншинам».

Крім того, колективна (групова) ідентичність є невід'ємним конститутивним елементом індивідуальної ідентичності. Отже, «індивід не може ефективно реалізувати свою індивідуальну свободу (або свою автономію), якщо його ідентичність як члена групи знаходиться під загрозою. Індивід, врешті-решт, ніколи не є тільки індивідом, він завжди є членом групи». І, нарешті, інтолерантність та конфліктність не є перманентними якостями стабільної ідентичності, а проявляються здебільшого в кризові періоди, що супроводжуються, як правило, ламкою усталеної системи цінностей соціуму.

Проблема інтеграції сучасного плюралістичного підходу і культурного товариства може бути вирішена шляхом формування якоїсь спільної для різних соціокультурних груп ідентичності, узгоджується з ідеєю толерантності. Мова йде про максимально нейтральну в ціннісному відношенні громадянську ідентичність, яка протиставляється нав'язуванню «ціннісно навантажених» ідентичностей – національної, державної, культурної, релігійної в їх здатності консолідувати сучасний соціум. Однак громадянська ідентичність не повинна розглядатися як

альтернатива названим груповим ідентичностям, а навпаки – виступати необхідною умовою для їх підтримки, «здорового» розвитку і, відповідно, збереження всього культурно-національного різноманіття соціуму.

Таким чином, толерантна громадянська ідентифікація повинна бути заснована на ідеї громадянства, переосмислюватися відповідно до сучасної соціокультурної ситуації. У класичних концептах громадянства ліберальних і республіканських теоретиків, зокрема в роботах Ж.-Ж.Руссо і Дж. Мілля, ідея громадянства багато в чому перегукується з ідеями релігійної чи національної ідентичності, які, як було сказано раніше, можуть перешкоджати формуванню толерантної свідомості сучасного соціуму і не є більш основними консолідуючими силами в багатонаціональних, поліетнічних державах. Адекватне сучасній епосі розуміння ноумену громадянства ми знаходимо у Д. Уейнсток, який ідею громадянства засновує на демократичних принципах свободи, правового захисту та автономії особистості.

Виходячи з положень концепції громадянства Д. Уейнсток, в якості обов'язкових умов для формування громадянської (колективної) ідентичності можуть розглядатися наступні.

По-перше, в умовах глобалізації, яка характеризується інтенсифікацією міграційних процесів, процедура отримання громадянського статусу повинна бути максимально прозорою, зрозумілою і загальнодоступною.

По-друге, формування стійкої громадянської ідентичності у представників національних меншин вимагає офіційного затвердження певного набору групових прав (в залежності від конкретного соціально-політичного контексту), реалізація яких сприятиме стабільному існуванню етнічних, культурних, релігійних та інших групових ідентичностей.

Таким чином, цивільний статус дозволить представникам меншин впливати на громадську сферу, стати повноправними учасниками публічного дискурсу саме в ролі носіїв унікальних колективних ідентичностей. «Тільки в цьому випадку



громадянська ідентичність, зазначає М. Хомяков, буде сприйматися представниками «зовнішніх» ідентичностей як ресурс. Тільки в цьому випадку громадянська ідентичність стане сприяти солідарності, інтеграції та толерантності суспільства» [2].

По-третє, ідея громадянства і, відповідно, громадянської ідентичності має на увазі створення в суспільстві умов для здійснення громадянами права автономії чи самоврядування. Реалізація даного права можлива за допомогою функціонування інститутів громадянського суспільства і організації відкритого публічного дискурсу в процесі прийняття важливих політичних і соціально-економічних рішень. Крім цього, важливим чинником розвитку стійкої громадянської ідентичності виступають якості, що базуються на довірі і «громадянській дружбі».

Почуття приналежності до соціальної спільності є в сучасному світі одним з основних факторів стабілізації суспільних відносин. При цьому слід зазначити, що комунікативні механізми формування соціальної ідентичності в сучасній соціокультурній ситуації не повинні перешкоджати автономії особистості, реалізації загальнолюдських і громадянських прав. У цьому сенсі зв'язку з громадськістю, враховуючи їх унікальні феноменологічні і функціональні характеристики, можуть розглядатися, з нашої точки зору, як один з найбільш ефективних комунікативних інструментів формування адекватної сучасної ситуації соціальної ідентичності.

Механізм реалізації соціальної інтеграції забезпечується низкою приватних функцій соціальної комунікації. Високий консолідуючий потенціал соціальної комунікації в суспільстві обумовлений, перш за все, її функцією, як соціальна ідентифікація, реалізація за посередництвом приватних функцій, головним чином, функцій соціалізації, інтерналізації, формування ціннісного, морально-етичної свідомості суспільства.

Для характеристики суспільства рубежу ХХ-ХХІ століть в практиці науково-дослідницької діяльності використовується термін «транзитний соціум», що

підкреслює його перехідний стан, пов'язане, перш за все, з демократизацією суспільно-політичного життя і зі становленням інститутів громадянського суспільства, з плюралізацією соціокультурного простору, зміною традиційних ціннісних уявлень.

При цьому процеси модернізації реалізуються в умовах глобалізації та динамічного розвитку інформаційно-комунікативних технологій, що робить істотний вплив на інтенсивність і характер їх протікання.

Дослідниками відзначається, що одним з основних дезінтеграційних чинників в сучасному суспільстві є криза соціальної ідентичності громадян, а саме таких її форм, як національно-культурна, історична, політична, громадянська. Ситуація, що склалася, актуалізувала введення проблеми колективної ідентичності суспільства як важливої умови соціальної консолідації в коло найбільш гострих проблем вітчизняного соціально-філософського дискурсу. Однак при всій дискусійності даного питання до сьогоднішнього дня соціально-філософське осмислення комунікативних механізмів формування соціальної ідентичності суспільства не висувалося як завдання окремого наукового дослідження.

### 1.3. Теорія поколінь

В діагностиці ідентичності важливо кількість характеристик, відповідних кожній ідентичності, і порядок їх написання (чим більше характеристик ідентичності і чим вище вони знаходяться в списку, тим більше вони важливі для особистості, тим більш розвинена відповідна ідентичність).

Аналіз досліджень щодо культурної ідентифікації сучасної української молоді, трансформації суспільних процесів, що спричиняють зміни соціально-культурних підстав внаслідок прискорення глобалізаційних процесів постіндустріального, інформаційного суспільства, та надають значний вплив на зміну ціннісної свідомості і формування культурної ідентичності покоління молоді XXI ст. (мілленіалів) дозволив встановити наступне.

Сучасна українська молодінь – це покоління мілленіалів. Його становлення відбувалося в період "суспільства споживання", яке супроводжувалося не тільки стрімким економічним і технічним розвитком, а й рядом соціальних змін, таких як зростання доходів, що суттєво змінює структуру споживання; зниження тривалості робочого дня і зростання вільного часу; розмивання класової структури; індивідуалізація споживання. Культура масового споживання матеріальних благ вплинула на різні соціальні процеси, в тому числі на формування системи цінностей сучасних поколінь. Одночасно в процесі внутрішньо-культурної соціалізації формується культурна ідентичність.

Відтак, багато сучасних теорій постмодернізму розглядають ідентичність поколінь через призму споживання. У сучасній гуманітарній науці споживчу поведінку визначають як «цілеспрямовану практичну діяльність по задоволенню потреб у товарі або послуги з моменту виникнення потреби і закінчуючи поведінкою споживача після покупки товару або користування послугою».

Одним з перших про зміну культурного фокуса в епоху становлення суспільства споживання, ще в 1970-х рр., говорив Ж. Бодрійяр: «В сучасному

суспільстві люди оточені не тільки людьми, скільки речами. Індивіди сучасного суспільства більше не зайняті спілкуванням один з одним, а захоплені прагненням заволодіти, вивчити ці нематеріальні блага, які постійно бачать в рекламі, що заповняють їх свідомість в таких масштабах, що ці блага бачаться їм навіть уві сні» (Baudrillard, 1998). Тим часом, в 1990-х рр., Р. Інглхарта були позначені тенденції зниження домінування споживчих цінностей і згасання раціональних мотивів в процесі споживчого вибору.

Підтверджена також гіпотеза С. Майлза про повсюдну активізацію «консюмеризму як різновиду споживання, що спирається на принцип марнотратства» в Західній Європі. У той же час виникають нові моделі споживчої поведінки, які, згідно з М. Маклюеном, формують сучасні продуктивні і інформаційні технології. Дж. Дьюзенберрі показує, що споживачі-мілленіали пов'язують свої можливості зі споживанням інших більш забезпечених груп, які тим самим здійснюють на них постійний культурний тиск, що змушує нарощувати обсяги споживання. Символічні товари повсякденного використання в культурі суспільства споживання дозволяють особистості конструювати свій символічний образ.

В сучасному суспільстві споживання «маніпулювання товарами як культурними знаками має на увазі не стільки здатність товару задовольняти людську потребу, скільки соціальне значення, що надається власникові товару в даній культурі». Споживча поведінка пов'язане з проявом ідентичності за допомогою демонстрації певного способу життя, де першорядну роль відіграють символічні товари. Елементи даної культури виступають в якості норм та ідеалів в системі функціонування соціальних відносин.

У той же час процес споживання дозволяє дистанціюватися від інших через підтримку певного способу життя, відбувається асиміляція в конкретну референтну групу з певними нормами поведінки.

Наочно вплив даних процесів на суспільне життя і свідомість сучасної української молоді можна розглянути на прикладі покоління міленіум, сформованого під впливом подій кінця ХХ - початку ХХІ ст. Так, мілленіали є яскравими представниками нового соціально-культурного типу людей, який Е. Фромм визначав як *homo consumers*.

Узагальнюючи фундаментальні положення теорій суспільства споживання в сучасній філософії, можна виділити наступні відмітні риси, властиві суспільству споживання, які багато в чому мали значний вплив на формування системи цінностей покоління сучасної української молоді:

- значне збільшення витрат населення на товари і послуги в глобальному світі в порівнянні з попередніми періодами;
- трансформація ролі мас-маркету: від місця, що надає можливість задовольняти потреби в необхідних товарах, до місць відпочинку і можливості морального задоволення за допомогою шопінгу як самоцілі;
- розвиток нового інформаційного простору і розширення можливостей комерційних галузей внаслідок науково-технічної революції в сфері телекомунікацій, появи Всесвітньої глобальної мережі і мереж мобільного зв'язку;
- виникнення економіко-культурного контексту формування феноменів культури: бажань, цінностей, норм поведінки, інтересів, багато в чому зумовлених впливом реклами;
- внаслідок конкуренції виробників виникає конкуренція споживачів за право на індивідуальність і підтримання способу життя;
- поява розвиненої системи кредитування, а також системи лояльності споживачів;
- істотні зміни в структурі вартості товарів і послуг, запровадження поняття «вартість бренду»;
- прискорення темпу зміни моди, знецінення матеріальних цінностей;
- комерційна стандартизація зовнішнього образу, поява індустрії краси.

Безумовно, дані елементи суспільної трансформації істотно відбилися на багатьох сторонах соціального життя людей, що обумовлює інтерес до дослідженню їх впливу на сучасні покоління.

В системі цінностей сучасної української молоді присутні такі ціннісні характеристики, властиві культурі споживання, як цінності, що забезпечують задоволення, свободу і соціальний престиж, а також цінності, які важливі для облаштування власного життя. До антицінностей даної групи відносять расизм, брехня, насильство, жадібність, зраду, агресію.

Мілленіали серйозно ставляться до роботи, але прагнуть в той же час до того, щоб в їхньому житті була рівна кількість дозвілля і відпочинок.

Специфічний характер ціннісних орієнтацій, культурної ідентичності і соціокультурного образу української молоді багато в чому обумовлений соціалізацією покоління під значним впливом домінуючої в даний період ідеології постмодернізму.

Покоління сучасної молоді України є основним споживачем мас-маркету.

Аудиторія покоління міленіум (сучасна українська молодь) досить обширна і складається з людей у віці від 15 до 35 років. Умовно, виходячи з стилю життя і життєвого досвіду певних представників сучасне молоде покоління поділяють на 5 груп споживачів: hip-ennials, millennial moms, anti-millennials, gadget gurus, clean and green millennials, old school millennials.

Hip-ennials. Представниками даної групи в основному є студенти і домогосподарки. Вони обізнані про все, що відбувається в світі, беруть участь в благодійних заходах і постійно відчують інформаційний голод. Вважають за краще купувати товари, безпосередньо пов'язані з доброчинністю або які мають символічне значення.

Millennial moms. До цієї групи входять люди у віці від 25 до 35 років, які мають стабільний дохід і перебувають у шлюбі. Вони є активними учасниками інтернет-спільноти, вважають за краще ділитися досвідом і переймати його у інших

користувачів. Найбільш привабливими для них сферами споживання є охорона здоров'я, туризм, сімейне дозвілля.

**Anti-millennials.** Представники антиміленіалів відрізняються не властивими більшості психологічними аспектами поведінки і споживчими звичками. Вони носії традиційних цінностей, відрізняються працьовитістю і скромністю, цінують комфорт і прагнуть до успіху. У той же час значна частина мілленіалів воліють зберігати баланс між роботою і життям, самоціллю і найвищим досягненням для них є отримання нового життєвого досвіду. Споживча поведінка багато в чому обумовлено їх постійною зайнятістю і направлена на підвищення ефективності діяльності.

**Gadget gurus.** До цієї групи відносять тих представників покоління міленіум, хто не тільки володіє новітніми технологіями, а й є яскравими представниками інтернет-культури. Як особливість їх культурної ідентифікації та поведінки відзначають їх потреби в придбанні техніки останнього покоління і оновлень програмних продуктів для комп'ютерів та електроніки.

**Clean and green millennials.** Мілленіали, що належать до цієї групи, є захисниками екології та навколишнього середовища. Їх поведінка спрямована не тільки на реалізацію своїх бажань і потреб, але разом з тим і на турботу про екологічний стан природи. Купляють книги і журнали про екологію і збереження природи, тому завжди готові витратити більше на продукти, які не завдають шкоди навколишньому середовищу.

**Old school millennials.** Молоді люди, що належать до даної підгрупи, - прихильники старих традицій. Вони набагато менше застосовують технології і, на відміну від більшості своїх однолітків, вибирають інтерактивні взаємодії в реальному житті. Вважають за краще купувати засоби для отримання нового досвіду і вражень, наприклад, подорожі, матеріали і можливості для сімейного дозвілля, а також книги.

Незважаючи на диференціацію за відмітними культурними аспектами і особливостям поведінки, сучасна українська молодь має схожі мотиви споживання і використовують одні способи вираження своєї культури. У даної соціальної групи виникають нові потреби, «ці нові потреби накладають на людину і суспільства нові обмеження, є певні фактори вторинного типу». Крім того, потреби у різних підгруп, істотно розрізняються. Багато в чому їх формує культура соціуму, що оточує індивіда протягом визначеного періоду.

Покоління сучасної української молоді - покоління перехідного періоду - формувалося паралельно з науково-технічним прогресом. Мілленіали старшого віку найменше були піддані впливу інформаційно-комунікативних технологій, у той час як інші їх представники є носіями кіберкультури.

Культурний образ сучасної української молоді, безумовно, визначається мережевим характером соціалізації і впливом кіберкультури призводить до інкультурації даного покоління в віртуальну реальність. Особливо варто звернути увагу на реалізацію суб'єктності представників даного покоління, тісно пов'язану з демонстрацією певного рівня, якості і стилю життя.

Поведінка молодих людей має низку специфічних особливостей, багато в чому схожих з характером попередніх поколінь, проте мають свій виключений характер. Так, наприклад, в питаннях культурної ідентифікації молоді люди також звертаються до досвіду інших осіб, проте обмін думками відбувається у віртуальній реальності, тобто в процесі онлайн-комунікацій на різних медіамайданчиках.

У той же час рішення про долучення до певного явища, культурної ідентифікації відбувається за умови тривалого пошуку інформації в віртуальному просторі на різних соціальних медіаплатформах. Думка потенційного респондента про той чи інший факт формується в залежності від існуючих позитивних і негативних відгуків лідерів думок.

До того ж, останнім часом серед фахівців широко поширена думка про те, що людям необхідно об'єднувати щось більш значуще, ніж тільки загальні цінності і



наднаціональні політичні інститути. Мова, зрозуміло, йде про культуру, яка за визначенням дійсно може об'єднувати людей. Деякі політики вважають, що на території Об'єднаної Європи створюється культура саме такого типу. Ця культура має ознаки глобальності. На думку фахівців, процес створення такої культури набагато важливіше, ніж власне об'єднання європейських держав. Аналогічний підхід може бути застосовано і до української молоді.

Глобалізація культури при даних умовах сприяє розширенню господарського ринку, відкриття політичних кордонів, створення загальної системи права і освіти. Особлива роль тут належить медіа, які досить швидко поширюють по всьому світу певні ідеї, цінності, способи мислення і реагування, зразки поведінки, стиль життя, полегшують переміщення людей.

Звідси взагалі виникає питання, чи готова молодь, в тому числі і українська, до таких глобальних змін, чи в змозі вона зберегти свою національну ідентичність, національну культуру?

Перед Україною в даному випадку виникає ще й питання, чи може вона відродити і відновити свою національну ідентичність і самобутність після століть забуття, знищення, приниження? Очевидно, що проблема ідентичності української молоді в умовах глобалізації поглиблюється проблемою її самоідентифікації.

На жаль, сучасне суспільство не «бачить» своєї соціальної природи, ні властивих йому історичної індивідуальності і унікальності, ні свого соціально-психологічного образу, з іншого ж боку, наука суспільствознавства в спробах осмислити соціально-політичні, соціально-економічні та культурно-історичні зміни в країні стикається з труднощами їх розпізнавання і кваліфікації. Їй би слід було обґрунтувати нову модель ідентифікаційної практики, проте на це немає офіційного замовлення держави.

Слід також мати на увазі ще одну перешкоду на шляху культурної ідентифікації української молоді – транзитність українського суспільства. Воно занадто молоде соціальне утворення, формування системних характеристик якого

знаходиться ще на стадії можливості їх різних варіантів. Його базових систем і підсистем властива структурно-функціональна незавершеність, недостатня або надлишкова автономність, вони ще не отримали головних властивостей суспільної системи в цілому. Словом, системно освітні тенденції цього суспільства надійно не зміцнені і можуть поступитися місцем іншим (наприклад, на ґрунті запеклої боротьби протилежних політичних сил в суперечці про різні варіанти майбутнього, як приклад просхідні і прозахідні орієнтації жителів різних регіонів).

## **Висновок до першого розділу**

Отже, відповідно до сучасних досліджень, ідентифікація – структура, що трансформуються, вона розвивається протягом усього життя, проходить через подолання криз, може змінюватися в прогресивному або регресивному напрямках, тобто бути «успішною» (позитивною) або «негативною» (індивід відхиляє будь-які взаємодії).

Теоретичного осмислення проблеми ідентифікації та її наслідку - ідентичності присвячені численні роботи представників різних галузей гуманітарного знання - філософії, соціології, психології, культурології, історії. Деякі аспекти міждисциплінарного аналізу ідентичності мають значний інтерес у контексті проблеми інтеграції сучасного суспільства.

Проблема ідентифікації сучасної людини є, напевно, однією з тих проблем, вирішення якої стає актуальним і можливо відноситься до найважливіших завдань філософсько-гуманітарного дискурсу сьогодення. Нації намагаються відповісти на саме просте питання «Хто ми такі?», національні держави опинилися перед загрозою свого подальшого існування, особистість, а інколи цілі спільноти - перед питанням стосовно своєї культурної ідентифікації

У сучасних умовах, в умовах полікультуралізації і плюралізації, демократизації, а також актуалізованої керівництвом країни соціально-економічної модернізації, індивідуальна ідентичність повинні органічно доповнювати один одного в якості домінуючих компонентів колективної ідентичності.

В останні роки Україна переживає настільки стрімкі зміни в усіх сферах життєдіяльності (економічній, політичній, культурній, духовній), що це, на жаль, викликає не тільки відсутність ідентичного сприйняття даних процесів, але й супроводжується втратою культурної ідентифікації. Остання - виступає параметром самосвідомості й самовизначення людини, держави, суспільства, без

якої неможливо не тільки усвідомлення минулого, сьогодення, але й розуміння майбутнього

Отже, культурна ідентифікація виступає тим середовищем, де відбувається культурний симбіоз минулого і майбутнього, традицій і новацій. В ситуації кризи, захисним механізмом транзитного суспільства вступає не випадковий досвід індивідів, а досвід відкоригований багатовіковою практикою. Адже культурна ідентифікація не є штучним витвором певної нації, вона, перш за все, результат внутрішньої боротьби багатьох поколінь за право існувати, за право бути почутими, за право повноцінного діалогу з іншими спільнотами.

## РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ

### 2.1. Механізми формування культурної ідентифікації сучасної української молоді

В культурологічній науці виділяють поняття культурної ідентифікації. Культурна ідентифікація – це оформлене у вигляді історії, міфів, релігії, духовного життя народу прагнення зберегти і захищати культурні надбання. Це постійно оцінюваний проект житті індивіда або народу, спрямований на майбутнє. Найважливіші ознаки ідентичності особистості – відміна від інших і цілісність [3]. Те ж саме можна стверджувати про етнос і етнічну особистість. У зв'язку з цим стає можливим говорити також про етнокультурну ідентичність, ввівши в наведене визначення замість поняття народу поняття етносу. Тут основним аргументом запровадження поняття культурної ідентичності виступає факт того, що ні культури, ні людини без етнічної приналежності практично немає, а етнос в свою чергу генетично прикріплений до певного природного середовища зі своїми особливостями і біокультурною мовною одноманітністю.

Актуальність проблеми формування національної та одного з видів соціальної ідентичності - культурної ідентичності, пов'язана з низкою факторів: активізацією глобалізаційних процесів, що відбуваються сьогодні в світі, з якими прийшла нова соціальна і культурна епоха, що характеризується нав'язуванням глобальною культурою своїх цінностей, норм і стандартів іншим культурам. Результатом цього з'явилася «гуманітарна криза», «криза ідентифікації», руйнування трансляції між поколіннями моральних і естетичних цінностей; ослаблення почуття приналежності до національної культури і народу, без чого неможливе виховання громадянина, досягнення соціокультурної і духовної єдності нації. З іншого боку, у зв'язку з глобалізаційними процесами відбувається диверсифікація культур,

зростання значущості для людини підстав культурної самобутності, пошуку і осмислення національно-культурної автентичності.

Сутність культурної ідентичності становить синтез чуттєво-інстинктивного (комплекс почуттів і емоційних переживань з приводу приналежності до «своєї» етнокультурної спільності), раціонального (сукупність розгортаються в часі рефлексивних процесів, що утворюють етнічне / національна самосвідомість) і ментального (латентний, глибинний пласт етнокультурної ідентичності, утворений специфічним для даної культури баченням і сприйняттям світу) компонентів. Самосвідомість, почуття і ментальність формують поведінковий аспект етнокультурної ідентичності.

У період соціальних перетворень не просто змінюється характер і направленість ідентичності молоді, змінюються також механізми її формування. У сучасному суспільстві відчуження стає характерною рисою і проявляється не лише у сфері трудової діяльності, а й поширюється на соціальні інститути, такі як політика, освіта, культура, сім'я, релігія. У таких обставинах молодь вимушена вибирати елементи ідентифікації самостійно, відштовхуючись від власного розуміння того, що відбувається. Однією із значних умов, яка опосередковує дію механізмів формування ідентифікації, є глобалізація.

За даними Н. Хвилі-Олінтер, до головних особливостей ідентифікації молоді в суспільстві, що трансформується, належить:

- нестійкість, суперечності та турбулентність ціннісних орієнтацій, які відображають національно-культурну самосвідомість;
- розходження когнітивної та поведінкової складової національно-культурної ідентифікації вказує на нелінійність та нерівномірність процесу ідентифікації;
- прагнення отримати психологічний захист.

Приналежність до національної спільноти виконує компенсаторну функцію в умовах нестабільності та беззахисності. Необхідно розрізнити національну та

етнічну ідентичність, оскільки кожна з них займає певне місце в системі життєвих цінностей. Витоки етнічної ідентифікації слід шукати в минулому, однак процес етнічної самоідентифікації відбувається на основі теперішнього етнокультурного контексту. Етнічність дедалі більше переходить із середовища матеріальної культури до духовної та особистісної сфери. Внутрішніми факторами співвіднесення індивідом себе з певною спільнотою виступають мова, культура і престиж етносу в суспільстві. Поняття національної ідентичності належить до розряду соціально-політичних, які орієнтовані на вироблення еталонів етносоціальної, політичної поведінки. Національна ідентичність спирається на культурні й громадсько-політичні традиції, інтереси, перспективи політичного розвитку, спільні політичні інститути, права та обов'язки, економічний і соціальний простір, спільність громадянства

Для того щоб чуттєво-інстинктивний, раціональний і ментальний компоненти в єдності сприяли формуванню поведінкового аспекту етнокультурної ідентичності особистості (історично і культурообумовлених форм репрезентації і маніфестації приналежності до етнокультурної спільності і її єдності і цілісності [3], в процес виховання включаються багато засобів традиційної художньої культури, вплив на які формується особистість що описані в сучасній науковій літературі , а саме: національна мова, народний танець, національна гра, національний театр, національна казка, література тощо.

У сучасній філософській літературі описана роль музики, як знаряддя націоналізму (комплексу соціальних переживань, думок, ідей і дій, спрямованих на конструювання і підтримання сукупності національних ідентичностей). Розглянута ідея про те, що протягом еволюції націоналізму музика була ефективним засобом формування народностей з родів і племен; показано значення музики в появі історичних етносів з окремих народностей; моно-, полі-, квазіетнічних держав і служила фундаментом для формування національних спільнот.

Отже, музика може сприяти становленню етносів і субетносів, але чи може вона впливати на присвоєння підростаючим поколіннями традицій (норм, цінностей) цих етносів і субетносів, на формування культурної ідентичності? Пошук відповіді на це питання вимагає розгляду багатьох моментів, в тому числі і тих, які пов'язані з механізмами, які сприяють успішному формуванню етнокультурної ідентичності.

Сучасними психологами доведено, що музика впливає на становлення ідентичності особистості і реалізується через спілкування. Так, виділяють ряд психологічних механізмів впливу музики на становлення ідентичності особистості: комунікативний, психодинамічний і естетичний. Найбільше значення для становлення ідентичності особистості має комунікативний механізм, тому що вплив музики сприяє внутріличностна спілкуванню слухачів (внутрішній діалог, який відбувається в «Я-концепції» між «Я-реальним» і «Я-ідеальним»), що веде до становлення особистісної ідентичності; міжособистісному спілкуванню, що сприяє сприйняттю людиною себе як члена групи.

Це твердження засновується на існуванні ряду джерел самосприйняття людини в процесі музичної діяльності. На «зовнішньому», міжособистісному рівні спілкування – співвіднесення себе з іншими, сприйняття себе іншими. На «внутрішньому», внутрішньоособистісному рівні спілкування, який передбачає діалог слухача з самим собою, з «ліричним героєм» музичного твору - композитором, сприйняття себе через результати власної діяльності, спостереження власних внутрішніх станів, безпосереднє сприйняття власного зовнішнього вигляду.

«Зовнішній» рівень спілкування сприяє становленню соціальної ідентичності (до якої відноситься культурна ідентичність), а «внутрішній» сприяє становленню особистісної ідентичності. По суті, тут йдеться про механізми ідентифікації (співвіднесення себе з іншими) і рефлексії (спостереження власних внутрішніх станів).



Соціальні та особистісні механізми ідентифікації (ототожнення суб'єктом себе з іншими суб'єктами або уподібнення їм) і відокремлення (індивідуальне привласнення людиною соціального досвіду людей, виділення із загального цілого) породжують глибокі психологічні феномени – національну самосвідомість (виражається займенником «ми») з позитивними компонентами самоприйняття, усвідомлення сусідніх етносів («вони»), амбівалентну спрямованість їх співвідношення (прийняття і співробітництво, з одного боку, відокремлення і агресія з іншого). Відтак, ідентифікація здійснюється, як здатність приписувати свої особливості, схильності і почуття іншим, а також переживати їх як свої (персоніфікація). Ідентифікація забезпечує засвоєння конвенціональних ролей, норм, правил поведінки в суспільстві.

Культурна ідентифікація дозволяє відчувати свою приналежність до тієї чи іншої соціальної групи, спільності, що є носієм культурних цінностей. Засобом ідентифікації вона називає соціокультурні зразки (цінності, норми, ідеали, образи окремих особистостей і т.д.).

Ідентифікаційний процес визначають як соціо-і психокультурний механізм, що формує особистісне ядро і гармонізує відносини людини з соціальним середовищем, що сприяє зануренню людини в світ культурних цінностей і органічному освоєнню домінуючого типу ментальності. Ідентифікація задає антропологічні пріоритети і норми, формує образи людини і людяності, які визнаються в якості прийнятних і бажаних в рамках цієї спільноти [9].

Процес культурної ідентифікації здійснюється протягом усього життя людини, але саме підлітковий період та період юності є в цьому плані ключовим, що пов'язано з тим, що в цей період відбувається формування більш високого рівня самосвідомості, самооцінки і поява гострого інтересу людини до самої себе. Молода людина, відчуваючи свою включеність в систему соціальних взаємин, пізнає себе в постійному порівнянні з іншими людьми, оцінюючи себе в опорі на суспільно визнані еталони і норми. Розширюються зв'язки молоді з оточуючими їх людьми,

що спричиняє необхідність освоєння нових соціальних ролей і культурних патернів. Тому саме включення механізму ідентифікації у формуванні у культурної ідентичності молоді є найбільш ефективним.

У серпні 1991 почався процес відновлення української державності. Згідно зі статтею 11 Конституції України: «Держава сприяє консолідації та розвитку української нації, її історичної свідомості, традицій і культури, а також розвитку етнічної, культурної, мовної та релігійної самобутності всіх корінних народів і національних меншин України». Однак і сьогодні ми спостерігаємо поділ України на Східну і Західну не тільки в географічному сенсі, але і в політичному, економічному, певною мірою культурному і національному. Виходячи з цього, спостерігається різниця і в питанні національної і культурної ідентифікації молоді України. Але в той же час, важливо розуміти, що з моменту об'єднання всіх українських територій в єдину державу на місцевому рівні не використовувалося чіткий поділ між Заходом і Сходом. Поняття Східний або Західний регіон не мало широкого поширення, натомість вживалося територіально-адміністративне поняття область. У цьому контексті В. Бортніков стверджує, що політичні технології дуже часто використовують з метою протиставлення громадян і розколу суспільства, щоб досягти бажаних результатів для тих чи інших політичних сил.

Також слід зазначити, що один і той же факт української історії нерідко інтерпретується по-різному. Це знову-таки пов'язано з відсутністю національної ідентичності (одного з її елементів), загального осмислення і переживання історії, минулого країни. «Територіальна нерівномірність» в процесі становлення сучасної української нації дає також підстави говорити про «два прояви українського націоналізму» [15, с.12].

Спираючись на дослідження Н. Рябчука, можна стверджувати, що на сьогодні в Україні існує два націоналізми:

- «автохтонний» - західноукраїнський, або, як кажуть жителі східних регіонів – «бандерівський» 2

- «креольський» (Малоросійський) - націоналізм російськомовного українця, який бере участь в державному і громадському житті країни [16].

На думку професора Лондонського університету Е. Вілсона, існує кілька моделей ідентичності в Україні:

- національно-етнокультурна модель, яка спирається на концепцію «Одночасного національного відродження» для всіх етнічних груп України, свого часу запропонована Рухом;
- «Інша Україна»: модель подвійної ідентичності, яка спирається на міф про існування в Україні українців і україноросів;
- євразійська ідентичність, яка була проголошена в інавгураційній промові Л. Кучми в 1994 році, де говорилося, що Україна є складовою євразійського економічного та культурного простору разом з Росією і Білоруссю;
- синтетична модель, в яку одночасно вплетені радянські традиції і етнокультурні цінності;
- «Українська політична нація», основою якої є українське громадянство [4, с. 126].

Крім того, в Україні існує неоднакове сприйняття приналежності до однієї нації, неоднаково воно навіть між жителями міста і села. Інколи спостерігається зневажливе ставлення жителів міст до сільському населенню, а жителів великих міст до перших і других. Ця «історично дана проблема пов'язана з спустошенням сіл, чому сприяли урбанізація, індустріалізація та низький рівень поваги до сільської культури і праці. "Комплекс провінційності" жителів сіл і районних центрів був обумовлений зневажливим ставленням до них представників міст з позиції переваги міської культури».

## **2.2. Мультикультуралізм і формування ідентифікації української молоді в процесі глобалізації**

Соціокультурні умови існування сучасної молоді людини, чинники формування її культурної ідентифікації знаходяться в центрі уваги вчених найрізноманітніших сфер науки.

Сучасні соціогуманітарні науки акцентують свою увагу на такому чиннику, що визначає основний зміст епохи, як глобалізація. У найширшому сенсі, вона визначається як процес всесвітньої економічної, політичної та культурної інтеграції та уніфікації. Причиною і наслідком цього процесу є світовий поділ праці, міграція капіталу, людських і виробничих ресурсів в масштабах всієї планети, стандартизація законодавства, економічних, технологічних процесів та міжкультурні комунікації. Можна сказати, що глобалізація прагне охопити всі сфери життя суспільства.

Тема глобалізації займає центральне положення в наукових і громадських дискусіях, в яких вчені і громадські діячі займають часом діаметрально протилежні позиції з приводу оцінки цього феномена – від повного прийняття і позитивного ставлення до нього, до повного заперечення можливих позитивних сторін цього процесу.

За останні роки досить багато уваги в науковій літературі приділялася економічним, соціальним, політичним, екологічним, комунікаційним процесам, що становлять суть глобалізації. Але зараз, все ж таки, актуальними є соціокультурні проблеми становлення особистості в світі, що глобалізується.

Глобалізація, активно впливаючи на трансформацію соціального життя, неминуче породжує і новий тип особистості. Звичайно, ми зараз перебуваємо ще на початку шляху, і контури нового суспільства тільки вимальовуються, змушуючи нас швидше припускати, ніж знати, якими новими соціальними і культурними

рисами буде володіти людина. Але, безумовно, глобалізація породжує нові проблеми культурної ідентичності особистості.

Як вже було зазначено, культурна ідентичність формується, перш за все, в процесі соціалізації і акультурації особистості, усвідомленні своєї відмінності від інших в соціокультурних контактах. Під культурною ідентичністю, як правило, розуміють усвідомлене прийняття особистістю культурних норм, правил, стандартів поведінки і мислення, традицій, цінностей і мови тієї культурної спільності, з якою людина себе ототожнює. Ототожнення себе з певними культурними групами дає особистості можливість зробити своє життя більш зрозумілим, впорядкованим і передбачуваним.

На формування культурної ідентичності в даний час дуже сильно впливають сучасні інформаційні та комунікаційні технології, які є одними з важливих факторів глобалізації в культурній сфері. У цьому процесі чітко простежуються дві вкрай суперечливі тенденції. З одного боку, глобалізація сприяє уніфікації культурного і духовного різноманітного світу, а з іншого боку - відкриває більш широкий доступ до цінностей національних культур, сприяє їх взаємозбагаченню і не скасовує національної самобутності.

Існує кілька підходів до оцінки культурної глобалізації. Один з них, найпоширеніший, який умовно можна назвати критичним, характерний для представників франкфуртської школи в філософії Т. Адорно і М. Хоркхаймер [1], які побачили в культурній глобалізації тенденції до комерціалізації культури. Вони першими звернули увагу на феномен культурної індустрії, що породила масову, комерційну культуру, яку сьогодні називають медійною та постмодерністською. Більш того, глобалізація розуміється як вестернізація і навіть американізація культури. Це не синтез культур і не їх добровільне вибіркове засвоєння кожним народом загальнолюдського культурного змісту, а фактично насильницьке насадження однієї «універсальної» - американської. Відбувається загальна "діснейлізація" і "макдоналдзізація". Американське суспільство споживання диктує

свої закони і правила, норми і цінності всього людства як необхідність закону буття. Це веде до зменшення впливу іншокультурних спільнот, до непоправної втрати того, що складає основу дійсності людини і її буття. Подібні ідеї можна виявити в структуралізмі М. Фуко [2, 3], ситуаціоналізмі Г. Дебора [4], постмодернізмі Ж. Ф. Ліотара [5] і Ж. Бодріяра [6].

Деякі вчені більш позитивно оцінюють значення глобалізації в культурній сфері. Е. Гідденс [7] не вважає, що глобалізація – це вестернізація, а розуміє її як процес, який може призвести до культурного плюралізму, зокрема, за рахунок злиття видів мистецтв. Більш того, глобалізація формує суспільство безмежних можливостей, поширюючи масову культуру по всій планеті незалежно від статі, віку, національності та віросповідання. З'являються нові можливості для культурного обміну, розширюється поле його поширення. А це, в свою чергу, сприяє більш свідомої ідентифікації національних культур, формуючи у різних народів толерантність, терпимість по відношенню до «далеких-близьких» культур, і вибудовує більш гуманні форми взаємодії.

Не заперечуючи позитивного значення глобалізації в культурній сфері, слід зазначити, що взаємовплив і взаємодія культур одна на одну, породжує проблеми, пов'язані зі зростанням їхньої взаємозалежності і, отже, взаємопов'язаності.

Одна з гострих проблем глобалізації сьогодні є проблема збереження, поряд з процесом соціокультурної уніфікації, різноманіття культур, взаємин і співіснування окремих культурно-історичних спільнот, прогнозованих у деяких сучасних теоріях, наприклад С. Хантінгтона [8], як зіткнення, а в інших – зникнення культури як такої та затвердження нової цивілізації. Ще виділяється небезпека культурної уніфікації, «американізації» і вестернізації, тобто затвердження в якості загальних культурних універсальї системи цінностей західноєвропейської культури, активно впроваджуються за допомогою широкого поширення засобами масової інформації, породжують такий суспільно-культурний рух, як антиглобалізм. Разом з цим широку пропаганду в засобах масової інформації набувають ідеї культурної

толерантності та мультикультуралізму, як особливої практики і політики безконфліктного співіснування в одному життєвому просторі безлічі різнорідних культурних груп.

Мультикультуралізм виник в Європі в післявоєнні десятиліття як соціально-політична доктрина, згідно з якою іммігранти мають право і повинні зберігати свою культуру і самобутність, створюючи культурну мозаїку, яку взяли в їх країнах. Це принципово відрізняється, наприклад, від ідеї «плавильного котла», яка панує в США. Мультикультуралізм проголошений офіційною державною політикою в Канаді та Австралії. В європейських країнах (Франція, Великобританія і Німеччина) ідеї мультикультуралізму отримали визнання в кінці 90-х рр. ХХ ст.

В рамках політики мультикультуралізму урядом за підтримки засобами масової інформації робляться кроки, спрямовані на збереження національної самосвідомості іммігрантів, їх мовної, культурної, релігійної відокремленості від корінного населення. Обов'язковим атрибутом політики мультикультуралізму є пропаганда толерантності і тензофобії серед корінного населення.

У поєднанні з масовою імміграцією, якою зазвичай супроводжується політика мультикультуралізму, кінцевим підсумком є утворення в державі великих етнічних груп, що не усвідомлюють себе частиною нації, і є конкурентними по відношенню до неї.

Не заперечуючи позитивного значення глобалізації в культурній сфері, слід зазначити, що взаємовплив і взаємозв'язок культур, породжує проблеми, пов'язані зі зростанням їхньої взаємозалежності.

У поєднанні з масовою імміграцією, якої зазвичай супроводжується політика мультикультуралізму, кінцевим підсумком є утворення в державі великих етнічних груп, що не усвідомлюють себе частиною нації, і є конкурентними по відношенню до неї.

В цьому аспекті критики культурної глобалізації виявляються праві. Загроза втрати культурної ідентичності і як наслідок, вестернізації (американізації)

культури, з одного боку, доповнюється загрозою «на місцях», з іншого. І якщо спочатку ідеї мультикультуралізму сприймалися позитивно, то в даний час вони зазнають краху в європейських країнах (за винятком Швейцарії, але там ніколи й не було масової імміграції). Основу культурної ідентичності європейських народів становили християнські цінності, масова імміграція з ісламських країн привнесла цінності зовсім іншої культури. Складність взаємного співіснування груп населення з різними ціннісними орієнтаціями проявилася в тому, що ісламські громади не прагнули ідентифікувати себе з приймаючою нацією.

Дослідження такої нової наукової дисципліни, як міжкультурна комунікація, яка виникла з 60-х рр. ХХ століття внаслідок актуалізації міжкультурної проблематики, показали, що контакти між культурами, що мають у своїй структурі різні ціннісно-світоглядні підстави, несуть в собі загрозу виникнення конфліктних ситуацій і зростання загальної напруженості. Виявлення причин виникаючих культурних антагонізмів заслуговує окремого серйозного дослідження, однак вже зараз стає зрозуміло, що основу міжкультурної напруженості складають відмінності в нормативно-ціннісному підставі культур.

Існує не одна сотня спроб визначення сутності явища «культура» [6], але, незважаючи на існуючі відмінності в його тлумаченні, більшість дослідників підкреслює наявність у кожної культури свого унікального набору цінностей, норм, звичаїв, стереотипів, мовних форм і релігійних підстав.

Так, саме процеси глобалізації призвели до збільшення кількості міжкультурних контактів, а відповідно, до необхідності пошуку вирішення проблеми мирного співжиття в умовах мультикультурності. Оскільки людині часто властиво шукати найбільш прості і найменш трудомісткі варіанти вирішення виникаючих проблем, в якості реакції на ситуацію, що склалася на рубежі 50-70-х рр. ХХ ст. спочатку в Канаді і США, а потім і в Європі з'явився термін «мультикультуралізм» як «ідеологія, яка пропагує і підтримує культурне розмаїття та збереження культурної ідентичності в багатонаціональних державах» [9].



Починаючи з 1980-х рр. багатьма європейськими державами в зв'язку з частими контактами з представниками інших культур на своїй же території в якості основної програми по вирішенню даної ситуації була прийнята так звана «політика мультикультуралізму», парадигма якої полягала в наступному: необхідно було вчитися жити «паралельно» з представниками «інших» культур, приймати їх такими, якими вони є, закривати очі на існуючі культурні відмінності. В основі політики мультикультуралізму лежав принцип толерантності – «допущення, визнання і повага відмінностей; моральний максимум, за потребою веде до пошуку можливостей вирішення конфліктів і протиріч через визнання права іншого (інших) на відмінні від наших погляди, вірування, форми поведінки» [10].

Таким чином, мультикультуралізм пропонував формат паралельного співіснування представників різних культур в межах багатонаціональної держави. Для його реалізації в принципі не передбачалося жодних культурних змін, була відсутня сама необхідність будь-якої трансформації, від людей потрібно лише пристосуватися до нових умов існування і навчитися «закривати очі» на час неприємних культурних зіткнень. Політика мультикультуралізму виступала в якості альтернативи жорстким універсалістським підходам, пропонуючи, як здавалося, компромісне рішення проблеми «багатокультурного гуртожитку» .

В останні роки багато європейських держав, а в основному саме вони виступили світовими донорами цивілізаційних благ для іммігрантів з інших культур, почали відмовлятися від проведеної довгі роки політики мультикультуралізму. Спочатку про її крах заявив прем'єр міністр Великобританії Девід Кемерон, а потім німецький канцлер Ангела Меркель.

Першою на цю тему висловилася канцлер Німеччини Ангела Меркель [9]. З одного боку, вона визнала мультикультуралізм як загальноприйнятий факт існування в Німеччині різних культур (наприклад, за словами А. Меркель, «іслам вже став невід'ємною частиною Німеччини»), з іншого боку, вона виступила з критикою «вульгарного» мультикультуралізму, тобто такої політичної практики,

яка призвела до роздільного і замкнутого існування громад в складі однієї держави. Саме цю замкнутість («живуть пліч-о-пліч, але не взаємодіють») канцлер визначила як «абсолютний крах» політики мультикультуралізму.

Цю ж думку повторив і прем'єр-міністр Великобританії Девід Кемерон [10] і вніс в неї важливе уточнення. Виступаючи в Мюнхені на міжнародній конференції з безпеки в 2011 р., він підкреслив, що проблему мультикультуралізму становить не стільки специфічність різних релігійних культур, представлених в сучасній Великобританії, скільки відсутність у нових британців єдиної громадянської, загальної британської ідентичності. У соціологічному дослідженні 2007 року було виявлено, що третина британських мусульман вважає, що їм ближче мусульмани з інших країн, ніж їхні співгромадяни-англійці. Д. Кемерон зробив висновок, що у молодих людей, вихідців з мусульманських країн, немає інших ідентичностей, крім співвіднесення себе з громадою, це змушує їх дотримуватися агресивних форм ісламу і співчувати терористам. З метою подолання культурного розколу суспільства і встановлення позитивного плюралізму британський прем'єр запропонував особливу ліберально-громадянську концепцію, названу ним «енергійний лібералізм». А традиційна культура не витісняється, а доповнюється культурою нових етнічних груп. Громадянська культура розвивається не замість національних культур, а разом з ними. На погляд англійської лідера, інтеграція відбудеться, якщо люди, що належать до різних культурних спільнот, матимуть спільну мету, наприклад, у цивільному турботі про свою країну як єдиному просторі буття.

Таким чином, можна визначити, що подальша доля мультикультуралізму в Євросоюзі, в тому числі і Україні, буде залежати від того, як зможуть ужитися один з одним християнські і світські цінності сучасної Європи з непримиренною і такою, що складно піддається асиміляції - мусульманською громадою.

Негативні наслідки проведеної політики мультикультуралізму, таким чином, полягають в тому, що «культури, які не діючи разом, сегментуються і соціально

замикаються в свої групи. Емігранти в наступних поколіннях не асимілюються. Протилежна ситуація зустрічається рідко [11]. Все це породжує міжкультурну напруженість і підвищує ступінь агресивності в суспільстві, що в свою чергу може привести до великих міжкультурних конфліктів, оскільки «втекти» з рідного дому стає вже нікуди. Припустимо, політика мультикультуралізму дійсно непридатна для вирішення існуючих глобальних проблем. Тоді виникає справедливе запитання – які ще альтернативи можуть існувати?

Можливі й нові стратегії культурної політики. Так, більш привабливим і перспективним варіантом в умовах глобалізованого суспільства, є, наприклад, модель «індивідуальної свободи і культурного вибору», базові принципи якої виклав Амартія Кумар [12], один з найяскравіших сучасних вчених-економістів, лауреат Нобелівської премії. Він передбачає, що етнічні, релігійні та інші групові культурні традиції здебільшого не добровільні, вони «аскриптивні», тобто приписані індивіду від народження. І основна мета політики заохочення культурної свободи полягає в ослабленні цієї зумовленості, в розвитку індивідуального мультикультуралізму. Групові форми ідентифікації повинні замінюватися індивідуальним вибором. Культурна свобода - це свобода вибору реальних можливостей жити серед інших, вибудовувати свою особисту культурну ідентичність.

Іншим варіантом вирішення проблеми міжкультурної комунікації в умовах глобалізації з теоретичної точки зору могла б служити тотальна культурна уніфікація, що представляє протилежну крайність, що межує, мабуть, з утопічністю. Проекти культурного універсалізму вже реалізовувалися локально окремими державами в межах власних кордонів. Найбільш характерним в цьому плані є досвід Франції, який, правда, провалився під тиском загальноєвропейської програми мультикультуралізму. Варто також відзначити, що в разі реалізації сценарію приходу до єдиної глобальної культури, найімовірніше, настав би так званий «кінець історії», прогнозований в 90-х рр. відомим американським

політологом Френсісом Фукуямою [12]. У світі різко б знизилася напруженість,, людство стало б єдиним соціальним організмом, який одноманітно сприймає навколишню дійсність. Однак цей варіант розвитку подій на даний момент видається вкрай мало ймовірним через існування безлічі регіональних відмінностей, зумовлених як географічними особливостями місцевості проживання того чи іншого народу, так і такими унікальними, але в той же час досить погано відрефлексувати рисами начебто ментальності і ідентичності, які в свою чергу також відіграють велике значення у формуванні національної культурної специфіки.

Описані вище моделі вирішення глобальних міжкультурних проблем представляються двома крайнощами: перша пропонує навчитися не помічати культурні відмінності, залишаючи всю структуру взаємин культур без змін; друга несе в собі принципові революційні зміни в сфері міжкультурної взаємодії, що кардинально змінюють сформовані комунікативні норми і правила поведінки. але існує ще один - третій варіант розвитку, який одночасно пропонує як вироблення загальнолюдської системи цінностей і норм поведінки, так і збереження локальної специфіки тієї чи іншої національної культури. Йдеться про культурну глокалізацію.

Сам термін глокалізація почав входити в науковий лексикон з 1992 року, коли у світ вийшла книга англійського соціолога Роланда Робертсона під назвою "Globalization: Social Theory and Global Culture" [13]. Фактично глокалізація означає дуалістичний процес змішування глобального і локального, в ході якого виробляється нова парадигма загальнолюдського взаємодії в умовах глобалізованого світу: «...Це глобалізація локального, і локалізація глобального, об'єктивна зчепленість локального, регіонального і власне глобального» [14]. Дійсно, багатьма сучасними вченими відзначається парадоксальна на перший погляд ситуація, що характеризується різноспрямованими тенденціями: з одного боку, під впливом процесів глобалізації з їх комунікаційними мережами,

відбувається об'єднання людства в єдиний соціальний організм, з іншого боку, спостерігається протилежний процес пошуку локальної, національної ідентичності, що в свою чергу веде до зростання міжкультурної напруженості.

Інтегруючі людство глобалізаційні тенденції мають цілком об'єктивний характер, а в силу своєї інтерсуб'єктивності не піддаються контролю з боку суб'єктів, схильних до їх впливу. Відтак, з'явився інтерес до національних традицій, норм, релігійно-світоглядним поглядам, з одного боку, викликаний інстинктом самозбереження, причому не тільки і не стільки збереження свого фізичного тіла, скільки збереженням своєї культурної ідентичності, своїх цінностей, свого світогляду; з іншого боку, не другорядну роль тут відіграють процеси самоідентифікації індивіда в нових умовах. Дійсно, широко відомо, що при попаданні в атмосферу іншої культури, інших звичаїв людина в більшій мірі починає розуміти не чужу культуру, а свою власну, що яскраво виявляється на її тлі. Те ж відбувається і в глобальних масштабах, коли зустрілися в результаті процесів глобалізації представники різних культур усвідомлюють свою несхожість.

Звертаючись до поняття «культура» слід сказати, що це досить багатогранне поняття, і в нашому випадку ми говоримо про культуру нації. Саме така культура охоплює мову, звичаї, традиції. Як зазначає Е. Сміт «... націоналізм слід розглядати як форму історичної культури і громадянського утворення – таке, яке взаємно переплітається з древніми формами релігійної культури і сімейної освіти або й замінює їх. Націоналізм не так стиль і доктрина політики, як форма культури – ідеологія, мова, міфологія, символізм і свідомість, - що отримала глобальний резонанс, а нація - це тип ідентичності, чие значення і пріоритет зумовлені цією формою культури».

Сучасне молоде покоління, яке зростає в Україні, може вільно вивчати, досліджувати, дотримуватися українські традиції та звичаї. Крім того, воно має вільний доступ і безліч можливостей для того, щоб ознайомитися з досягненнями інших світових культур.

Поширення мережі Інтернет, повсюдна комп'ютеризація, супутниковий зв'язок та інші засоби масової інформації істотно загострюють всі важливі проблеми, які є загальносвітовими, загальнолюдськими проблемами. Таким чином, інформаційні мережі «стають матеріальною основою злиття національних культур в регіональні, і навіть глобальні культури». Звичайно, глобальна культура не може мати якогось певного способу, це може бути збірний образ мультикультур, який не несе в собі змісту, і носить тимчасовий характер, адже це штучно створена культура. Крім того, «глобальна культура не пишається історією або історіями, фольклорні мотиви вона використовує і розробляє для зовнішньої обробки, орієнтованої на сьогоднішнє і майбутнє науково-технічної культури».

В умовах глобалізації, тобто запозичення технологій в різних галузях виробництва, умов життя, традицій, характерних для інших держав, весь світ стає ближче і, головне, в таких умовах українській молоді не втратити свою національну і культурну ідентичність.

Отже, можна прийти до висновку, що культури унікальні і різноманітні, так само як різноманітні і самі їх «носії», кожна з культур має свою специфіку, свої особливості і характерні риси. У той же час світова дійсність вимагає вироблення єдиного для всього людства культурно-світоглядного і ціннісного усвідомлення, яке повинно служити бар'єром на шляху конфліктів і міжкультурних антагонізмів, які, з огляду на наявність засобів масового знищення, можуть привести до повної загибелі людства.

## **Висновок до другого розділу**

У період соціальної трансформації не просто змінюється характер і направленість ідентичності молоді, змінюються також механізми її формування. На цьому етапі розвитку суспільства відчуження стає характерною рисою і проявляється не лише у сфері трудової діяльності, а і поширюється на соціальні інститути, такі як політика, освіта, культура, сім'я, релігія. У таких обставинах молодь вимушена вибирати елементи ідентифікації самостійно, відштовхуючись від власного розуміння того, що відбувається.

В умовах соціальної трансформації молодь виступає носієм нових цінностей, моделей поведінки та культурних зразків, які інтегруються наступними поколіннями. Цей факт дозволяє розглядати молодь як потенціал розвитку суспільства. Глобалізація розширює можливості соціального розвитку молоді, а ідентичність, як властивість зберігати свою цілісність та усвідомлювати приналежність до спільнотам, в умовах нестабільності є головним чинником реалізації потенціалу молоді. Ідентифікація проявляється у свідомості у вигляді орієнтації на певні зразки поведінки, зумовлюючи рівень інтенсивності соціальної активності, готовності до виконання соціальних ролей, громадських обов'язків.

Таким чином, на даний момент ми маємо ситуацію єдності в різноманітті: одночасне зближення (глобалізація) і відштовхування (локалізація), що в сумі дає новий формат людської взаємодії - єдність при збереженні локальної культурної надбудови над загальним культурно-цивілізаційним усвідомленням.

Підводячи підсумок, можна сказати, що шлях вирішення проблеми міжкультурної взаємодії в рамках всього людства лежить від мультикультуралізму, через культурну глобалізацію, до культурної глокалізації.

Іншими словами, «перед викликами глобалізації в більш вигідній ситуації виявляться ті країни, де першорядну увагу приділять культурі» і її переосмисленню в контексті сучасних світових тенденцій. Тоді головне завдання нинішнього і

майбутніх поколінь полягає в усвідомленні кардинальних проблем існування в умовах мультикультуралізму та вироблення спільних культурно-цивілізаційних підстав суспільного розвитку.



## **Розділ 3. ЕКСПЕРИМЕНТАЛЬНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИФІКАЦІЇ СУЧАСНОЇ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ**

### **3.1. Вторинний аналіз даних «Світового дослідження цінностей» (World Values Survey, WVS)»**

«Світове дослідження цінностей» (World Values Survey, WVS) є довгостроковим порівняльним дослідженням, яке було започатковано в 1981 році професором Рональдом Інглхартом з Мічиганського університету (США) на базі Європейського дослідження цінностей (EVS) і швидко стало одним із найбільш широко використовуваних та найавторитетніших міжнародних досліджень, яке охоплює майже 120 країн / суспільств (майже 95% світового населення). Україна долучилася до «Світового Дослідження Цінностей» (World Values Survey, WVS) в 1999 р. (четверта хвиля WVS), та брала участь в наступних хвилях – у п'ятій в 2006 р. та шостій в 2011 р., а крім того в Україні проводилося Європейське дослідження цінностей (EVS) в 1996 р. та в 2008 р.

За допомогою цього дослідження можна отримати дані про основні риси та цінності окремих суспільств / країн, відстежувати динаміку змін у суспільному розвитку та робити порівняльний аналіз різних суспільств за різними тематичними блоками та індикаторами. Метою проекту є оцінка того, який вплив стабільність або зміна цінностей у часі має на соціальний, політичний та економічний розвиток країн та суспільств.

**Актуальність вивчення** структури ціннісних орієнтацій зростає в періоди трансформацій, а також з огляду на процеси глобалізації. Динамічні трансформаційні процеси, які важко відстежувати і пояснювати, а тим більше прогнозувати їх спрямованість та наслідки, створюють умови, коли виникає методологічна проблема пошуку детермінант та визначення „первинності” процесів.

Польовий етап в Україні проводився з 21 липня 2020 року до 17 серпня 2020 року компанією «Info Sapiens» та ГО «Центр «Соціальний моніторинг». Загальна **вибірка** опитування склала 1289 інтерв'ю (максимальна похибка вибірки – 2,7%, з імовірністю 0.95 і без врахування дизайн-ефекту). Дана вибірка репрезентує доросле населення України (віком 18 років і старше).

Середня тривалість інтерв'ю склала близько 45 хвилин. Рівень досяжності респондентів склав 77%. Опитування було проведено методом особистих інтерв'ю на планшетах (CAPI — Computer Assisted Personal Interviewing) за допомогою програмного забезпечення Info Sapiens. Статистична обробка даних відбувалася в програмі SPSS.

Анкета для сьомої хвилі WVS (2017-2021 роки) містить близько 300 запитань для вимірювання цінностей і поглядів. Цей підхід означає, що великі міста та менші міста, а також села, представлені у вибірці. Додатково в анкету сьомої хвилі WVS були включені запитання щодо корупції, ризику, міграції, національної безпеки і правопорядку. Близько 60% запитань є моніторинговими і повторюються з попередньої хвилі, тоді як 40% запитань є новими.

Також новим для сьомої хвилі є можливість моніторингу реалізації низки Цілей сталого розвитку ООН (Sustainable Development Goals, SDG), а саме понад 100 запитань-індикаторів для моніторингу таких Цілей сталого розвитку ООН: подолання бідності, подолання голоду, здоровий спосіб життя та благополуччя, якісна освіта, гендерна рівність, працевзайнятність та економічне зростання, сталий розвиток міст та громад, наслідки зміни клімату, мир, правосуддя та сильні інститути, глобальне партнерство.

Загалом, анкета складається з 14 тематичних блоків:

- соціальні цінності, ставлення і стереотипи (45 запитань);
- соціальне благополуччя (11 запитань);
- соціальний капітал, довіра і членство в організаціях (49 запитань);
- економічні цінності (6 запитань);

- корупція (9 запитань) і міграція (10 запитань);
- індекс пост-матеріальних цінностей (6 запитань);
- наука і технології (6 запитань);
- релігійні цінності (12 запитань) і безпека (21 запитання);
- етичні цінності і норми (23 запитання);
- політичні інтереси і політична участь (36 запитань);
- політична культура і політичні режими (25 запитань);
- демографічна інформація (31 запитання).

Загалом, сьома хвиля дослідження WVS в Україні була реалізована відповідно до низки правил і вимог, сформульованих Асоціацією WVS, з забезпеченням національної репрезентативної вибірки. За результатами дослідження цінностей 2020 року, лише 13.5% та 6.5%, віком 16-24 та 25-34 відповідно максимально задоволені своїм життям. Тоді як 19.9% респондентів віком 16-24 роки та 22.4% респондентів віком 25-34 задоволені своїм життям більш, ніж на половину.

Розподіл відповідей на питання щодо довіри до людей з іншим віросповіданням є наступним (табл. 3.1):

Табл.3.1

Довіра до людей, що сповідують іншу релігію (2020 р.)

Варіант відповіді	Віковий розподіл	
	16-24	25-34
<b>Повністю довіряю</b>	4.9%	3.9%
<b>Більше довіряю, ніж не довіряю</b>	35.1%	40.1%
<b>Не дуже довіряю</b>	28.9%	29.3%
<b>Зовсім не довіряю</b>	13.7%	15.0%
<b>Не знаю</b>	16.9%	11.7%
<b>Без відповіді</b>	0.5%	-
<b>(N)</b>	<b>(94)</b>	<b>(234)</b>

Це свідчить про те, що великий відсоток молоді, а саме 35,1% та 40,1% віком від 16-24 років та 25-34 років відповідно більше довіряють, ніж не довіряють людям з іншим віросповіданням. Це можна сприймати, як відкритість до міжкультурної комунікації.

На питання про важливість сім'ї отримано наступні результати (табл. 3.2):

Табл.3.2

Важливість сім'ї в системі цінностей української молоді (2020 р.)

Варіанти відповідей	Вік	
	16-24	25-34
<b>Дуже важливо</b>	82.3%	84.2%
<b>Часто важливо</b>	16.6%	15.8%
<b>Не дуже важливо</b>	1.1%	-
<b>Взагалі не важливо</b>	-	-
<b>Не знаю</b>	-	-
<b>(N)</b>	(94)	(234)

Ми можемо припустити, що все-таки українська молодь має міцні, здебільшого патріархальні сімейні цінності. Також для молоді є важливим наявність дозвілля у власному житті, адже 55.0% респондентів віком 16-24 років відповіли, що дозвілля дуже важливе для них, тоді як на це ж саме питання у респондентів віком 25-34 р. відповіло так само лише 40.4%.

Толерантність є однією із важливих ознак ціннісного поля більшості європейських країн. В Україні за роки незалежності відбулись потужні зміни у формуванні культури толерантного сприйняття «іншого», хоча рівень нетолерантності досі є відносно високим. Як свідчать дані, за останні два десятиріччя суттєво зменшилась частка українців, які не готові сприймати як сусідів людей, які вживають наркотики, алкоголь, гомосексуалів, хворих на ВІЛ. Проте під впливом соціально-економічних процесів в Україні зросло небажання

людей мати по сусідству іммігрантів, іноземних працівників, людей, які розмовляють іншою мовою, людей іншої національності, іншої релігії. Також збільшилось негативне сприйняття офіційно неодружених пар, які живуть разом.

Важливо відзначити, що одну із основних ролей в житті молодого покоління займає робота. На питання про важливість роботи відповіли наступне (табл. 3.3.)

Табл.3.3

Результат відповідей на запитання «Наскільки важливою є робота у вашому житті?» (2020 р.)

Варіант відповіді	16-24	25-34
Дуже важливо	39.9%	37.4%
Більше важливо, ніж ні	39.7%	54.8%
Не дуже важливо	10.1%	4.8%
Взагалі не важливо	8.6%	2.2%
Не можу відповісти	1.5%	0.8%
Без відповіді	0.2%	-
(N)	(94)	(234)

Доволі високий показник важливості роботи в житті спостерігається в молоді з віковим діапазоном від 16 до 24 років. Це свідчить про те, що їх життєві плани є досить амбітними. Тоді як у віковій групі 25-34 років 54,8% респондентів відповіли, що робота не є першим пріоритетом, хочи вони відзначають важливість її наявності в житті.

Дещо інший розподіл пріоритетності займають друзі. На відміну від сімецних цінностей, які мають високий показник важливості, цінності дружнього спілкування відійшли на інший план.

На запитання: «Наскільки друзі є важливими у вашому житті?» респонденти відповіли наступним чином (рис. 3.4):

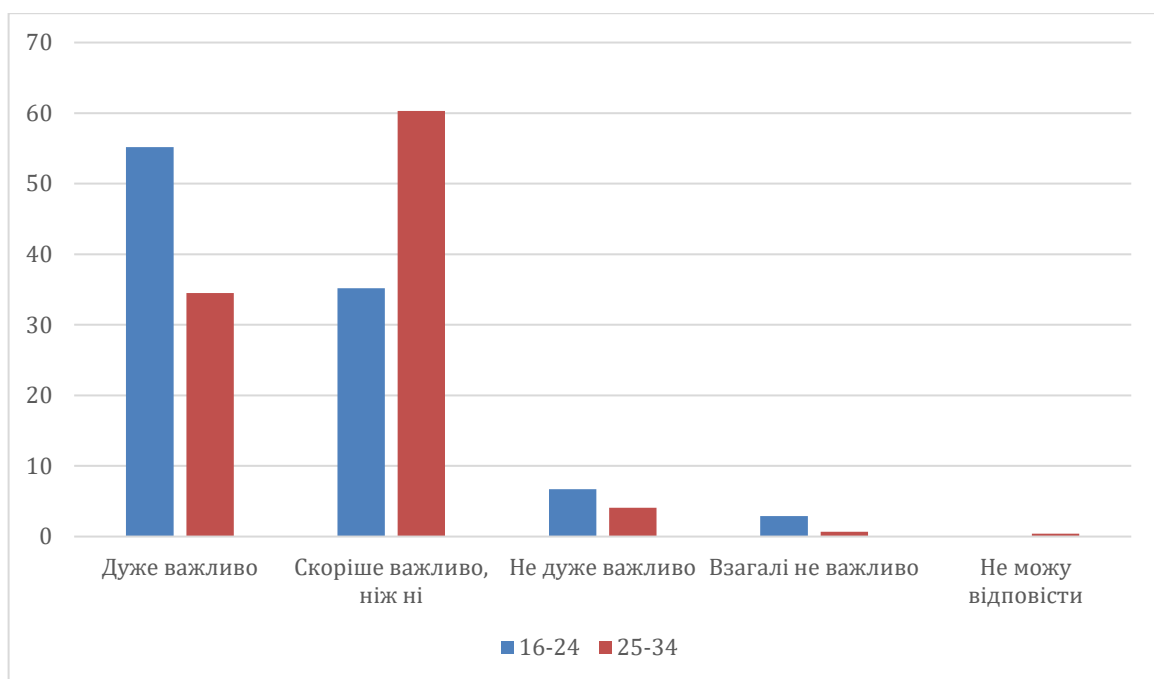


Рис.3.4 Важливість друзів в житті молоді (2020 р.)

А саме, пріоритет друзів до 25 та після суттєво змінюється, що може бути пов'язано зі зміною ціннісних орієнтацій (табл. 3.5):

Табл.3.5

Відсотковий розподіл відповідей на запитання про важливість друзів в житті (2020 р.)

Варіант відповіді	16-24 років	25-34 років
<b>Дуже важливо</b>	55.2%	34.5%
<b>Скоріше важливо, ніж ні</b>	35.2%	60.3%
<b>Не дуже важливо</b>	6.7%	4.1%
<b>Взагалі не важливо</b>	2.9%	0.7%
<b>Не могу відповісти</b>	-	0.4%
<b>(N)</b>	(94)	(234)

Також є показовими результати на питання: «Наскільки вільний час є важливим у вашому житті?» в залежності від рівня доходу (табл. 3.6 та табл. 3.7).

Як можна побачити із представлених результатів, вільний час є важливою складовою життя, особливо у віковій групі 16-24 роки.

Табл.3.6

Важливість вільного часу в залежності від низького рівня доходу (2020 р.)

Варіант відповіді	16-24	25-34
Дуже важливо	73.0%	47.1%
Скоріше важливо, ніж ні	27.0%	44.1%
Не дуже важливо	-	4.3%
Взагалі не важливо	-	2.1%
Не можу відповісти	-	2.4%
(N) Низький дохід	11	45

Табл.3.7

Важливість вільного часу в залежності від високого рівня доходу (2020 р.)

Варіант відповіді	16-24	25-34
Дуже важливо	52.8%	40.7%
Скоріше важливо, ніж ні	42.4%	52.0%
Не дуже важливо	3.5%	5.6%
Взагалі не важливо	-	1.2%
Не можу відповісти	1.3%	0.6 %
(N) Середній дохід	73	163

### 3.2. Програма соціологічного дослідження «Ціннісні орієнтації молоді Києва 2021»

Сучасна молодь має особливий характер і риси, які суттєво відрізняють її з поміж інших соціальних груп, а понад усе – від старшого покоління. Якщо старше покоління, загартоване не менш складними соціально-економічними катаклізмами, реагує більш-менш стримано, то молода генерація, котру до певного часу виховували на ідеях світлого майбутнього, втрачає віру в будь-які ідеї взагалі. Потрібно враховувати і те, що наша країна довгий час піддавалася тиску, гнобленню, духовному і фізичному знищенню, тому багато чого було втрачено у своїй ментальності.

Предмет даного дослідження знайшов своє відображення в науковій літературі соціологічного, політологічного, психологічного та правового спрямування. Проблематика культурної ідентифікації, національної ідентичності була і є предметом дослідження багатьох вчених вітчизняного і світового рівня.

Незважаючи на наявні в цій сфері дослідження, слід зазначити, що рішення з будь-якого питання, в тому числі і щодо культурної ідентифікації молоді, можливо через, усвідомлення того, що це вкрай необхідно на даний історичний момент. Ця свідомість, в свою чергу, приходить через політичну, економічну, будь-яку іншу зрілість населення. Втім, існує величезний розрив між різними соціальними групами в сучасному українському суспільстві. Дане питання цікавить і хвилює українську еліту (наукову, культурну) і інтелігенцію, чого не можна сказати про політиків (в основному) і інших соціальних груп населення.

У дослідженні «молодість» визначається відповідно до даних ООН і ЮНЕСКО як період життя людини між закінченням дитинства й початком трудової діяльності, відносячи до молоді юнаків та дівчат віком від **15 до 35** років . Такі вікові межі добре корелюють з даними деяких психологів і соціологів, згідно з якими до 18 років закінчується формування основних психофізичних особливостей людини,



а до 24 років завершуються процеси росту в людському організмі, тоді як до 35 формується соціальний статус особистості. Тим не менш, вчені сходяться на думці, що молодь, це соціально-демографічна спільнота віком від 14 до 35 років.

**Актуальність дослідження:** Оскільки набір цінностей, які засвоює індивід в процесі соціалізації йому "трансляє" саме суспільство, дослідження системи ціннісних орієнтацій молоді виявляється особливо актуальною проблемою. Вивчення ціннісних орієнтацій, що наявні у сучасному суспільстві потребує з'ясування природи, характеру та механізмів процесів, що відбуваються.

**Проблемна ситуація.** На рубежі ХХ - ХХІ ст. внаслідок розвитку прогресуючої глобалізації і формування суспільства споживання відбувалися кардинальні зміни в різних сферах суспільного життя. Виникли принципові зміни соціально-культурних основ в соціокультурному просторі сучасності, що багато в чому відбилося на громадській поведінці і свідомості громадян. Зазнали трансформації також цінності і ціннісні орієнтації поколінь, народжених та, відповідно таких, які соціалізуються в цей період.

Збереження цілісності сучасної української молоді, неможливо без вивчення її культурної ідентифікації. Необхідно з'ясувати, яким чином регулюється процес культурної ідентифікації (в тому числі і етнонаціональної), щоб з одного боку не обмежувати прав і свобод представників інших вікових груп та національностей, а з іншого боку забезпечити процес культурного і етнічного відтворення українського населення. Таким чином, в даний час в суспільстві склалося реальне протиріччя між потребою регуляції культурної ідентичності, (з метою формування позитивної етнокультурної ідентичності) і відсутністю системного наукового дослідження, що представляє собою соціологічне рішення проблеми, має важливе теоретичне і практичне значення.

**Мета дослідження:** виявити основні ціннісні орієнтації, уподобання та пріоритети життєдіяльності і розвитку молоді України.

**Завдання дослідження:**

- Визначити фактори, що мають вплив на культурну ідентифікацію сучасної української молоді;
- Дослідити культурну диференціацію та ціннісний поділ в межах однієї соціально-демографічної групи
- аналіз цінностей та уподобань молоді, її громадянської позиції та активності;
- дослідження специфіки залучення молоді до здорового способу життя, проведення вільного часу та дозвілля молодих осіб.

**Об'єкт дослідження:** молодь віком від 18 до 34 років м. Києва.

**Предмет дослідження:** процес ідентифікації сучасної української молоді.

**Робочі гіпотези:**

Гіпотеза №1. На ціннісні орієнтації молоді впливають переважно ЗМІ та Інтернет.

Гіпотеза №2. Процес культурної ідентифікації особи ескалується в період 17-25 років.

**Метод дослідження:** онлайн-опитування.

**Обґрунтування вибіркової сукупності:** 384 респондентів віком 17–30 років, репрезентативна за основними соціально-демографічними ознаками (стать, вік, область проживання (м. Київ)).

Використовувався довільний метод розрахунку обсягу вибірки, що визначався на рівні 5-10% від генеральної сукупності.

За даними Державної служби статистики України Головного управління статистики у м.Києві, станом на 1 січня 2020 року кількість осіб віком від 14 до 34 років становить 742 тис. Відповідно, довірча ймовірність становить 95%, довірчий інтервал – 5 %, згідно із моїм об'єктом дослідження генеральна сукупність становить 576 тис осіб. Звідси необхідний розмір вибірки – 384 респонденти.

**Теоретична та емпірична інтерпретація понять.** Молодь – суспільно диференційована соціально-демографічна спільнота, якій притаманні специфічні

фізіологічні, пізнавальні, психічні, культурноосвітні та інші особливості, що характеризують її біосоціальне дозрівання як здійснення її внутрішніх сутнісних сил і соціальних якостей

Ідентичність – структура, що трансформуються, вона розвивається протягом усього життя, проходить через подолання криз, може змінюватися в прогресивному або регресивному напрямках, тобто бути «успішною» (позитивною) або «негативною» (індивід відхиляє будь-які взаємодії).

Загальнолюдські цінності – світоглядні ідеали, моральні норми, цінності, вироблені внаслідок узагальнення багатовікового досвіду соціального розвитку світу, і які відображають духовний досвід усього людства. Це сукупність уявлень про істинно людське, гідне, праведне, добре – все, що об'єднує людей. Вони не залежать від класових інтересів, симпатій, уподобань, однакові для представників усіх класів і верств суспільства.

Інформаційна культура – знання і навички ефективного використання інформації, що виявляються у всебічному вмінні знаходити та використовувати необхідну інформацію.

Культура – система колективних цінностей, переконань, зразків і норм поведінки, притаманні певній соціальній групі, спільноті і людству загалом.

ЗМІ — платформи і канали, які збирають, обробляють та поширюють інформацію для масових та локальних аудиторій.

У політичній науці ідентичність, що інтерпретують як «якість, що є результатом індивідуального або групового самосприйняття у вигляді певного суб'єкта», а ідентифікація розглядається як «психологічний процес ототожнення індивідом себе з іншою людиною, групою, спільнотою, що допомагає йому успішно оволодіти різними видами соціальної діяльності, засвоювати норми і цінності цієї спільноти».

Дослідження №2 «Культурна ідентифікація сучасної української молоді» на основі глибинного інтерв'ю

**Проблемна ситуація.** З кожним поколінням цінності молоді змінюються і все більше відрізняються від попередніх поколінь. Проблемна ситуація полягає в тому, що ціннісні орієнтації молоді не завжди відповідають очікуванням та запиту суспільства, власне створюється моральна прірва між різними поколіннями, що не досягають успіху в соціальних домовленостях.

**Мета дослідження:** дослідити соціокультурну ідентифікацію молоді.

**Завдання дослідження:**

1. Визначити ціннісні пріоритети сучасної української молоді.
2. Дослідити вплив малих соціальних груп на формування ціннісних орієнтацій індивіда.

**Об'єкт дослідження:** сучасна українська молодь.

**Предмет дослідження:** процес культурної ідентифікації.

**Теоретична та емпірична інтерпретація понять.**

Ідентичність – структура, що трансформуються, вона розвивається протягом усього життя, проходить через подолання криз, може змінюватися в прогресивному або регресивному напрямках, тобто бути «успішною» (позитивною) або «негативною» (індивід відхиляє будь-які взаємодії).

**Методи дослідження:** глибинне інтерв'ю, біографічний метод, кабінетні дослідження, контент-аналіз, включене спостереження.

**Дизайн вибірки.** Вибірка складалась з 26 респондентів віком від 19-34 років.

Обґрунтування вибірки. Квотна вибірка за критеріями віку, статті та місцезнаходження (м.Київ) здійснювалась випадково на платформі Vadoo.

Гіпотези.  $H_0$  Наявність/відсутність вищої освіти не впливає на ціннісні пріоритети в житті людини.

$H_1$  – Чим вищий рівень освіти має людина, тим чіткіші ціннісні орієнтації в неї .

Організаційний план дослідження. Етап підготовки до польового дослідження: 10.03.2021 – 20.03.2021

Етап польового дослідження: 18.04.2021 – 25.05.2021

Аналіз результатів дослідження: 20.05.2021 – 26.05.2021

Етап підготовки до польового дослідження

1. Складання програми соціологічного дослідження. (11.03.2021)
2. Складання проекту вибірки (12.03.2021)
3. Розробка інструкції для збирання первинних даних. (13.03.2021-18.03.2021)
4. Проведення пробного дослідження (19.03.2021)
5. Аналіз даних і результатів пробного дослідження (20.03.2019-7.04.2019)
6. Внесення коректив у програму, методичні документи та інструкції відповідно до підсумків пробного дослідження (10.04.2021)

Етап польового дослідження

1. Узгодження організаційних питань (18..04.2021)
2. Кабінетні дослідження (19.04.2021-20.04.2021)
3. Проведення польового дослідження на платформі (18.04.2021-10.05.2021)
4. Підготовка первинних даних для аналізу.
5. Розробка інструкції щодо кодування відкритих питань (11.05.2021)
6. Кодування відкритих питань (23.05.2021)
7. Обробка первинних даних. (12.05.2021-26.05.2021)

Аналіз результатів дослідження і підготовка звіту

1. Аналіз результатів дослідження і внесення даних у звіт .(12.03.2021 – 25.05.2021)
2. Науково-практичне обґрунтування попереднього звіту, висновків і рекомендацій за підсумками дослідження (19-27.05.2021)
3. Доопрацювання і затвердження остаточного звіту, висновків і рекомендацій за підсумками дослідження 28.05.2021 – 01.06.2021)  
(додаток Б)

### *Висновок до третього розділу*

Таким чином, переживаючи зміну соціокультурних стереотипів, сучасне українське суспільство поки не може запропонувати молодій людині усталені загальноприйняті ідентифікаційні стратегії і практики. Складається досить парадоксальна ситуація. Відсутність таких стратегій, з одного боку, істотно ускладнює процеси культурної ідентифікації молоді, з іншого, допомагає їй уникнути тієї кризи ідентифікації, яку переживає старше покоління. Це означає, що руйнування колишніх інституційних структур, ідентифікаційних практик, ціннісно-нормативна невизначеність, що все ще характерна для українського суспільства, грають не тільки негативну роль в процесі самоідентифікації сучасної української молоді, стійкості її життєвого світу, а й створюють основу для виникнення нових цінностей, ідеалів, формуючи несистематизовану безліч нових образів сприйняття культурної дійсності і, отже, нових ідентичностей.

Таким чином, зворотньою стороною розпаду старої інституціональної структури є активне конструювання сучасною українською молоддю нових соціальних і індивідуальних зразків і смислів, що призводить до трансформації простору її ідентичностей.

Трансформація суспільних процесів, що спричиняють зміни соціально-культурних підстав внаслідок прискорення глобалізаційних процесів постіндустріального, інформаційного суспільства, надають значний вплив на зміну ціннісної свідомості і формування культурної ідентичності покоління молоді XXI .

Приклад анкети-опитувальника наведений у додатках (додаток А).

## ВИСНОВКИ

Висока мобільність населення планети є відмінною рисою нашого часу. Переміщаючись з однієї культури в іншу, людина переживає труднощі адаптації. Нове культурне оточення впливає на самосвідомість представників цього століття, загострюючи їх переживання власної культурної ідентифікації, ідентичності. У сучасній психологічній науці сутність культурної ідентифікації описується в термінах усвідомлення людиною своєї належності до будь-якої культури або культурної групи, яка виражається в прийнятті відповідних культурних норм і зразків поведінки, ціннісних орієнтацій і мови, в розумінні свого «Я» з позицій тих культурних характеристик, які прийняті в даному суспільстві, в самоототожненню себе з культурними зразками саме цього суспільства.

Аналіз наукової літератури дозволив прийти до висновку, що культурна ідентичність є інтегральним поняттям. Чим складніше культура, тим багатша вона субкультурними формами. Відповідно, і культурна ідентичність включатиме в себе в якості складових різні форми субкультурних ідентичностей.

Узагальнюючи вищесказане, приходимо до наступного висновку. сучасна українська молодь XXI ст. є носієм відмінною культурної ідентичності, що пов'язано з її соціалізацією в безпрецедентних умовах глобалізації, а також культурної і економічної інтеграції. Одним із способів демонстрації культурної ідентичності покоління сучасних молодих людей є споживча поведінка.

Молоді споживачі сприймають процес споживання не як необхідність, а як дію, що приносить задоволення. Однак сучасне споживання - це не просто традиційний гедонізм, який націлений на миттєве задоволення. За допомогою споживання індивід самоідентифікує себе з іміджем брендів, які він споживає. А також демонструє приналежність до певної соціальної групи.

Зовнішній символічний образ соціальної та культурної ідентичності в контексті споживчої культури формується внаслідок споживання матеріальних

цінностей, до яких можна зарахувати в тому числі музику, спорт, здоров'я, так як існують їх символічні форми, які наділяють їх власника особливим статусом. Певний стиль споживчої поведінки є відображенням габітусу покоління з його складом світосприйняття і системою цінностей, складаючи основу культурного образу і культурної ідентичності сучасної української молоді ХХІ ст.

Згідно із завданнями в роботі було проаналізовано концептуальні підходи до дослідження феномену ідентифікації, зокрема концепцію З.Фрейда, Дж. Марсія та А. Ватермана.

Досліджено феномен індивідуальної та колективної ідентифікації, дійшовши до висновку, що індивідуальна ідентичність є аспектом цілісної ідентичності особистості. В той час, коли колективна громадянська ідентичність передбачає існування певної спільноти, яка має свою назву, свої цінності, стереотипи, міфи та спільну культуру.

Охарактеризовано механізми формування культурної ідентифікації сучасної української молоді, які завснуюються на спільних цінностях та уявленнях.

Здійснено аналіз мультикультуралізму і формування ідентифікації української молоді в процесі глобалізації, в результаті чого стає зрозуміло про поникнення іноземних культур, так як американізація та південнокорейські тренди;

- Окреслено організаційні моменти експериментального дослідження;

Здійснено вторинний аналіз дослідження «Світове дослідження цінностей» (World Values Survey, WVS) 2020 р.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абельс Х. Интеракция, идентичность, презентация. СПб., 2000. С.43.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / пер. с англ. Е. Руткевич. М., 1995. С. 281.
3. Батурин Николай Алексеевич, and Мельникова Наталья Николаевна. «Технология разработки тестов: часть I» Психология. Психофизиология», №. 30 (163), 2009, pp. 4-14.Боденхамер Б., Холл М. НЛП-практик: полный сертификационный курс. Учебник магии НЛП. [пер. с англ. С. Комаров]. Санкт-Петербург: Прайм-ЕВРОЗНАК, 2007. 448 с.
4. Бець С. М. Вплив глобалізаційних процесів на культурну ідентифікацію та розвиток дизайну на теренах України. Сучасні проблеми архітектури та містобудування. - 2019. - Вип. 55. - С. 144-153.
5. Богатирець В., Мельничук Л. Культурна пам'ять в урбаністичному просторі як чинник формування ідентичності. Історико-політичні проблеми сучасного світу. - 2019. - Т. 40. - С. 160-183.
6. Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006.
7. Васильева Л. П. Національно-культурна ідентичність та етнокультурні асоціації. Мовознавство. - 2016. - № 1. - С. 11-22.
8. Газізова О. Українознавчі пріоритети формування національно-культурної ідентичності учнівської молоді. Українознавство. - 2020. - № 4. - С. 170-182.
9. Гидденс Э. Ускользающий мир. Как глобализация меняет нашу жизнь. М., 2004.
- 10.Гнатюк Л. П. Національна ідентичність і культура історичної пам'яті : лінгвістичний вимір. Мова і суспільство. - 2016. - Вип. 7. - С. 139–145.
- 11.Готтсданкер Р. Основы психологического эксперимента. СПб.: Питер, 2012. 359 с.

12. Галян І.М. Психодіагностика: навч. посібник. 2-ге вид., стер. К.: «Академвидав», 2011. 464 с.
13. Гриценко О. А. Моделі культурного простору та проблема ідентичності його елементів. Культурологічна думка. - 2019. - № 15. - С. 66-82.
14. Дебор Г. Общество спектакля. М., 1999.
15. Дюркгейм Э. Курс социальной науки. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. Пер. с фр., составление, послесловие и примечания А.Б. Гофман. М.: Канон, 1995. С. 167-198.
16. Жан-Франсуа Лиотар. Состояние постмодерна. СПб., 1998.
17. Журба К., Докукіна О. Формування національно-культурної ідентичності підлітків у взаємодії сім'ї і школи. Теоретико-методичні проблеми виховання дітей та учнівської молоді. - 2019. - Вип. 23(1). - С. 106-121.
18. Кобилянська Ю. І. Проблема національно-культурної ідентичності с таршокласників в умовах глобалізації. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки. - 2018. - № 3(2). - С. 141-145.
19. Коваленко Ю. В. Етнорелігійна ідентичність як форма та спосіб прояву нужди: крос-культурне дослідження. Наукові записки Національного університету "Острозька академія". Серія : Психологія. - 2020. - Вип. 10. - С. 71-78.
20. Козловець М., Горохова Л. Культурні основи націй та ідентичність у добу глобалізації. Гілея: науковий вісник. - 2013. - № 73. - С. 250-255.
21. Комінко С.Б., Кучер Г.В. Кращі методи психодіагностики: Навч. посібник. Тернопіль: Карт-бланш, 2005. 406 с.
22. Кравченко О. В. Національний культурний простір як ідентифікаційна модель. Вісник Харківської державної академії культури. - 2010. - Вип. 31. - С. 4-11.

- 23.Кравченко О. І. Культурний код міста: проблема ідентифікації. Вісник Національного авіаційного університету. Філософія. Культурологія. - 2019. - № 2. - С. 143-148.
- 24.Кудрявцева Н. С. Методологія когнітивних досліджень: перспективи емпіричного підходу. Мовознавство. 2013. № 1. С. 66-76.
- 25.Методологія та організація наукових досліджень: навчальний посібник. 2-е вид., змін. та доп. Вінниця : ВНТУ, 2015. 317 с.
- 26.Мороз О. Ю. Етнічний, культурний та політичний чинники формування української національної ідентичності на сучасному етапі: особливості та взаємовплив. Ефективність державного управління. - 2020. - Вип. 2. - С. 13-25.
- 27.Парсонс Т. К общей теории социального действия. О структуре социального действия. М.: Академический проект, 2000.
- 28.Пасісниченко А. В. Формування європейської ідентичності: між культурним есенціалізмом та соціальним конструктивізмом. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. - 2012. - № 993, Вип. 29. - С. 38-43.
- 29.Потапчук Т. В. Українська культура в умовах зростання національно-культурної ідентичності особистості. Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Сер.: Психолого-педагогічні науки. - 2012. - № 3. - С. 34-37.
- 30.Потапчук Т. Суспільна спрямованість перцептивного етапу формування національно-культурної ідентичності студентів. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В. О. Сухомлинського. Педагогічні науки. - 2016. - № 1. - С. 210-216.
- 31.Сапожник О. В. Культурологічний зміст поняття ідентичності. Мистецтвознавчі записки. - 2019. - Вип. 35. - С. 27-33.

32. Сен Амартия. Развитие как свобода. М., 2004.
33. Танчер В. В. Культурна ідентичність в полікультурному суспільстві. Міжнародні відносини: теоретико-практичні аспекти. - 2019. - Вип. 4. - С. 271-285.
34. Танчер В. Колізія культурних ідентичностей у полікультурному суспільстві. Соціологія: теорія, методи, маркетинг. - 2019. - № 4. - С. 106-117.
35. Тарасова Н. Культура як модератор суперечок ліберально-демократичної універсалізації та національної ідентифікації в постіндустріальному суспільстві. Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії. - 2018. - Вип. 20. - С. 101-108.
36. Титар О. В. Глобалізація та українські культурні ідентичності: поліцентризм, тотальність, холістичність. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія : Теорія культури і філософія науки. - 2013. - № 1029(2), Вип. 48. - С. 252-257.
37. Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. М., 1998.
38. Хантингтон, Самюэль. Столкновение цивилизаций М., 2003.
39. Хижняк Л. М. Конкурентоспроможність національних систем вищої освіти в контексті збереження їхньої культурної ідентичності. Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. - 2014. - № 1101, Вип. 32. - С. 185-189.
40. Хоркхаймер М., Адорно Т. Диалектика Просвещения: филос. фрагменты. М., 1997.
41. Фабрика-Процька О. Р. Динаміка культурної та етнічної ідентифікації на українському пограниччі в період сьогодення. Мистецтвознавчі записки. - 2019. - Вип. 36. - С. 28-33.
42. Фуко М. Археология знания. СПб., 2004.
43. Фукуяма Ф. Конец истории и последний человек. М., 2010 .

- 44.Цюпак І. Г. Культурна ідентичність і проблема модернізації сучасного освітнього простору. Вісник Національного технічного університету України "Київський політехнічний інститут". Філософія. Психологія. Педагогіка. - 2012. - № 3. - С. 63-69.
- 45.Черниш М. О. Єдність української культури та глобалізаційні виклики: аксіологічний та ідентифікаційний виміри. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. - 2013. - № 3. - С. 114-118.
- 46.Щілінська Г. В. Основні фактори впливу міжкультурної комунікації на культурну ідентичність українського суспільства. Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент. - 2013. - Вип. 14. - С. 51-61.
- 47.Craib I. Experiencing Identity. L.; 1998.
- 48.Goffman E. Stigma: Notes on the Management of Spoiled Identity. N.Y., 1963.
- 49.Giddens A. Modernity and Self identify: Self and society in late modern age. Cambridge, 1991. P. 37-38.
- 50.Erikson, E.(1950) Childhood and Society. New York: Norton.
- 51.Jenkins R. Social Identity. L., 1996. 3.9-10.
- 52.Hall S. Introduction. Who needs identity? I/ Questions of cultural identity / Ed. by S. Hall, P. Du Gay. L., 1996.
- 53.Robertson R. Globalization: Social Theory and Global Culture. SAGE, 1992.
- 54.Thompson D.L. Sociology: Introductory course / D.L. Thompson, J. Priestley. Moscow: AST, 1998. P.p. 496.

## ДОДАТКИ