

УДК 159.922.4

Орап Марина

докторка психологічних наук, професорка, завідувачка кафедри психології,
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка
<https://orcid.org/0000-0001-7598-8453>

Савелюк Наталія

докторка психологічних наук, професорка кафедри психології,
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка
<https://orcid.org/0000-0001-5246-9677>

Кальба Ярослава

кандидатка психологічних наук, доцентка кафедри психології,
Тернопільського національного педагогічного університету
імені Володимира Гнатюка
<https://orcid.org/0000-0003-0589-9126>

DOI <https://doi.org/10.35619/praprv.v1i20.340>

ОБРАЗ ДЕРЖАВИ ЯК ВТІЛЕННЯ МЕНТАЛЬНОСТІ УКРАЇНСЬКОГО СТУДЕНТСТВА

Анотація. У статті теоретично аналізується категорія «образ» як одна із системотвірних у сучасній психології. Наголошено, що в основі конструювання будь-якого психічного образу лежать, поряд із психологічними, особистісними, індивідуальними, також різні значущі соціальні чинники. Виокремлюються і порівнюються такі його типи, як «образ держави» та «образ країни». Наголошується, що якщо образ держави – переважно політично орієнтований конструкт, пов'язаний із діями влади, то образ країни – фактор та індикатор ідентичності нації як особливої спільноти. Констатується, що в умовах проявів української ментальності обидва образи перетинаються в аспекті морально релевантних значень.

За результатами емпіричного дослідження, проведеного із застосуванням методу спеціалізованого семантичного диференціалу «Моя держава» (28 біполярних шкал), визначено, що найвиразнішими у свідомості української студентської молоді є наступні психосемантичні виміри: «Приємна», «Сильна», «Корисна» і «Прогресуюча». З'ясовано, що найбільш тісний взаємозв'язок спостерігається між оцінними характеристиками «Приємна» та «Сильна». У зв'язку з цим констатовано, що для українських здобувачів вищої освіти приємною державою є, насамперед, сильна держава, і навпаки. Визначене своєрідне психосемантичне ядро ставлення дослідженої молоді до своєї держави, в якому спостерігається характерне саме для української ментальності поєднання афективних і раціональних аспектів смислу «приємності» певного стимулу – як емоційного суб'єктивного ставлення до нього, та «корисності» – як раціональної оцінки функціонування будь-якого явища. Несподіваним емпіричним фактом, але теоретично закономірним, з огляду на особливості нашої ментальності, стало оцінювання більшістю респондентів власної країни як «Мирної».

Констатовано назагал, що консолідувальним фактором в образі держави для українства є не єднання навколо проблеми «спільного зовнішнього ворога», що зазвичай має тимчасовий, ситуативний зміст, а орієнтування на могутні «духовні координати»

розвитку країни: «Демократична», «Турботлива», «Добра», «Духовно багата», «Правова» та «Велика».

Ключові слова: образ, образ держави, образ країни, Україна, психосемантичний диференціал.

Постановка проблеми. Інформаційна епоха в нашому житті чітко демонструє, що в боротьбі за вплив на свідомість громадян часто переважають не так реальні факти, як можливості доступу до різних баз даних, і не стільки об'єктивні знання, скільки їх суб'єктивні інтерпретації. Зазначена закономірність особливою мірою актуалізувалася в ситуації повномасштабної військової агресії росії проти України, коли дії ворога української державності обумовлені не реаліями життя в миролюбній та демократичній Україні, скільки спотворено агресивними уявленнями її шовіністичної «сусідки».

У надскладних умовах війни національна єдність українства, яка визрівала і розвивалася упродовж століть, як ніколи раніше стала не лише констатованим, а реальним явищем. У науковому ракурсі аналізу осмислення такої єдності забезпечується звертанням до поняття національної ідентичності, що, своєю чергою, кристалізується довкола образу України як певної значущої соціальної цілісності. А тому дуже актуальним завданням є дослідження різних аспектів, у тому числі психологічних, зазначеного образу в його динамічній структурі та суспільно-історичних трансформаціях.

Аналіз останніх досліджень із проблеми. «Образ» – одна з базових категорій психології, різні дефініції якої несуть на собі відбиток базових методологічних орієнтирів у тій чи іншій країні та науковій спільноті. Для прикладу, у відомому «Психологічному словнику Американської психологічної асоціації» образ визначається як «подібність або когнітивна репрезентація попереднього чуттєвого досвіду, відтворюваний без зовнішньої стимуляції» (Image, 2022).

З усім тим, звичний у нашому науковому просторі спосіб трактування психічного образу як переважно пасивного «відбитка» певних зовнішніх стимулів – не універсальний та не визначальний. Так, Біч і Мітчелл пропонують розглядати поняття образу як доволі активне утворення у психіці: в контексті теорії прийняття рішень і через призму принципів, цілей та планів особистості. Зокрема, одні образи в цій системі складаються із принципів, які «рекомендують досягати певних цілей»; інші образи репрезентують майбутній стан подій, що виникне унаслідок досягнення відповідних цілей; треті – це плани, які імплементуються при спробах досягнення цілей; а четверті – антициповані результати досягнення відповідних планів (Beach, Mitchell, 1987).

У сучасній українській психології поняття образу трактується як «суб'єктивна картина світу або його фрагментів», що «містить у собі самого суб'єкта, інших людей, просторове оточення і часову послідовність подій». Наголошується, що це поняття використовується у декількох своїх значеннях. Поряд із традицією, яка пов'язує з образом переважно перцептивні форми знання, існує синонімічне щодо категорії психічного відображення трактування (Шапар, 2007 : 292). Зазначаємо, що у нашій роботі ми близькі до другого полюсу трактувань, хоча й не абсолютизуємо згадану категорію, а опираємося на доволі багатий досвід європейських та американських досліджень відповідних феноменів.

Західна «психологія образу» – доволі складна система, яка поєднує у собі численні теоретичні аспекти: семіотичні концепції Пірса, соціологічні положення Гофмана, психоаналітичні ідеї Лакана та ін. Наголошується на тісному взаємозв'язку зовнішніх та внутрішніх психічних образів: наприклад, соціальної ідентичності та гендерного «Я» людини, тощо (Forrester, 2002).

Системне поєднання різних напрямів і рівнів аналізу чітко проглядається в одного з найвідоміших зарубіжних дослідників психології образу – Боулдінга. «Образ» учений

метафорично називає «сонцем» того, про що ми думаємо, що ми знаємо і що змушує нас поводитися саме так, як ми це робимо; а також розглядає його як такий рівень абстракції, з якого «всі сегменти нашого Всесвіту можна оглянути та впорядкувати». А тому дослідник навіть пропонує окрему галузь науки для розгляду відповідних питань – ейконіку, яка має синтезувати не лише психологічні, а також філософські, біологічні, соціологічні, історичні та навіть економічні точки зору (Boulding, 1956).

Така системна позиція чітко демонструє, що в основі конструювання будь-якого психічного образу лежать, поряд із психологічними, особистісними, індивідуальними, також і різні соціальні чинники. У цьому контексті Щурко слушно наголошує на базовій ролі архетипів, стереотипів і міфів у формуванні образу держави. Саме згадані утворення, на думку вченої, є тими «ключами», які одночасно як спрощують, полегшують сприйняття певного образу, так і «звужують його рамки» й формують «запрограмоване ставлення», пов'язане з досвідом попередніх поколінь. А функціональні аспекти образу держави, як зазначає Щурко, виявляються через: 1) відображення у свідомості людей; 2) відчуття, сприйняття, уявлення на чуттєво-емоційному рівні; 3) пізнання через розуміння, судження, інтерпретацію на раціонально-мисленнєвому рівні (Щурко, 2016 : 413).

За результатами цілісного теоретичного та емпіричного аналізу Дідук стверджує, що образ держави: 1) є знаково-символічною моделлю; 2) складається з етнічно-міфологічних, світоглядних, суспільно-політичних, правових і моральних конструктів; 3) забезпечує ідентифікаційний базис через етнічно-міфологічні та суспільно-політичні значення; 4) характеризується домінуванням у свідомості сучасної молоді правових і соціально-економічних конструктів; 5) не має моделі прийнятного минулого; 6) забезпечує молодь двома основними принципами смислотворення – сприйняття та опору (Дідук, 2014).

Ларкіна порівнює особливості переживання довіри до влади та образів держави у сприйнятті українцями (як східними європейцями) та західними європейцями (як умовно узагальненої спільноти). За результатами порівняння вчена констатує: якщо для других в основі основних критеріїв ставлення до влади лежать такі доволі абстрактні цінності суспільного життя, як «безпека», «порядок» і «соціальна захищеність», то для перших – більш детальні індикатори, якими є високий рівень доходів, медичне забезпечення, працевлаштування й інші чітко виражені очікування щодо реальних дій влади, а також морально орієнтовані оцінки її конкретних представників. Враховуючи ці міркування, а також дані емпіричного дослідження, проведеного у «постмайданний» 2015 рік, дослідниця стверджує, що традиційні для більшої частини Європи політико-правові уявлення у свідомості українців замінені на морально орієнтовані. Крім того, в періоди криз та істотних соціальних трансформацій, як нормативно-правова, так і звична моральна регуляція стосунків людини та держави підпадає під вплив більш емоційогенних, аніж раціональних, уявлень особистості (Ларкіна, 2015).

Важливо також зазначити: у дослідженнях Дідук, Ларкіної та окремих інших науковців встановлено, що концепти «держава» та «країна» мають відмінні конотації. Зокрема, як констатує Дідук за результатами емпіричного аналізу системи використовуваних студентами конструктів, конфігурація образів держави та країни у їх свідомості є різною – відповідні системи майже не перетинаються, але доповнюють одна одну. А саме: молодь розмежовує образ держави як «інституту влади» та країни як «спорідненої спільноти». Помірна кореляція між обома інтерпретативними схемами (коефіцієнт рангової кореляції Спірмена становить 0,46) засвідчує їх помірну узгодженість. Інакше кажучи, зовнішня – нормативна організація суспільного співжиття доповнюється та підсилюється внутрішньо прийнятними ціннісними соціальними орієнтирами (Дідук, 2014 : 65).

Отож, образ держави аналізується, насамперед, у контексті проблем політичної психології, а також в аспекті теорії міжнародних відносин. Своєю чергою, оскільки

політична психологія є розділом соціальної психології, вчені закономірно звертаються до процесу соціальної стереотипізації. Так, Херрманн зазначає, що в «ідеально-типових» випадках такі образи нагадують стереотипи, які дають змогу людям діяти відповідно до емоцій, спричинених індивідуальним розумінням соціальних зв'язків. Уточнюється, що стереотипи виконують цю функцію, репрезентуючи когнітивну картину, яка запускає такі ознаки, які, на думку людей, звільняють їх від певних моральних заборон, дієвих в іншому випадку. Відповідно до класичних психологічних закономірностей, ці мотиваційні стереотипні образи діють як ментальні моделі з властивостями схем, що заповнюють відсутні прогалини в уже наявній інформації та стимулюють до пошуку нової інформації (Herrmann, 2013).

Як наголошує Карковська, образ держави – це відображення у свідомості соціальних та політичних інтеракцій із конкретними представниками державної влади та іншими суб'єктами політичної соціалізації, а також сприймання різних сфер політичного життя, як і непрямий результат впливу мас-медіа. З такої точки зору, образ держави дійсно є важливою складовою, насамперед, політичної свідомості громадян. З усім тим, він є одночасно фактором та індикатором більш загальної соціальної позиції особистості, а тому визначає її ставлення до соціального середовища не лише в рамках політичних взаємодій, а й в інших важливих сферах життя (Karkovska, 2014).

Образ країни так само розглядається та описується як особливий тип образів. Згідно з Дженес та Малотою, він формується на основі переживання досвіду й міркувань про певну націю чи країну, що стимулюється через різні інформаційні канали. До таких каналів належать, насамперед: політичні (внутрішні події та зовнішня політика), засоби масової інформації, розважальний контент (фільми та інше) і чутки. Образ країни вміщує в себе чимало різних елементів: національні символи, кольори, одяг, типові будівлі, предмети побуту, мелодії, твори літератури, особливості політичної системи, звичаї, історична спадщина і багато чого іншого (Jenes, Malota, 2013).

Мартінім та Ероглу досліджуваний тип образів визначається як сукупність усіх описових, інформаційних та узагальнювальних уявлень про певну країну. Відповідний образ учені розуміють як «багатовимірну конструкцію», яка має не лише різноманітні теоретичні аспекти, а й реальні «управлінські наслідки» (Martin, Eroglu, 1993). Натомість Котлером, Хайдером, Рейном він описується як сукупність вірувань, ідей та вражень людей про певну країну (Kotler, Haider, & Rein, 1993).

Отже, як зазначають Інгенхофф, Сегев і Чаріатт, образ країни є важливою конструкцією не лише національної єдності, а й міжнародної комунікації. Як і значною мірою політизований образ держави, соціально прийнятий імідж країни теж базується, насамперед, на стереотипах. При цьому різноманітність таких стереотипів залежить від міри близькості (територіальної, інформаційної, ін.) суб'єктів та об'єктів стереотипізації. Як наголошується авторами, крім публічної дипломатії, на образи різних країн істотний вплив чинять інформація з відкритих ресурсів, соціальних мереж та інші дані, вільно доступні через пошукові системи мережі Інтернет (Ingenhoff, Segev, Chariatte, 2020).

Тарашева також доцільно звертає нашу увагу на важливість вивчення питання про те, як саме певний образ продукується та поширюється за межі країни. Узагальнюючи результати досліджень окремих інших учених, вона зазначає, що ані народна освіта, ані офіційна наука не здатні сформувати адекватний, тобто реалістичний образ держави. Така позиція обґрунтовується складністю функціонування усієї цілісної міжнародної системи. При цьому дуже вагома роль відводиться міжнародній дипломатії, котра здана впливати на думку урядів та спільнот «цільових» націй (Tarasheva, 2014 : 6–7).

У сучасних умовах укотре гостро актуальним стало дослідження образу іншої держави як «ворога». В цьому контексті доцільно звернутися до доволі цитованого дослідження Сілверстейна, яке ще у 1989 році описало атитюди та когніції у США щодо

тодішнього СРСР. Автор, розкриваючи різні точки зору на зазначену проблему – психодинамічну, когнітивну, вікову та соціальну, слушно констатує істотну відповідальність психологів за масове розуміння процесів, які змушують людей перебільшувати загрозливі аспекти інших націй та застосовувати відповідні інтерпретації у своїй поведінці щодо начебто «ворожих наддержав» (Silverstein, 1989).

У чомусь аналогічним, але більш новітнім дослідженням і на основі іншої емпіричної вибірки є з'ясування Александером, Левінім і Генрі структурних характеристик та індивідуальних мотивів, які лежать в основі негативних міжнаціональних образів. Констатовано, зокрема, що опитані ліванці сприймають США та її громадян більшою мірою, як «варварів», аніж як «сильну націю», «ворога» або «ймовірного союзника». Отримані результати, на думку вчених, при розгляді міжнародних відносин стимулюють виходити за межі конструювання класичного «образу ворога» й шукати більш індивідуальні варіації негативних іміджів інших країн (Alexander, Levin, Henry, 2005).

У більш розлогому розумінні образ країни розглядається не просто як «образ», а як «інтегрований образ» у контексті цілісної політичної культури. Саме з такої точки зору Щегельська зазначає, що відповідний образ є дієвим інструментом внутрішньої та зовнішньої політики держави, оскільки спрямованість у майбутнє характеризує його активність, а створення та реалізація програм на відповідній основі надає можливості для його реалізації. Так, усередині країни її інтегрований образ є першоосновою самоусвідомлення нацією власної ідентичності та унікальності, утвердження самоповаги й гідності, а вже на такій основі – поваги до інших націй та країн (Щегельська, 2009 : 844).

Мета статті – теоретичний аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження образу України у свідомості української студентської молоді.

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті загального розвитку ідей психосемантики Осгуд зі співробітниками розробили та апробували натепер усесвітньо відомий метод семантичного диференціалу (СД – Osgood, 1964). Із часу упровадження та первісного опису метод семантичного диференціалу пройшов помітний шлях свого розвитку й удосконалення. Зокрема, була розроблена низка спеціалізованих семантичних диференціалів.

Так, Савелюк розробила та апробувала спеціалізований СД «Моя держава». Упродовж розробки шкал СД було констатовано, що при характеристиці України студентська молодь найбільш активно використовує етичні поняття (наприклад, «нечесна – чесна»), потім – політичні («залежна – незалежна»), категорії розвитку («деградує – прогресує»), економічні («матеріально бідна – матеріально багата»), суб'єктивно-оцінні (наприклад, «слабка – сильна»), а також шкалу «роз'єднана – єдина».

Сформульовані на першому етапі емпіричного дослідження Савелюк 28 біполярних дескрипторів і склали основу предметно спеціалізованого семантичного диференціалу «Моя держава». А після процедури факторного аналізу отримані за ним емпіричні показники поєдналися у дві (значущі за критерієм Кайзера) категоріально-сміслові основи: 1) «соціально-економічний та політичний стан у державі, який має етичне підґрунтя» (56,73 % дисперсії даних) і 2) «збереження миру в державі, що впливає на відчуття комфортності проживання в ній» (5,7 % дисперсії). У зв'язку з цим було констатовано, що образ України у свідомості тогочасного студентства мав дві основні смислові осі: більш вагому негативну з домінантною ознакою «несправедливої» корумпованості (що тягнула за собою переважну частину державних негараздів) та значно менш суб'єктивно значущу з акцентом на «приємному» мирному статусі (Савелюк, 2008).

У дослідженні, проведеному вже у 2022 році, узяли участь 218 студентів бакалаврату Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка (факультету педагогіки і психології, іноземних мов, історичного, фізико-математичного, інженерно-педагогічного). Вік респондентів – $17,37 \pm 0,58$ (M $\pm$ SD). Серед них: 27,98

чоловіки та 72,02 % жінки. Згідно з результатами порівняння вибірки чоловіків і жінок за t -критерієм Стюдента ($t = 0,18$; $t_{\text{кр.}} = 1,96$; $p < 0,05$) статистично значущих відмінностей у показниках чоловіків і жінок не виявлено. Це означає, що гендер у даній вибірці респондентів істотно не впливає на показники семантичного диференціалу, тому далі ми не враховували цей показник при обчисленні та інтерпретації результатів.

Результати емпіричного дослідження оброблялися за допомогою методів математичної статистики – здійснювався кореляційний аналіз за Пірсоном у статистичній програмі «MS Excel». Для інтерпретації результатів кореляційного аналізу скористаємось якісним аналізом статистичних даних. До уваги узято особливості розподілу відповідей студентів за 28 біполярними дескрипторами, які склали основу предметно спеціалізованого семантичного диференціалу «Моя держава».

Зокрема, можемо констатувати, що найвиразнішими у свідомості молоді є наступні сутнісні виміри: «Приємна» (99,54 %), «Сильна» (97,71 %), «Корисна» (96,33 %), «Прогресуюча» (95,41 %). Практично рівною мірою актуальними виявились означення: «Організована» (90,83 %) та «Єдина» (90,37 %). Примітним є той факт, що на противагу ментальним і поведінковим стереотипам, консолідувальним фактором в образі держави для української молоді є не стільки єднання навколо проблеми «спільного зовнішнього ворога», що зазвичай носить тимчасовий характер, як формування нових «духовних координат» країни: «Демократична» (94, 51 %), «Турботлива» (94,49 %), «Добра» (94,49 %), «Духовно багата» (94, 04 %), «Правова» (94,04 %) та «Велика» (94,04 %).

Без перебільшення, означені емпіричні результати є когнітивним еквівалентом поточного стану справ у державі, масштабних внутрішніх перетворень країни та свідомості кожного громадянина, реальної зрілої готовності молодих людей до євроінтеграційних процесів. Цілями Євросоюзу є забезпечити мир і стабільність на своїх кордонах, мати сусідами держави із прогнозованою та дружньою зовнішньою політикою. І Україна своїми вчинками продовжує доводити власну спроможність бути вагомим контрибутором стабільності й безпеки на європейському континенті.

Отримані емпіричні результати демонструють, що на сьогодні для студентської молоді витоками європейської інтеграції України є усвідомлення права жити в демократичній, правовій, мирній, соціально і духовно орієнтованій країні. Підтвердженням цьому є і той факт, що 83,94 % дослідженої студентської молоді зазначили, що Україна є «Мирна» держава – і це попри те, що дослідження проводилося вже під час повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Водночас привертають увагу психосемантичні означення образу країни у таких категоріях: «Матеріально багата» (позитивна оцінка наявності цієї риси – 58,26 %, нейтральна – 23,70 %), «Економічно стабільна» (позитивна оцінка наявності цієї риси – 50,00 %, нейтральна – 20,50 %).

Спроба якісно проаналізувати отримані емпіричні результати наштовхнула на сентенції про такий феномен як економічне благополуччя власне в ситуації війни. Схиляємося до думки, що окреслені емпіричні факти відображають певну розгубленість, спантеличеність молоді у нестабільному полі як національних, так і глобалізаційних економічних процесів, а відтак – нездатність чітко усвідомлювати й окреслювати стратегії як персонального успіху, так і країни в цілому у вимірах економічної сфери.

Актуальним видається звернення до питання економічних атитюдів молоді в детермінації її економічного благополуччя – до власне тих факторів, які визначають спрямованість стратегій економічної поведінки, сприяють розвитку економічної свідомості, успішній економічній адаптації молодої людини в екстремальній ситуації війни, причому без знеособлення, втрати особистісних чеснот, зниження якості життя, тощо. Так, за попередніми результатами дослідження, яке проводилося в мирний час життєдіяльності країни, виявлено статистично значущий позитивний кореляційний зв'язок між

суб'єктивним фінансовим станом студентів та їх економічними атитюдами, що дозволяє розглядати економічні атитюди як складову колективної (групової) економічної свідомості молоді. Встановлено, зокрема, що «фінансовий оптимізм» є значущим фактором економічних атитюдів української молоді (Orap M. O. & Kalba Ya. Ye., 2021).

З усім тим, балансування між матеріальними благами та моральними орієнтирами, фруструюча потреба економічної безпеки, зростаючі вимоги до особистості як суб'єкта економічних взаємин, впливають загалом і на загальний індекс сприйняття корупції, що засвідчує низький показник психосемантичного виміру країни «Некорумпована» (позитивна оцінка наявності цієї риси – 44,04 %, нейтральна – 18,70 %).

В аналізі образу країни важливо звернути увагу й на такі психосемантичні конструкти, як: «Щаслива» (позитивна оцінка наявності цієї риси – 63,76 %, нейтральна – 20,10 %), «Весела» (позитивна оцінка наявності цієї риси – 63,30 %, нейтральна – 21,00 %). Достатньо високі показники можуть бути пояснені тим, що в основі суб'єктивного ставлення до власного життя українських студентів лежать такі концепти, як «життєстійкість» та «оптимізм», пов'язані в ментальності українця зі стійкістю до подолання перешкод та вірою у краще (Ma, Shevchenko, Karhina, 2020).

Істотними для нашого дослідження також є результати аналізу кореляційних зв'язків між усіма психосемантичними конструктами, які узагальнено представлені у таблиці 1. Варто зауважити, що тут (за браком місця) представлені лише найбільш статистично значущі кореляції, які виявляють істотні взаємозв'язки між конструктами, що описують образ держави у свідомості сучасної української молоді.

Таблиця 1

Матриця кореляційних зв'язків між шкалами семантичного диференціалу

Шка- ли	3	4	5	6	9	10	11	13	14	15	19	20	22	23	24	25	26	27
1		,440				,400												
2	,423			,405						,403								
4			,444		,522													
5						,462	,455				,417							
7									,431	,523								
8					,423													
9								,405		,438								
10							,545											
11											,411							
12																		,404
14										,424			,459					
15														,548	,423		,481	
18																,498		
19												,435						
20													,400					

22																,442		,533		
23																	,502		,402	
24																			,405	

Примітка: * - статистично значуща кореляція ($p \leq 0,05$)

1 – «некорумпована», 2 – «незалежна», 3 – «демократична», 4 – «чесна», 5 – «матеріально багата», 6 – «духовно багата», 7 – «єдина», 8 – «справедлива», 9 – «турботлива», 10 – «політично стабільна», 11 – «економічно стабільна», 12 – «процвітаюча», 13 – «добра», 14 – «організована», 15 – «сильна», 16 – «мирна», 17 – «горда», 18 – «щаслива», 19 – «високорозвинена», 20 – «прогресуюча», 21 – «авторитетна», 22 – «правова», 23 – «приємна», 24 – «корисна», 25 – «весела», 26 – «активна», 27 – «чиста», 28 – «велика».

Зауважуємо, що для вибірки $n = 218$ на рівні значущості $p \leq 0,05$ критичним значенням є показник коефіцієнта кореляції $r = 0,326$. Відтак, доцільно зазначити, що позитивні кореляції виявлені практично між усіма шкалами спеціалізованого семантичного диференціалу, що засвідчує достатній рівень інтегрованості образу держави у свідомості респондентів. А відсутність негативних кореляцій демонструє відсутність суперечливих різноспрямованих тенденцій у сприйманні та оцінюванні образу держави.

Істотними для аналізу ми вважали коефіцієнти кореляції $r \geq 0,400$, що характеризують значний взаємний вплив і взаємозв'язок характеристик у свідомості українських студентів. Найбільш тісний взаємозв'язок ($r = 0,548$) виявлено між характеристиками «Приємна» та «Сильна». Інакше кажучи, для українських здобувачів вищої освіти приємною державою є, насамперед, сильна держава, і навпаки.

Характеристика «Сильна» має також статистично значущі кореляції з показниками «Корисна» ($r = 0,423$) та «Активна» ($r = 0,481$). Тобто, у семантичному полі української молоді сила держави виявляється у її корисності для громадянина та в активному розвитку. Беручи до уваги, що характеристика «Сильна» виявилась найбільш факторно навантаженою характеристикою (97,7% респондентів оцінили власну країну саме як сильну), ми можемо зробити висновок про те, що сила української держави для українця виявляється у її приємності, активності й корисності.

Якщо ж брати до уваги наявність істотної позитивної кореляції між шкалами «Корисна» та «Активна» ($r = 0,405$), можемо визначити своєрідне психосемантичне ядро ставлення молоді до держави. Тут спостерігаємо характерне саме для української ментальності поєднання афективних і раціональних аспектів смислу «приємності», як емоційного суб'єктивного ставлення, та «корисності» – як раціональної оцінки функціонування держави. Цікаво, що у ставленні до держави її «приємність» виявляє також значну кореляцію із правовим статусом ($r = 0,442$). Отже, для українського студентства істотним у позитивному ставленні до держави є дотримання законів та опора на правову регуляцію взаємин.

Важливим для вивчення психосемантичного образу держави є аналіз й іншої семантичної групи, до якої також входить конструкт «Сильна». Експліковані статистично значущі кореляції між шкалами «Сильна» й «Незалежна» ($r = 0,403$) доповнюються кореляцією шкали «Незалежна» з «Демократична» ($r = 0,423$) та «Духовно багата» ($r = 0,405$). Це демонструє особливе ставлення українців до держави, що полягає у розумінні її сили також і в повазі до гуманістичних, духовних цінностей – миру, добра, любові, тощо. Й це пояснює те, чому в Україні неможливі будь-які прояви тоталітаризму чи національного шовінізму. Духовність України та українців є силою, що формує нашу незалежність. Водночас, сила України не є агресивною, а є власне активною, духовною, а відтак – мирною (за нормальних обставин).

У контексті отриманих результатів видається доречним стверджувати про вчинкові форми утвердження країни, її правових структур та кожного громадянина зокрема. Власне

вчинок ми розглядаємо як умову й засіб сутнісного самоствердження, як ймовірний автентичний спосіб буття людини, такий, що відповідає її внутрішній сутності, її ментальності. Вчинок, на відміну від інших проявів активності (дія, діяльність), репрезентує людину цілісно, «монадно», гармонійно поєднуючи духовні, душевні, індивідуально-психологічні, унікально-неповторні інтенції та потенції її «Я». Вчинкове закладене в людині на рівні архетипового. Людина приречена вчиняти, аби бути людиною (Кальба, 2019).

Крім проаналізованих, значуща кореляція виявлена також між шкалою «Сильна» та шкалою «Єдина» ($r = 0,523$). А оскільки це доповнюється істотними кореляціями між: «Сильна» та «Турботлива» ($r = 0,438$), «Сильна» та «Організована» ($r = 0,424$), можемо зробити висновок про ще один аспект сприймання українцями власної держави. А саме: дослідження проводилося в ситуації повномасштабного вторгнення росії в Україну. Отож, значущою у такому контексті є експлікована віра молоді в те, що держава турбується про всіх своїх громадян, що вона єдина у своїй турботі, й це породжує спільну «Силу».

Очевидно, що саме організованість українців, узгодженість дій держави та громадян у перші дні та місяці війни дали змогу вистояти й організувати гідну й ефективну оборону, захищати країну та українців. У цьому контексті зазначені кореляції демонструють високий рівень небезпідставної довіри українців до власної держави. Вони дійсно переконані, що Україна є достатньо сильною для того, щоби потурбуватись і захистити інтереси своїх громадян.

Тут важливо зацентувати увагу на тому, що конструкт «Організована» тісно взаємопов'язаний із «Правова» ($r = 0,459$), що підкреслює образ держави як адекватно організованої з відповідними правовими рамками. А той факт, що «Турботлива» пов'язана з «Чесна» ($r = 0,522$) і «Справедлива» ($r = 0,423$), означає, що українці бачать свою державу як таку, яка щиро і справедливо турбується про своїх громадян.

Шкала «Матеріально багата» цілком очікувано виявилась тісно взаємопов'язаною зі шкалами «Політично стабільна» ($r = 0,462$), «Економічно стабільна» ($r = 0,455$) та «Високорозвинена» ($r = 0,417$). І якщо взяти до уваги, що лише 50,10 % респондентів вважають країну економічно стабільною, 60,10 % – політично стабільною, то аж 78,89 % – високорозвиненою. У зв'язку з цим можемо зробити висновок, що предикторами високорозвиненої України респонденти вважають не тільки політичну та економічну її стабільність, а й інші чинники. З усім тим, майже однакове статистичне навантаження відповідних шкал засвідчує однакове значення як економічних, так і політичних факторів у розумінні молоддю розвиненої держави.

Прикметними є виявлені кореляції між «чесністю» держави та «відсутністю корупції» ($r = 0,440$), а також «політичною стабільністю» ($r = 0,400$). Лише 44,04 % респондентів вважають свою країну некорумпованою, і ця характеристика у семантичних полях тісно пов'язана, проте вже обернено, з чесністю держави та її стабільністю. Різкі зміни політичного курсу України, значні політичні потрясіння останніх років створили у свідомості українців передумови до взаємопов'язаного існування концептів чесності, відсутності корупції та політичної стабільності. Зауважимо, що економічна стабільність у даному питанні має значно менший вплив. А зв'язок «чесності» з «матеріальним багатством» ($r = 0,444$), на нашу думку, демонструє прагнення українців жити чесно, забезпеченим і спокійним життям, чесно заробляючи власні матеріальні блага. Припускаємо, що умови несправедливої у різних сенсах війни посилили відповідні прагнення та їх взаємозв'язок.

Окремо доцільно наголосити на такому аспекті сприймання українською молоддю своєї держави, як значущий кореляційний зв'язок між шкалами «Щаслива» і «Весела» ($r = 0,498$). Приблизно однакові відсотки респондентів, котрі оцінили країну веселою (63,30%) та щасливою (63,76%), засвідчує те, що у свідомості українців ці два концепти існують у

тісному взаємозв'язку, і щастя «вимірюється» не раціональними, когнітивними показниками, а саме емоційними. Це вкотре підкреслює відому кордоцентричність українця, яка у цьому дослідженні проявилася конкретно у ставленні до власної держави.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Категорія «образ» – одна із системотвірних у сучасній психології. З-поміж різних типів образів учені виокремлюють такі, як «образ держави» та «образ країни», наголошуючи при цьому на їх співвідносності, але не тотожності. Спільне полягає у тому, що обидва в цілому істотною мірою підпадають під вплив явища соціальної стереотипізації. З усім тим, якщо образ держави – це переважно політично орієнтований конструкт, пов'язаний із діями влади та її представників, то образ країни – фактор та індикатор ідентичності нації як особливої спільноти. В умовах української ментальності обидва ці образи перетинаються в аспекті морально релевантних оцінок, чого не скажеш про інші європейські держави, де правові критерії формально автономні. Крім внутрішньополітичних і соціальних процесів, на формування обох типів образів істотний вплив має міжнародна дипломатія. Таким чином, і образ держави, й образ країни – системні утворення із поліфакторним впливом.

За результатами емпіричного дослідження, проведеного із застосуванням методу спеціалізованого семантичного диференціалу «Моя держава», було визначено, що найвиразнішими у свідомості української студентської молоді є наступні психосемантичні виміри: «Приємна» (99,54%), «Сильна» (97,71%), «Корисна» (96,33%) та «Прогресуюча» (95,41%). Практично рівною мірою актуальними виявились означення: «Організована» (90,83%) та «Єдина» (90,37%). Констатовано також, що, на противагу поведінковим стереотипам, консолідувальним фактором в образі держави для сучасної української молоді є не стільки єднання навколо проблеми «спільного зовнішнього ворога», що зазвичай має тимчасовий характер і нашої ментальності назагал не притаманне, як формування, насамперед, духовних координат функціонування країни: «Демократична» (94,51 %), «Турботлива» (94,49 %), «Добра» (94,49 %), «Духовно багата» (94, 04 %), «Правова» (94,04 %) та «Велика» (94,04 %).

Перспективи подальших досліджень вбачаємо, насамперед, у залученні до вибірки респондентів з інших країн – Європи, Америки, Сходу, тобто, у кроскультурних дослідженнях.

СПИСОК ПОСИЛАНЬ

- Дідук, І. А. (2014). Основні смислові конструкти образу держави у політичній картині світу студентської молоді. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*, 2(23), 61-67.
- Кальба, Я. Є. (2019). До проблеми розвитку душевно-духовних потенцій зростаючої особистості (вчинковий підхід). *Humanitarium: Психологія*, 42(1), 58-70.
- Ларкіна. І. В. (2015). Довіра до влади та образ держави у сприйнятті східних та західних європейців. *Вісник національного університету оборони України*, 3(46), 178-183.
- Савелюк, Н. М. (2008). *Психосемантичні особливості громадянської свідомості студентської молоді*. (Автореф. дис. канд. психол. наук). Івано-Франківськ.
- Шапар, В. Б. (2007). *Сучасний тлумачний психологічний словник*. Харків: Прапор.
- Щегельська, Ю. (2009). Інтегрований образ країни – теоретико-практична основа формування позитивного сприйняття та приязного ставлення до України та українців у світі. *Україна дипломатична*, 10, 842-873.
- Щурко, О. М. (2016). Архетип, стереотип і міф в міжнародному образі держави. *Гілея: науковий вісник. Політичні науки*, 115, 411-414.
- Alexander, M. G., Levin, S., & Henry, P. J. (2005). Image Theory, Social Identity, and Social Dominance: Structural Characteristics and Individual Motives Underlying International Images. *Political Psychology*, 26(1), 27-45.

- Beach, L. R., & Mitchell, T. R. (1987). Image theory: Principles, goals, and plans in decision making. *Acta Psychologica*, 66(3), 201-220.
- Boulding, K. E. (1956). *The Image: Knowledge in Life and Society*. Michigan: Publishing University of Michigan Press.
- Forrester, M. (2002). *Psychology of the Image*. London: Routledge.
- Herrmann, R. K. (2013). Perceptions and Image Theory in International Relations. In L. Huddy, D. O. Sears, & J. S. Levy (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Psychology* (2 ed.). Retrieved from: <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199760107.001.0001/oxfordhb-9780199760107-e-011>.
- Image : *APA Dictionary of Psychology*. (2022). Retrieved from: <https://dictionary.apa.org/image>.
- Ingenhoff, D., Segev, E., & Chariatte, J. (2020). The construction of Country Images and Stereotypes: From Public Views to Google Searches. *International Journal of Communication*, 14, 92-113.
- Jenes, B., & Malota, E. (2013). *Measuring Country Image – Theory and Practice*. Retrieved from: http://archives.marketing-trends-congress.com/2009/Materiali/Paper/Fr/Jenes_Malota.pdf.
- Karkovska, R. (2014). Psychological Factors of the Image of the State of the Student's Perception. *Journal of Educational Culture and Society*, 1, 158-168. DOI: 10.15503/jecs20141-158-168.
- Kotler, P. Haider, D. & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment and Tourism to Cities, States and Nations*. The Free Press.
- Ma, F., Shevchenko, R. P., & Karhina, N. V. (2020). Student youth representation of psychological well-being: results of content analysis of works. *Insight: the psychological dimensions of society*, 3, 44-55. DOI: 10.32999/2663-970X/2020-3-3.
- Martin, I. M., & Eroglu, S. (1993). Measuring a Multi-Dimensional Construct: Country Image, *Journal of Business Research*, 28, 191-210.
- Orap, M. O., & Kalba, Ya. Ye. (2021). The research of the economic attitudes of Ukrainian youth: theoretical and practical aspects. *Insight: the psychological dimensions of society*, 5, 117-131. DOI: 10.32999/2663-970X/2021-5-8.
- Osgood, C. E. (1964). *Psychological Approaches. Semantic Differential Technique in the Comparative Study of Cultures*. Retrieved from: <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1525/aa.1964.66.3.02a0088>.
- Silverstein, B. (1989). Enemy images: The psychology of U.S. attitudes and cognitions regarding the Soviet Union. *American Psychologist*, 44(6), 903-913. DOI: 10.1037/0003-066X.44.6.903.
- Tarasheva, E. (2014). *The Image of a Country created by International Media: The Case of Bulgaria*. Cambridge Scholars Publishing.

REFERENCES

- Diduk, I. A. (2014). Osnovni smyslovi konstrukty obrazu derzhavy u politychnii kartyni svitu studentskoi molodi [The main semantic constructs of the image of the state in the political picture of the world of student youth]. *Aktualni problemy sotsiologii, psykholohii, pedahohiky*, 2(23), 61-67. [in Ukrainian].
- Kalba, Ya. Ye. (2019). Do problemy rozvytku dushevno-dukhovnykh potentsii zrostaiuchoi osobystosti (vchynkovyi pidkhid) [To the problem of developing mental and spiritual potentials of a growing personality (practical approach)]. *Humanitarium: Psykholohiia*, 42(1), 58-70. [in Ukrainian].
- Larkina, I. V. (2015). Dovira do vlady ta obraz derzhavy u spryiniatti skhidnykh ta zakhidnykh yevropeitsiv [Trust in the authorities and the image of the state in the perception of Eastern and Western Europeans]. *Visnyk natsionalnoho universytetu oborony Ukrainy*, 3(46), 178-183. [in Ukrainian].

- Saveliuk, N. M. (2008). *Psykhosemantychni osoblyvosti hromadianskoi svidomosti studentskoi molodi [Psychosemantic features of the civic consciousness of student youth]*. (Avtoref. dys. kand. psykhol. nauk). Ivano-Frankivsk. [in Ukrainian].
- Shapar, V. B. (2007). *Suchasnyi tlumachnyi psykholohichnyi slovnyk [Modern explanatory psychological dictionary]*. Kharkiv: Prapor. [in Ukrainian].
- Shchhehelska, Yu. (2009). Intehrovanyi obraz krainy – teoretyko-praktychna osnova formuvannia pozytyvnogo spryiniattia ta pryiaznoho stavlennia do Ukrainy ta ukrainsiv u sviti [An integrated image of the country is a theoretical and practical basis for forming a positive perception and friendly attitude towards Ukraine and Ukrainians in the world]. *Ukraina dyplomatychna*, 10, 842-873. [in Ukrainian].
- Shchurko, O. M. (2016). Arkhetyp, stereotyp i mif v mizhnarodnomu obrazi derzhavy [Archetype, stereotype and myth in the international image of the state]. *Hileia: naukovyi visnyk. Politychni nauky*, 115, 411-414. [in Ukrainian].
- Alexander, M. G., Levin, S., & Henry, P. J. (2005). Image Theory, Social Identity, and Social Dominance: Structural Characteristics and Individual Motives Underlying International Images. *Political Psychology*, 26(1), 27-45. [in English].
- Beach, L. R., & Mitchell, T. R. (1987). Image theory: Principles, goals, and plans in decision making. *Acta Psychologica*, 66(3), 201-220. [in English].
- Boulding, K. E. (1956). *The Image: Knowledge in Life and Society*. Michigan: Publishing University of Michigan Press. [in English].
- Forrester, M. (2002). *Psychology of the Image*. London: Routledge. [in English].
- Herrmann, R. K. (2013). Perceptions and Image Theory in International Relations. In L. Huddy, D. O. Sears, & J. S. Levy (Eds.), *The Oxford Handbook of Political Psychology* (2 ed.). Retrieved from: <https://www.oxfordhandbooks.com/view/10.1093/oxfordhb/9780199760107.001.0001/oxfordhb-9780199760107-e-011>. [in English].
- Image : *APA Dictionary of Psychology*. (2022). Retrieved from: <https://dictionary.apa.org/image>. [in English].
- Ingenhoff, D., Segev, E., & Chariatte, J. (2020). The construction of Country Images and Stereotypes: From Public Views to Google Searches. *International Journal of Communication*, 14, 92-113. [in English].
- Jenes, B., & Malota, E. (2013). *Measuring Country Image – Theory and Practice*. Retrieved from: http://archives.marketing-trends-congress.com/2009/Materiali/Paper/Fr/Jenes_Malota.pdf. [in English].
- Karkovska, R. (2014). Psychological Factors of the Image of the State of the Student's Perception. *Journal of Educational Culture and Society*, 1, 158-168. DOI: 10.15503/jecs20141-158-168. [in English].
- Kotler, P., Haider, D. & Rein, I. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment and Tourism to Cities, States and Nations*. The Free Press. [in English].
- Ma, F., Shevchenko, R. P., & Karhina, N. V. (2020). Student youth representation of psychological well-being: results of content analysis of works. *Insight: the psychological dimensions of society*, 3, 44-55. DOI: 10.32999/2663-970X/2020-3-3. [in English].
- Martin, I. M., & Eroglu, S. (1993). Measuring a Multi-Dimensional Construct: Country Image, *Journal of Business Research*, 28, 191-210. [in English].
- Orap, M. O., & Kalba, Ya. Ye. (2021). The research of the economic attitudes of Ukrainian youth: theoretical and practical aspects. *Insight: the psychological dimensions of society*, 5, 117-131. DOI: 10.32999/2663-970X/2021-5-8. [in English].
- Osgood, C. E. (1964). *Psychological Approaches. Semantic Differential Technique in the Comparative Study of Cultures*. Retrieved from: <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/10.1525/aa.1964.66.3.02a0088>. [in English].

- Silverstein, B. (1989). Enemy images: The psychology of U.S. attitudes and cognitions regarding the Soviet Union. *American Psychologist*, 44(6), 903-913. DOI: 10.1037/0003-066X.44.6.903. [in English].
- Tarasheva, E. (2014). *The Image of a Country created by International Media: The Case of Bulgaria*. Cambridge Scholars Publishing. [in English].

THE IMAGE OF THE STATE AS THE EMBODIMENT OF UKRAINIAN STUDENT'S MENTALITY

Maryna Orap

Doctor of psychological sciences, professor,
Head of the Department of Psychology,
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University
<https://orcid.org/0000-0001-7598-8453>

Nataliya Savelyuk

Doctor of psychological sciences,
Professor at the Department of Psychology,
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University
<https://orcid.org/0000-0001-5246-9677>

Yaroslava Kalba

Candidate of psychological sciences,
Associated professor at the Department of Psychology,
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University
<https://orcid.org/0000-0003-0589-9126>

DOI <https://doi.org/10.35619/praprv.v1i20.340>

Abstract. *The article theoreticall yanalyzes the category of "image" as one of the system-forming concepts in modern psychology. It emphasizes that the construction of any mental image is based not only on psychological, personal, and individual factors but al soon various significant social factors. The article distinguishes and compares two types of images: the "image of the state" and the "image of the country." It emphasizes that while the image of the state is predominantly a politically oriented construct associated with the actions of power, the image of the country is a factor and indicator of the identity of the nation as a distinct community. It is stated that in the manifestations of the Ukrainian mentality, both images intersect in terms of morally relevant values.*

Based on the results of an empirical study conducted using the specialized semantic differential method "My Country" (28 bipolar scales), the most pronounced psychosemantic dimensions in the consciousness of Ukrainian students are determined to be "Pleasant," "Strong," "Beneficial," and "Progressive." It is found that the closest relationship is observed between the evaluative characteristics of "Pleasant" and "Strong." Therefore, it is concluded that for Ukrainian higher education students, a pleasant state is primarily a strong state, and viceversa.

A distinctive psychosemantic core of the researched youth's attitude towards their country is identified, which demonstrates a characteristic combination of affective and rational aspects of the meaning of "pleasantness" as an emotional subjective attitude toward a stimulus and "benefit" as a rational evaluation of the functioning of any phenomenon. An unexpected empirical fact, but theoretically predictable given the peculiarities of our mentality, is the majority of respondents evaluating their own country as "Peaceful".

In general, it is concluded that the consolidating factor in the image of the state for Ukrainians is not unity around the problem of a "common external enemy," which usually has a temporary, situational content, but rather orientation towards powerful "spiritual coordinates" of the country's development, such as "Democratic," "Caring," "Kind", "Spiritually rich," "Lawful," and "Great".

Keywords: *image, image of the state, image of the country, Ukraine, psychosemantic differential.*

Стаття надійшла до редакції 12.05.2023 р.