

Міністерство освіти і науки України
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Факультет психології
Кафедра соціальної психології

**ПОЛІТИЧНІ ЦІННОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ В УМОВАХ
ВІЙНИ**

Кваліфікаційна робота

студента 2 року навчання
ОС Магістр
(спеціальність 053 «Психологія»,
освітня програма «Політична Психологія»
Бойчука Олега Миколайовича

Науковий керівник:
доцент кафедри соціальної психології,
кандидат психологічних наук
Рогаль Ніна Іванівна

Роботу рекомендовано до захисту на ЕК №2

Протокол № _____ від _____ року

Завідувач кафедри соціальної психології

_____ Алла КОВАЛЕНКО

КИЇВ – 2023

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ ТА УСТАНОВОК УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	8
1.1. Поняття політичних цінностей та установок	8
1.2. Особливості зв'язку із толерантністю до невизначеності.....	12
1.3. Сприйняття війни в Україні та у Європі.....	16
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2. ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОВЕДЕННЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНСЬКОЇ МОЛОДІ В УМОВАХ ВІЙНИ.....	20
2.1. Опис етапів дослідження та характеристика вибірки	20
2.2. Обґрунтування методів та методик емпіричного дослідження	22
Висновки до розділу 2	27
РОЗДІЛ 3. АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ.....	29
3.1. Аналіз особливостей анкетного дослідження	29
3.2. Аналіз результатів дослідження політичних цінностей української молоді.....	33
Висновки до розділу 3	55
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	60

ВСТУП

Актуальність досліджуваної тематики. У зв'язку з початком повномасштабного вторгнення росією на територію України та початком повномасштабної війни, постає питання щодо життя українців в даних умовах та всіх складнощів які приносить дана ситуація. Явище війни вносить свої корективи у життя мирних громадян.

В даних умовах зазнає змін спосіб життя людей, їхні політичні установки та цінності. Навіть незважаючи на те що не всі люди можуть вважати себе політичними істотами, подекуди і заявляти про те що вони є аполітичними, ця думка не є зовсім правдивою. Оскільки згідно із думкою Арістотеля, людина є політичною істотою яка активно бере участь в політичних процесах та не може абстрагувати себе від політичних процесів та загалом процесів державотворення, оскільки це є складний механізм із багатьма залученими у нього учасниками.

Із врахуванням цієї думки, можна також зробити висновок, що життя українців змінилось таким чином, що воно стало досить невизначеним. Через постійні обстріли, повітряну тривогу та загрозу захоплення територій українцям які планують будувати та продовжувати своє життя в Україні, стало важко це робити. В житті кожного українця панує невизначеність щодо всіх цих процесів. Саме тому варто дослідити наскільки нашим громадянам вдалось виробити толерацію щодо даного типу невизначеності та загалом могли нормально існувати в даних умовах. Більше того актуальність ще полягає в тому щоб дізнатися чи взагалі існує дана толерація, якщо так, то який її відсотковий показники, тощо.

Дослідження щодо політичних цінностей та установок українців в умовах війни має велику актуальність в сучасних умовах. Україна за останні роки стала свідком низки змін у політичному, економічному та соціальному житті країни. Зокрема, революція гідності, окупація Криму та

війна на Донбасі суттєво вплинули на політичну культуру та цінності українців.

Дослідження цих змін та їх впливу на політичну установку українців є важливим, оскільки ці зміни можуть мати наслідки для майбутнього України. Розуміння політичних цінностей та установок українців може допомогти політикам та громадським діячам визначити потреби та очікування населення, а також розробити ефективні стратегії для зміцнення демократії та соціального прогресу в країні.

Отже, дослідження щодо політичних цінностей та установок українців в умовах війни є важливим не лише для вивчення суспільних змін в Україні, а й для формування рішень, які можуть мати значний вплив на майбутнє країни.

Об'єкт дослідження: політичні цінності.

Предмет дослідження: політичні цінності української молоді в умовах війни.

Мета дослідження: дослідження політичних цінностей української молоді в умовах війни.

Відповідно до мети було сформовано наступні **завдання:**

1. Здійснити теоретичний аналіз вітчизняної та зарубіжної наукової літератури з проблематики політичних цінностей.
2. Визначити особливості політико-ідеологічного самовизначення української молоді.
3. Дослідити особливості внутрішніх та зовнішніх цінностей української молоді.
4. Визначити направленість особистості української молоді в період війни.

Емпірична база дослідження. У дослідженні взяло участь 60 осіб, віком від 18 до 22 років (47 жінок та 13 чоловіків). Всі досліджувані були громадянами України, які перебували на території України на той момент

коли почалось повномасштабне вторгнення, перебувають зараз, або ж на даний момент перебувають на територіях інших країн.

Методи дослідження. У дослідженні було використано систему загальнонаукових методів дослідження:

– теоретичні: аналіз, узагальнення, систематизація та інтерпретація наукових джерел;

– емпіричні, зокрема методики: методика MPIS «Опитувальник визначення механізмів політико-ідеологічного самовизначення» (ОМПІС); методика Шварца для вивчення цінностей особистості; методика «Ціннісні орієнтації»; методика діагностики спрямованості особистості Б. Басса (Опитувальник Смікала-Кучера).

– математично-статистичні: знаходження середніх величин та відсоткових показників тощо.

Практичне значення. Дослідження політичних цінностей та установок українців в умовах війни має велике практичне значення для розробки та впровадження ефективних політичних та соціальних стратегій в Україні.

Зокрема, результати дослідження можуть бути корисними для формування національної політики з питань національної та міжнаціональної гармонії, прав людини та громадянина, зміцнення демократичних цінностей та інших важливих соціальних процесів в Україні. Дослідження можуть стати основою для розробки та впровадження програм соціальної підтримки населення, зокрема, ветеранів війни та їхніх сімей.

Дослідження можуть бути корисними для визначення потреб та пріоритетів національного розвитку в умовах війни, а також для визначення стратегії залучення міжнародної допомоги та підтримки. Дослідження можуть також стати підґрунтям для подальших досліджень у галузі соціології, політології та інших наук про людину, що забезпечать

наукову підтримку у процесі прийняття рішень з питань національної політики та соціально-економічного розвитку країни.

Надійність та достовірність результатів: для забезпечення надійності та достовірності результатів дослідження на тему психологічних особливостей політичних цінностей української молоді в умовах війни можуть застосовуватися різні методи та прийоми.

Починаючи з планування дослідження, аналізувалася література з даної теми, щоб забезпечити адекватність дослідження та врахувати попередні дослідження, проведені в цій галузі.

Під час збору даних, використовуються різні методи дослідження, такі як опитування, спостереження, інтерв'ю та експеримент. В даному випадку було застосовано опитування. Забезпечено відповідну кількість учасників дослідження та їхню репрезентативність. Наприклад, у разі опитування необхідно дбати про випадковість вибірки та зберігати анонімність та конфіденційність даних.

Після збору проведено аналіз та обробку даних. Було використано статистичні методи, які допомогли визначити ступінь значущості результатів та дослідити залежності між різними показниками.

Також враховано етичні аспекти дослідження, було забезпечено згоду учасників дослідження та дотримано принципу конфіденційності даних.

Структура та обсяг роботи. Структура роботи характеризується тим що вона складається із вступу, трьох розділів, висновків до них, загальних висновків, списку використаних джерел, що налічує 28 найменувань. Основний обсяг дипломної роботи викладено на 58 сторінках. Робота містить 18 таблиць та 1 рисунок.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПОЛІТИЧНИХ ЦІННОСТЕЙ УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

1.1. Поняття політичних цінностей

Під поняттям політичних цінностей можна пояснити орієнтири що покликані визначати сенс та зміст у складному політичному світі. Дані принципи забезпечують злагоду у суспільстві та соціально-політичних групах із урахуванням головних цілей та проблем даних груп (Розенфельд, 2001).

Іншими словами, політична цінність, це – сукупність ідей та уявлень людей, що здатні визначати стратегічні цілі та цілеспрямованість, а також і тактику політичної діяльності.

Політичні цінності та установки, мають на меті сприяння щодо процесу інтеграції соціальних груп в процес політичної діяльності. Політичні цінності та установки покликані мотивувати індивідів брати активну політичну участь у житті своєї громади чи спільноти, шляхом створенням умов, які будуть сприяти творенню політичного процесу (Rokeach, 1973).

Згідно із М. Вебером, у змісті політичних цінностей відображаються політичні ідеали, інтереси та бажання суб'єктів соціуму. Згідно із його методологією, політичні цінності мають великий вплив на формування оцінки політичної дії, вчинку та наслідків. Даний феномен має на меті орієнтувати учасників політичного процесу, як от партію чи іншу політичну групу, по відношенню до інших суб'єктів політики. (Schwartz, 1994)

Не варто забувати що поняття політичних цінностей є досить комплексним та всеосяжним. Великою мірою це залежить від

розрізненості, або ж іншими словами – гетерогенністю, яка наявна в діях політичних партій, політичних членів та коаліцій. Дані суб'єкти здатні одночасно виступати за позиції що ґрунтуються на загальногуманних ідеалах, загострення суперництва за владу, тощо. Найбільш типовими критеріями, які стосуються типології політичних цінностей, це – уявлення та вірування людей на рахунок ідеального, бажаного та найкращого виду системи політики чи владного режиму. Сюди також можна віднести умови та потреби, які посилюють соціально-політичні зв'язки у групі, соціальній спільноті (Inglehart & Baker, 2000).

В даному контексті варто згадати за «політичні універсалії». Даний термін можна трактувати, як найбільш загальні політичні утворення та поняття які в свою чергу розкриваються через комплекс рис та проявів у політичній культурі, на додачу із діяльністю та ідеологією. Виходячи з цього, можна назвати найбільш оформлені загальнолюдські політико-культурні універсалії, до них відносяться:

Принципи та політичні ідеали які трактуються як загальнолюдські. Сюди відноситься свобода, мир, людські права, демократія та суверенітет, дотримання правопорядку, рівність та братерство серед громадян (Norris, 2002).

Символіка яка є міжнародно політичною та володіє найбільш суттєвими емоційно-психологічними механізмами впливу на політичну свідомість. Сюди відносять символічні знаки та емблеми, це також можуть бути музичні твори чи теми, які символізують окремі настрої в політичному житті. Кольори також здатні мати тут велике значення. Багато партій у своїй символіці використовують окремі кольорові гамми, задля підкреслення свого вектору. До прикладу білий символізує допомогу та чистоту думок, блакитний це захист, зелений колір символізує колір життя, природи та екології, рожевий це захист дитинства та материнства (Huntington, 1993).

Міжнародне право також відноситься до політичних універсалій. Це система норм, завдяки якій регулюються відносини між державами, світовими спільнотами та різноманітними організаціями. Міжнародне право опирається на досягнення, які є результатом політичної культури та історичного досвіду, що базується на політичних стосунках.

Окрім цього, в політичній науці також згадуються негативні політичні універсалії, так звані анти-цінності. Сюди можна віднести політичний нігілізм, абсентиїзм, який проявляється в пасивності учасників політичного життя та аполітизмі. Або ж навпаки політичний популізм, екстремізм, та фанатизм, дані явища характеризуються як вельми крайні вирази політичного ідеалізму що ґрунтуються на радикальній позиції їх послідовників

Варто зауважити, що в даному контексті учасник політичного життя значною мірою є залежним від світу цінностей в якому він перебуває. Такими цінностями, знову ж таки є суб'єктивні уподобання людей, зокрема їх уявлення про бажані або небажані явища та події на додачу із політичними процесами. Якщо говорити про фундаментальні засади на яких ґрунтуються політичні цінності, то воно полягає в аж ніяк не в політичних категоріях, а в сферах які не стосуються політики, як от першочергові сфери буття – релігія, мораль, економіка. Справа в тому, що дані системи цінностей в кінцевому результаті всеодно переходять в політичну сферу, де вони зазнають практичної реалізації та набувають своєї форми (Dalton, 1994).

Не варто забувати про поняття політичних установок, оскільки ці два поняття є взаємопов'язаними. Говорячи більш детально про поняття політичних установок, можна сказати що вони займають особливе місце в політичній психології сьогодення.

Установка –це сформована під впливом пропаганди, виховання і досвіду відносно стійка організація знань, почуттів і мотивів, що

викликає відповідне відношення людини до ідейних, політичних і суспільних явищ навколишньої дійсності, що виражається в діях (Москаленко, 2006).

Політичні установки виражають стійкий тип поведінки й відносин громадян до внутрішньої і зовнішньої політики держави. Ці установки можуть бути зведені у відносно однорідну групу, хоча відношення підпорядкування ідеології і політики зберігається.

Вони відіграють велику роль в суспільному житті. Політичні установки мають важливу та рушійну силу в плані становлення політичної свідомості індивідів, членів суспільства. Даний феномен має зв'язок із масовою свідомістю. Зважаючи на це, вони надають можливість відстежувати його стан та тенденції що панують в ньому. Політичні установки мають на собі відбиток нормативно-ціннісного відношення різних верств суспільства та верств населення в цілому до діяльності яка продукується політичними інститутами та організаціями, політичної системи в цілому, принципи і норми її функціонування. Дані установки можуть бути набуті індивідом через соціальну взаємодію, соціальний досвід, та культурні чинники. При цьому, варто зазначити що політичні установки в даному випадку набуваються в готовому вигляді. Політичні установки можна вважати одними їх найбільш важливих елементів політичної психології на сьогоднішній день (Lipset, 1960).

В даному контексті, доречно буде згадати про молоде покоління, оскільки саме через нього, пояснити дане явище можна найбільш доступно. Як правило, коли молоде покоління починає своє доросле життя, вони часто роблять це із мінімальним досвідом попередньої політичної діяльності, часто політично несвідомими на необізнаними, зокрема в проблемах суспільства. Це говорить про недостатній розвиток, на даному етапі політичних установок. Люди із низьким розвиток політичних

установок, можуть легко піддаватись політичних маніпуляціям, особливо молоді люди. Політики можуть використовувати таких людей, задля досягнення своєї політичної мети. Що стосується саме сучасного українського суспільства, то в нас присутнє своєрідне розмиття політичних установок заразом із політичними поглядами. Це відбувається через ряд причин. Основною причиною є те, що у суспільстві присутнє велике розчарування щодо різних політичних проєктів (Greenstein , 1969).

У вищезгаданих установках, велику роль відіграє спрямованість особистості. Дана спрямованість пояснюється як – систему життєвих цінностей. Дана система в свою чергу відбиває ієрархічну модель відношень людини щодо навколишнього світу. Спрямованість особистості говорить про вибірковість її психіки, разом із особистісною індивідуальністю. Спираючись на багаж досліджень даної теми, багатьма вітчизняними психологами, можна зробити висновки про соціальне походження даної спрямованості, а також її важливу роль у становленні свідомості суб'єкта (Elster , 1986).

Надзвичайно важливим в даному контексті є і те, що існує прямий зв'язок між політичною спрямованістю та політичними установками. Спрямованість базується на життєвих установках індивіда, не тільки політичних, але і загальних. Як уже було згадано раніше, дане питання варто розглядати на молодих людях, студентах, оскільки знову ж таки, в юнацькому віці формування політичних установок перебуває на початковому етапі свого становлення. Саме в даний період можна найбільш якісно дослідити даний феномен (Caprara, 2006).

Політичною установкою можна вважати таку установку, що визначає внутрішню якість суб'єкта політики, що базується на його попередньому досвіді і політичній культурі, що впливає на відношення особистості до майбутніх політичних подій (Bar-Tal, 1996)

1.2. Особливості зв'язку із толерантністю до невизначеності

В даному контексті, не варто забувати про проблематику - особливості зв'язку із толерантністю до невизначеності, оскільки це є одним із факторів, який здатний поглибити дане дослідження та краще його зрозуміти. Про це важливо говорити, оскільки невизначеність під час сьогоденних подій посідає велике місце, знову ж таки через ведення бойових дій на території країни. В даних умовах є важко визначитися щодо завтрашнього дня, та майбутніх механізмів кооперації, ведення бізнесу і тому подібне. Незважаючи на складні військові умови, країна та люди які в ній живуть – продовжують жити. Що говорить про те, що населенню вдалось виробити своєрідну толерантність до даної невизначеності, яка існує в їхньому житті. Одним із прикладів є те, що громадяни не завжди спускаються до укриттів коли це потрібно, і лунає сигнал повітряної тривоги.

Можна продовжити із загальних характеристик даної толерантності до невизначеності. Ними є почуття комфорту у ситуаціях, які здавалось би не є дуже безпечними. Здатність приймати конфлікт та напруження такими, якими вони є, або ж опиратись на відсутність зв'язку та логіки у надзвичайній ситуації в той час коли існує недостача інформації і немає розуміння всіх факторів та можливості передбачити всі наслідки в ситуації. Люди із виробленою толерантністю до невизначеності, також здатні невідоме, та невідомі ризиковані ситуації, як такі, що здатні стимулювати їх на подальшу соціально-активну діяльність. Деякою мірою можна сказати що дана толерантність є основним стимулом життєвої діяльності індивіда.

Щоб краще розуміти цю проблематику, варто згадати і про протилежне, а саме інтолерантність особистості. В даному випадку характерним є сприйняття невизначеної ситуації як загрози для себе та свого життя. Особистості, якій притаманні дані якості, не властиво робити

необдумані рішення. В даному випадку індивід уникає неконкретних ситуацій, які здатні йому чи їй, якимось чином загрожувати. Цілком раціонально для такої особи буде віддавати перевагу чомусь знайомому та зрозумілому, замість того що є незвичними та новим, та потенційно небезпечним (Craik, 2001).

Так як це часто буває в психологічній науці, немає одного конкретного визначення щодо поняття толерантності до невизначеності. Толерантність можна розуміти як особистісну зміну індивіда, або ж іншими словами – індивідуальну здібність, що має відношення до когнітивної та емоційно-вольової сфери особистості, тенденцію сприймання, культуральну складову, розбіжність реакцій та характеристику індивідуальної саморегуляції.

До прикладу С. Баднер, виділяє декілька характеристик які сумісні із вищезгаданим феноменом, та відповідають трьом типам невизначених ситуацій. Як от – нова ситуація, що характеризується своєю нестандартністю, та є обумовлена недостатньою кількістю чи відсутністю стимулів/подразників, комплексна ситуація, яка на противагу першій, має в собі значну кількість, а в деяких випадках навіть занадто багато стимулів та подразників. Також існує третя ситуація, яка представляє собою суперечливі стимули та подразники, та носить відповідну назву, а саме – суперечлива (Budner, 1962).

В даному контексті, важливо буде згадати і про причини виникнення феномену – Толерантності до невизначеності. У 1975 році, дослідник – Курт Крайтлер, зауважив про одну із трьох причини, через які по суті і виникає дана толерантність. Згідно із припущеннями дослідників, толерантність до невизначеності виникає тоді коли ситуація може бути пояснена, або ж інтерпритована декількома шляхами. Друга причина, це те що ситуація може бути складна для пояснення, або катетеризація, і третя

причина, це те, що ситуація може включати в себе протиріччя, або ж конфлікт (Clampitt & Williams, 2004).

Беручи до уваги вищесказане, можна зробити паралель із прикладом сьогодення, а саме зв'язок між толерантністю до не визначення та політичними цінності та установкам українців в умовах війни. Іншими словами – причинами які здатні викликати толерантність до невизначеності. Що стосується першої ситуації, коли ситуація може бути пояснена та інтерпретована різними шляхами, то яскравим прикладом може бути сигнал повітряної тривоги та те, як його вказівки виконуються з боку громадян. До прикладу це може інтерпретуватися таким способом, що перш за все повітряна тривога лунає саме тому, що існує загроза життю громадян, та їм потрібно іти в укриття, щоб зберегти власне життя. Інша інтерпретація є такою, що попадання ракети є не точним, і це не обов'язково стосується саме однієї конкретної особи, або ж те, що людина перебуває далеко від зони бойових дій і їй немає про що хвилюватися, тощо. Або ж те що це дуже часто затратно спускатись в бомбосховище, да того ж не зручно. Саме через такий дисонанс і існує толерантність до невизначеності серед громадян, вони звикли до даної ситуації та діють не зовсім раціонально коли існує загроза життю.

Прикладом другої причини, а саме те що ситуація може бути складною для пояснення, є те коли під час росіяни напали на Україну і вона аргументують це тим, що на території України присутні нацисти, та також те що тут забороняють розмовляти українською мовою, що зовсім не відповідає правді, оскільки ці наративи були штучно створені щоб якось аргументувати ці дії. В голові у раціональної та освіченої людини, дані наративи не вкладаються в голові та є складними для пояснення і розуміння, саме тому це може бути одним із прикладів для пояснення другої ситуації згідно причин через які виникає толерантність до невизначеності, що були розроблені Куртом Крайтлером.

У випадку із третьою причиною коли ситуація включає в себе протиріччя, або ж конфлікт, можна виокремити приклад коли українці під час військового стану повністю довіряють владній верхівці. Коли не відбувається майже жодної критики, оскільки це може зашкодити державі та може грати на руку ворогу. Це цілком правильно та зрозуміло. Проте навіть під час війни можуть виникати протиріччя. Як от скандал щодо закупівель продуктів за завищеними цінами з боку міністерства оборони. Суспільство розуміє що це не зовсім нормально в часи війни, проте реакція яка продукується на даний випадок, не є настільки бурхливою, наскільки вона могла б бути, приміром в мирні часи. Або ж ситуація коли виявилось що друг президента, раніше голова СБУ, пан Баканов зливав інформацію ворогу. Це дуже серйозні та негативні речі, проте згідно із неофіційним суспільним договором, що існує на сьогоднішній день між народом України та владою, суспільство не вдається до надто бурхливої критики владної верхівки заради збереження країни. Це і можна вважати однією із причин, прикладом виникнення толерантності до невизначеності серед наших громадян.

З думкою про це, варто пам'ятати про основні риси особистості яка є інтолерантною до невизначеності, тобто повною протилежністю того що було описано вище. Згідно із С. Бочнером, у 1965 році було визначено основні риси такої особистості. Характеристики які їй наявні, це – авторитаризм, догматизм, ригідність, закритий стиль мислення, тривожність, агресивність, наявність етнічних забобонів і тому подібне. З цього випливає, що люди котрі мають дані характеристики, їм буде більш властиво в умовах війни реагувати більш раціонально та гостро на події котрі відбуваються, а сама – спустатись в бомбосховище під час повітряної тривоги, яскраво критикувати владу і тому подібне (Bochner, 1965).

Зважаючи на це, можна зробити висновки, що толерантність до невизначеності є комплексним конструктом особистості. Даний конструкт

також можна віднести до інтегральних характеристик особистості. Підсумовуючи сказане, толерантність до невизначеності представляє собою властивість індивіда, яка надає можливість йому, чи їй, витримувати смислові підвалини що пов'язані з невизначеністю власного буття, кризові прояви, котрі з'являються одночасно з переходом до ідентичності яка вважається новою.

1.3. Сприйняття війни в Україні та у Європі

Із вищеописаного, стає цілком зрозуміло що політичні установки українців в умовах війни, зазнають яскравих змін, так само як і це має вплив на розвиток толерантності до невизначеності. Проте дуже важливо в даному випадку буде і поговорити про загальне сприйняття війни в Україні.

Згідно із дослідженням яке проводилось Європейським Парламентом 30 Березня поточного року, серед усіх громадян Європейського Союзу, 65% громадян вважають що попри війну, Україна має вступити до ЄС в найкоротший термін, а саме в наступні декілька років (Public opinion on Russia's war against Ukraine, 2023).

В опитуванні також згадано, що 91% українців повністю схвалюють політику українського президента В. Зеленського та вважають що він керує країною в правильному напрямку (Public opinion on Russia's war against Ukraine, 2023).

Багатонаціональне дослідження також показує що дана війна значним чином погіршила безпекову ситуацію не лише в Україні, проте загалом у світі, і що єдиним суттєвим способом захисту від агресора, на даний момент є лише членство в оборонному альянсі – НАТО. Так вважають 64% опитаних (Stoltenberg, 2023).

Беручи до уваги суто жителів України, то тут 82% респондентів вважає що Україні слід негайно вступати в оборонний альянс. Цей

показник збільшився на 10% порівняно із дослідженням яке було проведено в квітні минулого 2022 року (IRI Ukraine Poll Shows Strong Confidence in President Zelensky, a Surge in Support for NATO Membership, Russia Should Pay for Reconstruction, 2023).

Крім того, 97% опитаних в Україні вірять у перемогу у війні проти Росії, а 74% вважають, що Україна збереже всі території в межах свого міжнародного права визнані кордони, визначені в 1991 році, 59 відсотків американців кажуть, що підтримують надання США зброї та надсилання фінансової підтримки Україні (JONES, 2023).

Що стосується поглядів на росію, у опитуванні, проведеному в багатьох країнах, Росію негативно сприймають 63% членів Альянсу громадян порівняно з 46% у 2021 році. Лише 14% позитивно ставляться до росії (Stoltenberg, 2023).

У США і без того негативне ставлення американців до Росії минулого року ще більше погіршилося, впав з 15% із сприятливим поглядом до 9%. Нинішній показник для Росії найнижчий Gallup проводив вимірювання з того часу, як у 1989 році вперше запитав про «Радянський Союз» у такому форматі (JONES, 2023).

У Росії 79,3% респондентів відповіли, що довіряють Путіну (-0,4% минулого тиждень), а рейтинг схвалення роботи російського президента зріс на 1% до 77% (Public opinion on Russia's war against Ukraine, 2023).

Проте прихильників мирних переговорів у суспільстві все ж трохи більше, ніж прихильників продовження бойових дій (50% проти 43% на кінець лютого) (Public opinion on Russia's war against Ukraine, 2023).

Що стосується міжнародної кооперації, то 46,1% респондентів Італії позитивно оцінюють спроба Китаю, щодо посередництва у війні в Україні: серед них 23,2% сподіваються, що вона поки що буде успішною 22,9% воліли б, щоб мирний план був запропонований Європою чи Заходом (Public opinion on Russia's war against Ukraine, 2023).

На рахунок енергетичної ситуації, Згідно з опитуванням у Франції, близько 75% респондентів вважають, що Франція повинна припинити імпорт викопного палива (газу, нафти) з авторитарних країн (включаючи Росію). Крім того, лише третина французів (32%) вважають, що вони повинні покладатися в першу чергу на наших західних союзників (ЄС, США, Великобританія) для забезпечення нашої енергетичної безпеки (Judah , Lenoir , & Valley , 2023).

Внаслідок енергетичної кризи, поведінка також змінилася. Опитування в Австрії зазначає, що 88 % опитаних стверджують що вони свідомо обмежують власне споживання енергії. 68 % активно знижують температура вдома (Survey: 9 out of 10 Austrians consciously save energy, 2023).

Доречним в даному контексті буде загадати про інфляцію та економічну ситуацію та ціни життя. Зростання вартості життя залишається дуже помітним у багатьох європейських країнах. У Франції 44% респондентів вважають, що Франція має припинити підтримку України і санкції проти Росії для боротьби з інфляцією в Європі. Проте більшість Франція виступає за продовження підтримки України (Public opinion on Russia's war against Ukraine, 2023).

Європейське багатокраїнне дослідження показує, що 67% респондентів вважають, що Європа повинна стати більш незалежною від Росії енергії, навіть якщо це призведе до подальшого зростання цін (European support for Ukraine in numbers, 2023).

У Польщі інфляція і держава економіки буде ключовим питанням у майбутній виборчій кампанії. В Іспанії, Економічні проблеми залишаються основною проблемою для 46% респондентів. Війна в Україні займає лише 13 місце з 3,9%. Дійсно, майже половина компаній в Іспанії, 44 відсотки, підвищили ціни з січня по березень 2023 року, причому трохи більше половини планують зробити це десь до кінця року, згідно з новим

опитуванням, проведеним Банком Іспанії (Almost half of businesses in Spain have hiked prices in 2023, survey reveals, 2023).

Висновки до розділу 1

Із вищезазначеної інформації, можна зробити окремі висновки, зокрема те, що незважаючи на складну ситуацію, наші союзники не полишають ідеї того щоб і далі допомагати нам у боротьбі з агресором та продовжувати надавати нам підтримку, незважаючи на те, що самі вони зазнають окремих незручностей, як от зростання цін на життя та інше. Втім вони розуміють що якщо припинити підтримку, війна може бути на їхній території.

Із першого розділу, можна зробити висновок про поняття політичних цінностей та установок, а саме те, що без них було б дуже важко існувати в сучасному соціумі, оскільки люди здебільшого є політичними істотами і політичні цінності та установки необхідні їм задля того щоб виконувати свою політичну роль та політичні обов'язки в соціумі. Варто зазначити що дані установки формуються протягом всього життя. Їхній розвиток залежить від виховання, соціальних контактів та взаємодії індивіда в соціумі.

Висновків вдалось досягти із теоретичної інформації щодо толерантності до невизначеності. Даний феномен можна пояснити як те що людина поступово звикає до неординарних та небезпечних ситуацій які можуть їй зашкодити. У випадку з українським суспільством, дану паралель можна провести таким чином, що люди звикли до повітряних тривог, та більше не біжать в укриття, або ж те що велика частка населення вже звикла до війни, та готова жити в таких умовах без роздумів про переїзд в більш безпечну територію або ж навіть в іншу країну. Це питання є актуальним в нашому суспільстві, оскільки саме так воно і склалось, що суспільство вже звикло та не реагує надто гостро на загрози які їх

оточують майже щоденно та повсякчасно. Дана небезпека робить життя людей невизначеним, це і називається толерантність до невизначеності.

РОЗДІЛ 2

ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОВЕДЕННЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЛІТИЧНИХ УСТАНОВОК УКРАЇНЦІВ В УМОВАХ ВІЙНИ

2.1. Опис етапів дослідження та характеристика вибірки

Дослідження відбувалось в декілька етапів. Для початку відбулося визначення основних етапів дослідження та складання змісту а також визначення теми для дипломної роботи. Було прийнято рішення вибрати тему яка буде найбільш актуальною в сьогоднішніх реаліях, а саме в реаліях військового стану.

Першим по списку був підбір наукової літератури, задля написання теоретичної частини наукового дослідження. За мету було обрати якомога більше західних та англомовних джерел які змогли б якісно пояснити ті чи інші явища. Акцент також робився на тому, щоб повністю відмовитись від російськомовних джерел. Теоретична частина допомогла із вибором необхідних методик задля проведення подальшого дослідження. В цьому допомогли і монографії що були написані українськими науковцями в галузі психології, зокрема викладачами Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Опісля владнання теоретичної частини роботи, відбувся перехід до опрацювання необхідних методик та детальне ознайомлення з ними. Після цього було розроблено електронні анкети, які містили в собі три методики, а саме:

1. Методика MPIS «Опитувальник визначення механізмів політико-ідеологічного самовизначення» (ОМПІС). За допомогою даного опитувальника, можна виміряти рівень політико-ідеологічного

самовизначення людини. В опитувальнику наведено висловлювання про людину, її думки, переживання, звички, стиль поведінки.

2. Методика Шварца для вивчення цінностей особистості: концепція і методичне керівництво. Методика «Ціннісні орієнтації», дозволяє вивчати значимість і реалізацію зовнішніх і внутрішніх цінностей, конфліктність і атрибуцію, разом із причинами їх здійснення.

3. Методика діагностики спрямованості особистості Б. Басса (Опитувальник Смікала-Кучера). Методика діагностики спрямованості особистості Б. Басса дозволяє виявити чого людина дійсно прагне, що для неї є найважливішим, цінним і, при необхідності, підкорегувати свою поведінку.

Практична частина дослідження проводилась в три етапи. Першим етапом було знаходження потрібної вибірки. Її склали громадяни України з різних регіонів (населення заходу країни, центру, півдня, півночі та сходу), віком від 18 до 22 років. Були опитані респонденти, що проживають за межами України, проте є українцями та на момент початку повномасштабного вторгнення проживали на території України. До вибірки ввійшло 47 жінок та 13 чоловіків. Це були люди різних професій та віросповідань. Були присутні студенти, кухарі, продавці, тощо. Дуже багато людей займалось тим, що поєднувало роботу і навчання.

Опісля визначення з вибіркою, респондентам було розіслано електронні анкети задля подальшого проходження. Було наголошено, щоб всі респонденти проходили форми сумлінно та без зайвого поспіху, задля того щоб добитись найбільш точних та правдивих результатів. Заповнення форм не зайняло значного часу для обраних респондентів, вони впорались із даним завданням за 3-4 дні. Це дуже позитивний фактор, що всі поставились досить сумлінно до виконання завдання, оскільки це допомогло не затягувати час, та рухатись далі і приступити до обробки даних результатів.

Наступним етапом став екстракшн результатів із гугл форм в файл ексель та подальше кодування відповідей згідно з ключем до кожної методики, а також подальше експортування в програму – SPSS. Дане кодування було застосоване задля того щоб мати змогу опрацювати отримані результати в даній програмі. Опісля цього, та якісного опрацювання потрібних результатів, було проведено опис отриманих результатів, це стало завершальним етапом дослідження.

2.2. Обґрунтування методів та методик емпіричного дослідження

Задля проведення даного емпіричного дослідження було взято такі методи як опис та вимірювання, зокрема математична статистика.

Отже, вимірювання характеризується як сукупність дій, що виконуються за допомогою засобів вимірювання з метою знаходження числового значення вимірюваної величини у прийнятих одиницях виміру. Це метод був досить актуальним в даному випадку оскільки допоміг швидко та якісно визначити, та виміряти основні числові значення, та зробити необхідні висновки. Знову ж таки, він є досить швидким та зручним в застосуванні, і в дослідження такої складності, він є хорошим вибором.

Наступним методом емпіричного дослідження який був застосований в роботі, є – опис. Він на пряму пов'язаний із попередньо згаданим методом, оскільки отримані числові значення шляхом вимірювання, також треба описати.

Що стосується більш детального опису методик, то першим вибором була методика, розроблена Г. Циганенко. Вона носить назву «Питальник вимірювання рівня політико-ідеологічного самовизначення». Даний опитувальник пропонує висловлювання про людину, її думки, переживання, звички, стиль поведінки. Він також пропонує респонденту прочитайте і визначити (оцінити), якою мірою їх може бути віднесено до

респондента. Опісля чого можна визначити такі основні моменти, як наприклад «позиційна конкуренція» респондента. Вона характеризує собою потребу в конкуренції, суперництві які є усвідомленими для людини і людина якій наявні дані якості здатна робити зусилля для досягнення своєї мети. Низькі показники щодо даної конкуренції, показують, що така потреба відсутня або має неусвідомлений характер і її не інтегровано в когнітивну структуру особистості.

Наступне, що даний опитувальник дозволяє визначити, це політична ідентифікація індивіда. Шкала за цією ідентифікацією дозволяє виміряти певні рефлексивні кроки до означення своїх політико-ідеологічних преференцій, до виділення об'єктів із світу політики. Набуті високі бали характерні для тих індивідів, у яких є яскраво виражений мотиваційний компонент у сфері політики, що може вплинути й на поведінковий.

Третій компонент для вимірювання, це домінантна автономізація. Даний компонент дозволяє виміряти те, наскільки індивід відчуває себе суб'єктом діяльності в якій він перебуває, а також те, якою мірою той самий індивід відчуває себе об'єктом впливу, але вже для інших людей які оточують його чи її. Високі показники в даному плані відповідають високому рівню самоповаги, заразом з результативністю.

Четвертий компонент який дозволяє виміряти дана методика, це владне самоствердження. За допомогою даної шкали, можна виміряти ставлення індивіда до влади, керівництва й загалом авторитетних осіб. Високі показники щодо владного самоствердження являють собою те, що людина має усвідомлення своїх потребу у владі, та здатна визнавати її у своїх особистих взаєминах з іншими людьми. Дана шкала здатна передбачити наявність владних тенденцій у настановленнях та цінностях людини.

Наступний актуальний механізм, який визначає дана методика, це прагматична раціоналізація. Вона описує віру індивіда у власні

інтелектуальні здібності, а також їхнє переважаюче значення в житті людини. Високі показники щодо даного механізму, наявні для людей, що є переконані, нарахунок того, що вони здатні зрозуміти та усвідомити те, що відбувається як у власному житті, так і в життях інших людей, або ж іншими словами, в житті суспільства.

Наступний та останній механізм, який визначає дана методика, є нормативна непоступливість. Даний момент допомагає описати ставлення до творчості, спонтанності, поступливості, кооперації з іншими людьми. Високі бали в даному показнику, говорять про яскраво виражену тенденцію яка проявляється в дотриманні встановлених соціальних норм і правил, відсутність бажання до кооперації з іншими людьми. Низькі бали які набрав респондент щодо даного моменту, властиві особам, які є найбільш фіксовані на процесі який характеризується саме діяльністю і менше спрямований саме на результат, для осіб які набрали тут такий бал, їм характерне творче ставлення до справи, що часто саме і заважає завершенню даної справи (Циганенко, 2003).

Дана методика є досить корисною, оскільки тема стосується саме політичних цінності та установки українців в умовах війни, та зв'язок із толерантністю до невизначеності, і дана методика робить свій якісний вклад у визначення даних чинників.

Наступна методика яка була дуже корисною в даному плані, це Методика діагностики спрямованості особистості Б. Басса (опитувальник Смікала-Кучера). З думкою про основну мету дослідження, а саме - виявлення того, як змінилися політичні цінності та установки українців після початку повномасштабного вторгнення, а також дослідити процес розвитку даних цінностей та установок. На додачу до даної тематики, на меті також стоїть встановити зв'язок даної категорії із толерантністю до невизначеності, варто додати що дана методика була дуже корисною, оскільки Методика діагностики спрямованості особистості Б. Басса

(Опитувач Смекала-Кучера; орієнтаційна анкета Басса) дозволяє виявити чого людина дійсно прагне, що для неї є найважливішим, цінним і, при необхідності, підкоригувати свою поведінку. Методика розроблена чеськими психологами В. Смекалом та М. Кучером. У основі методики Смекала-Кучера лежить дещо змінена орієнтовна анкета Б. Басса.

Опитувальний лист складається з 30 пунктів. На кожен пункт анкети респондент може дати три відповіді, позначені літерами А, В, С. З відповідей на кожен пункт респондент вибирає ту, яка найкраще виражає його точку зору, яка є найбільш цінна для нього або найбільше відповідає правді. Методика пропонує, те, щоб літеру відповіді писати у «Листі відповідей» проти номера запитання у стовпчику «Найбільше». Потім з відповідей на це питання потрібно вибрати найменш прийнятний варіант. Відповідну літеру слід писати проти номера питання, але у рубриці «Найменше». Для кожного питання варто використовувати тільки дві літери, відповідь, що залишилася, не записується ніде. Над питаннями не варто думати занадто довго, оскільки саме перший вибір зазвичай буває найточнішим. Згідно із даною методикою, слід час від часу перевіряти, чи правильно записані всі відповіді, або стовпці, а також чи скрізь проставлені букви.

За допомогою методики Басса виявляються такі спрямованості:

1. Спрямованість на себе (Я) - орієнтація на пряму винагороду безвідносно від змісту роботи, схильність до суперництва.

2. Спрямованість спілкування (О) — прагнення за будь-яких умов підтримувати відносини з людьми, орієнтація на спільну діяльність.

3. Спрямованість на справу (Д) — зацікавленість у вирішенні ділових проблем, виконання роботи якнайкраще, орієнтація на ділове співробітництво, здатність відстоювати в інтересах справи власну думку, яка корисна для досягнення спільної мети (Методика діагностики

спрямованості особистості Б. Басса (Опитувальник Смекала-Кучера; орієнтаційна анкета Басса)).

Знову ж таки, зважаючи на тему, та мету дослідження, ця методика робить свій якісний вклад в дослідження.

Третя методика, яку було обрано, зважаючи на проблематику дослідження, це методика вивчення зовнішніх і внутрішніх цінностей особистості. Її автором являється О. В. Мотків. Він є кандидат психологічних наук, доцент ІІ РДГУ. При цьому варто зазначити що вона ґрунтується, та її першоджерелом є методика Шварца. Де є 10 типів цінностей що класифікуються за двома біполярним осях виміру: відкритість змінам (самостійність, стимуляція)-консерватизм, (безпека, конформність, традиції); самовозвищення (влада, досягнення) самотрансцендентність (універсалізм, доброта), а також гедонізм.

Згідно із ідеями що були представлені в даній методиці, більша вираженість зовнішніх або внутрішніх цінностей пов'язана зі ступенем задоволення базових, первинних психологічних потреб особистості: у автономії (самостійності і незалежності), в компетентності (ефективності), - в значущих міжособистісних відносинах (Лінч, 2004; Чирков, 1996).

Їх задоволення веде до особистісного розвитку та психологічного здоров'я, до розвитку внутрішніх цінностей особистісного зростання, прихильність і любов, служіння суспільству, здоров'я. Позитивний вплив на їх розвиток впливає батьківська підтримка автономності, емоційна залученість батьків у життя своїх дітей, структурованість і зрозумілість вимог до дитини, участь дітей у цікавих, розвиваючих видах діяльності. Тобто сім'я може сприяти адекватної реалізації базових потреб дітей і розвитку внутрішніх цінностей. Більш високий рівень розвитку автономності і саморегуляції дитини сприяє більш високій мотивації та адаптації в школі.

Варто також додати, що слабке задоволення базових психологічних потреб веде до розвитку неспокою, проблем з психологічним здоров'ям, до більшої орієнтації на зовнішні цінності видимого благополуччя (матеріальне благополуччя, популярність, зовнішність). Вони орієнтують людину переважно на ставлення до себе з боку інших і оцінку у соціальному середовищі своєї значущості, тобто на егоїстичне соціальне самоствердження, імовірно це є проявом психологічної компенсації що пов'язані із труднощами затвердження в сім'ї.

Внутрішні цінності більше орієнтують на значимість близького іншого і на розвиток внутрішнього особистісного світу, його самовираження у творчості, на безкорисливе і естетичне ціннісне ставлення до природи. Вони істотно більш широкі і альтруїстичні, ніж цінності зовнішні, і схожі за своїм змістом з буттєвими цінностями А. Маслоу, є вираженням реалізується потреби в самоактуалізації і в любові. Зовнішні цінності виражають скоріше активність нижчих рівнів його піраміди потреб. Негативно на задоволення базових потреб впливає жорстко контролює, емоційно холодний, байдужий стиль відносин батьків і вчителів до дітей, причому в будь-якій культурі. За даними Д. Коннелла, М. Лінча і В. Чиркова базові психологічні потреби, зовнішні і внутрішні цінності виявляються у випробовуваних різних культур (Америка, Китай та інші).

Теорія самодетермінації є достатньо цікавою та конструктивною. Саме тому розробники даної методики вирішили створити методику «Ціннісні орієнтації», яка несе на меті, та дозволяє вивчати значимість і реалізацію зовнішніх і внутрішніх цінностей, конфліктність і атрибуцію причин їх здійснення (Мотків, Огнева, 2008). Варто зазначити що у цій версії змінено зміст і склад цінностей: внутрішня цінність «служіння людям» перероблена на «пошану і допомогу людям, чуйність» (що дещо ширше); замість внутрішньої цінності «здоров'я» (значущою для

переважної більшості людей) вставлена цінність «любов до природи і бережне ставлення до неї». А також була додана важлива внутрішня цінність «творчість». До зовнішніх цінностей додані «високе соціальне становище» (що дещо відрізняється від популярності, оскільки людина з високим соціальним статусом може бути і мало відомим) і «розкішне життя» (надмірне прагнення до володіння матеріальними цінностями і зовнішніми атрибутами успішної, «крутий» особистості і «красивого» життя). На додачу, варто згадати, що дана методика рекомендується для застосування особам які досягли п'ятнадцяти-річного віку. Це було одним із визначних чинників, які сприяли для включення цієї методики в дослідження (Мотків, 2015).

Висновки до розділу 2

Згідно із інформацією що була зазначена у другому розділі, можна зробити висновки про те, що дослідження було організовано вдалим чином. Методики були підібрані таким способом щоб не перенавантажувати досліджуваних. Методики було обрано згідно із актуальною проблематикою дослідження.

Пошук вибірки не став складним завданням, оскільки був забезпечений легкий доступ до неї, це були громадяни України які або перебували в Україні, або ж виїхали з неї на постійно, або ж на тимчасовий термін та планують повернутись назад.

Характеристика даної вибірки емпіричного дослідження полягає у вказівці основних параметрів підготовки та використання вибірки для отримання емпіричних даних. Її основні параметри включають:

Що стосується способу обрання вибірки то вона була відібрана за допомогою дистанційної розсилки через соціальні мережі, що є дуже зручно та економить час.

Варто додати, що Вибірка повинна бути репрезентативною для всієї генеральної сукупності, щоб забезпечити точність та достовірність

результатів дослідження. Для забезпечення репрезентативності вибірки необхідно враховувати різні фактори, такі як віковий розподіл, стать, соціально-економічний статус, географічне розташування тощо, що і було враховано в даному випадку.

У висновки до даного розділу входить і обсяг даних: Це кількість даних, які були зібрані в рамках дослідження. Обсяг даних повинен бути достатнім для досягнення мети дослідження та забезпечення статистичної достовірності результатів. Якість даних: Це оцінка точності та достовірності даних, які були зібрані. Якість даних повинна бути максимальною для забезпечення.

РОЗДІЛ 3

АНАЛІЗ РЕЗУЛЬТАТІВ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

3.1. Аналіз особливостей анкетного дослідження

Оскільки на початковому етапі досліджуваним було запропоновано дати відповіді на запитання невеличкої анкети, тому почнемо аналіз результатів саме із цих даних.

Загалом у дослідженні взяло участь 60 респондентів. Варто зазначити що в опитування більшу участь взяли саме жінки, це 47 жінок та 13 чоловіків. Цілком імовірно що це може бути пов'язано із військовим станом та тим що більшість чоловіком зараз перебувають на фронті або ж займаються іншою корисною діяльністю яка спрямована на ведення військових дій (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Розподіл вибірки за статтю (%)

Якщо говорити про відсоткове співвідношення. То в опитування взяло участь 78% жінок, та лише 22% чоловіків.

Стосовно віку, в дослідженні взяли участь особи віком від 18 до 22 років. Найбільше відповідей було серед респондентів 19-річного віку, вони склали 45% усіх відповідей. Досліджуваних віком 18 років – 32% від загальної вибірки. 20-ти річних учасників дослідження було 7%, досліджуваних, яким 21 рік – 8% та 22 роки – 8%.

Наступне що варто зазначити, це локація респондентів. Переважна більшість опитаних, на час складання дослідження перебувала в Україні,

цілком імовірно що вони перебувають в Україні і на даний момент, це 73% опитаних, або ж 44 респондентів, на противагу 27%, які склали 16 осіб. На даному етапі, із урахуванням наявних відсоткових значень, можна зауважити те, що незважаючи на військові дії та умови війни, українці не бажають покидати свій дім навіть у часи небезпеки.

Більше як половини респондентів заявили про свій статус студента (таблиця 3.1).

Таблиця 3.1

Показники характеристики досліджуваних за сферою зайнятості

Тип діяльності	Кількість респондентів (у %)
Навчання	58
Робота	7
Поєднання навчання та роботи	35

Отже, більшість досліджуваних на цей час лише навчаються, це 58% респондентів, поєднують навчання та роботу 35% досліджуваних та лише 7% працюють та не займаються науковою діяльністю.

Щодо фахової складової, то лєвова частка респондентів займається психологією, чи то як вивчання даного предмету в університеті, чи то як професійна діяльність, а саме 82,6% якщо підраховувати всі відповіді. Були також наявні такі спеціальності, як інженер-технолог, продавець, продавець з продаж, кухар, тощо.

Проте дані відповіді були надані порізно, та кожна із них складає близько 1,6%. Варто зазначити що серед респондентів не було жодної особи яка б не була нічим зайнята. Це радше позитивний чинник, оскільки знову ж таки можна припустити, що українці не втратили бажання займатись соціально корисною діяльністю, зважаючи на всі загрози що зараз присутні.

Що стосується питання зміни місця проживання, після початку війни то відповіді вийшли досить неоднозначними та багатограними (таблиця 3.2).

Таблиця 3.2

Показники зміни місця проживання респондентами з початку повномасштабного вторгнення

	Кількість досліджуваних (у %)
Переїхали в межах України	13
Виїхали за межі України	29
Залишилися на місці	25
На певний період покидали домівку, на даний час повернулися	33

На певний період покидали домівку, але потім повернулись – 33% досліджуваних (це є найбільшим відсотковим значенням), виїхали за межі України – 29%, не змінювали місця свого проживання (залишилися на місці) – 25% та переїхали в межах України – 13% досліджуваних. Це ще раз підкреслює факт того, що українці на своїй землі, та вони не збираються покидати її. Оскільки найбільший відсоток склали саме ті люди, які на початку виїхали за межі країни, проте потім повернулись. Незважаючи на те, що наступною за кількістю відповідей була категорія тих людей які виїхали та не повернулись, частка респондентів, які залишились в Україні під тим чи іншим приводом, все одно є більшою.

Наступне питання, яке також стосується даної проблематики та робить свій вклад в дослідження, задля співвідношення питань, є питання мови, як можна побачити на наступному відсотковому співвідношенні, лєвова частка вважає своєю рідною мовою саме українську, що досить

позитивний чинник, оскільки мова це сильний інструмент який відповідає за політичну позицію, ідентичність тощо (таблиця 3.3).

Таблиця 3.3

Відсотковий розподіл досліджуваних щодо визначення рідної мови

Рідна мова	Кількість досліджуваних (у %)
Українська	68
Російська	14
Обидні	18

Більшість українців вважають українську мову своєю рідною, це 68%. Однак, 18% - вважають рідними обидві мови та 14% - російську мову визначають як рідну.

Що стосується мови, яку респонденти використовують зі своїми близькими, то знову ж таки, лєвова частка припадає на українську мову (таблиця 3.4).

Таблиця 3.4

Відсотковий розподіл досліджуваних щодо мовних вподобань під час спілкування з рідними та близькими

Рідна мова	Кількість досліджуваних (у %)
Українська	49
Російська	33
Обидні	18

Більшість спілкуються із рідними та близькими українською (49%), 33% - російською та обома мовами – 18% досліджуваних.

Щодо соціальної взаємодії та спілкування з оточуючими, які не є родичами (наприклад на робочому місці, під час навчання та з незнайомими людьми) виявлено наступні результати (таблиця 3.5).

Таблиця 3.5

Відсотковий розподіл досліджуваних щодо мовних вподобань під час соціальної взаємодії (на роботі, навчанні, з незнайомими людьми)

Рідна мова	Кількість досліджуваних (у %)
Українська	72
Російська	1
Залежно від ситуації	27

Виявлено, що більшість досліджуваних в межах соціального оточення більш дальнього спілкуються українською мовою (72%), залежно від ситуації (від того, якою мовою до них звертається співрозмовник) обирають мову взаємодії 27% досліджуваних та лише 1% спілкується російською. Такі досить високі показники, можна на нашу думку, пояснити дією мовного закону. Адже, на робочих місцях, зокрема, із клієнтами, в навчальних закладах потрібно спілкуватися державною мовою.

На нашу думку, питання про ставлення до української мови після початку повномасштабного вторгнення є досить важливим, адже може дозволити зрозуміти вплив російського вторгнення на це ставлення (як один із можливих варіантів – як прагнення відмовитися від всього, що пов'язано із агресором) (таблиця 3.6).

Таблиця 3.6

Відсотковий розподіл досліджуваних щодо зміни ставлення до української мови після початку повномасштабного вторгнення росії

Ставлення до української мови	Кількість досліджуваних (у %)
Покращилося	62
Погіршилося	1
Не змінилося	37

Відповіді в даному випадку є цілком логічними як для українців, оскільки в 62% опитаних ставлення до української мови покращилось, а в 37% воно і не змінювалось. Важко пояснити відповідь 1% з усіх опитаних, оскільки ця особа заявила про погіршення ставлення до української мови, після початку повномасштабного вторгнення. Досить цікавим є те, що це саме той 1% досліджуваних, який під час соціальної взаємодії надає перевагу спілкуванню саме російською мовою.

3.2. Аналіз результатів політичних цінностей української молоді

Задля визначення середніх відсотків по кожній із трьох методик, було застосовано статистичний аналіз за допомогою програми SPSS, оскільки їхнє дослідження є більш комплексним та потребує статистичної обробки даних.

Першою для обробки обрано методику - «Питальник вимірювання рівня політико-ідеологічного самовизначення» (таблиця 3.7).

Таблиця 3.7

Середні значення показників опитувальника визначення механізмів політико-ідеологічного самовизначення (ОМПС)

Механізми	Середнє значення
Позиційна конкуренція	63,35
Політична ідентифікація	52,21
Домінантна автономізація	31,90
Владне самоствердження	21,74
Прагматична раціоналізація	15,95
Нормативна непоступливість	17,84
Рівень політико-ідеологічного самовизначення	203,00

За показниками середніх значень рівень політико-ідеологічного самовизначення відповідає середньому, адже становить 5 стевів та

знаходиться в діапазоні від 4 до 6. Механізм «позиційна конкуренція» знаходиться також на середньому рівні вираженості, що свідчить про нормальний рівень потреби у конкуренції, суперництві та її усвідомленості. Механізм «політична ідентифікація» знаходиться на середньому рівні вираженості, який тяжіє до високого. Це проявляється у досить вираженому мотиваційному компоненті у сфері політики. Це на нашу думку, може бути зумовлено також політичною і воєнною ситуацією в країні, адже залишатися осторонь подій, які зараз відбуваються досить складно. Механізм «домінантна автоматизація» також за середніми показниками знаходиться на середньому рівні прояву, що свідчить про те, що українська молодь водночас, залежно від ситуації, відчуває себе і суб'єктом діяльності і об'єктом впливу інших людей. Механізм «владне самоствердження» має досить не високий середній показник, який відповідає низькому рівню. Це може свідчити про те, що українська молодь досить не чітко усвідомлює свою потребу у владі та здатна визнавати її у своїх взаєминах з іншими. Механізми «прагматична раціоналізація» та «нормативна непоступливість» мають середній рівні вираженості та свідчать про те, що для молоді характерним є помірна віра у власні інтелектуальні здібності, ставлення до творчості та спонтанності, кооперації, що може шкодити досягненню бажаного результату в діяльності.

Розглянемо відсоткові розподіли за окремими механізмами.

Механізм «позиційна конкуренція», яка відповідає за усвідомлену потребу конкурувати з іншими в ділових і міжособистісних стосунках (таблиця 3.8).

Таблиця 3.8

Відсотковий розподіл показників за рівнями вираженості механізмів політико-ідеологічного самовизначення (ОМПС)

Механізми	Рівні вираженості		
	Низький	Середній	Високий
Позиційна конкуренція	17,7	68	14,3
Політична ідентифікація	8	40,3	51,7
Домінантна автономізація	6,4	80,7	12,9
Владне самоствердження	38,8	59,8	1,4
Прагматична раціоналізація	4,8	86,1	9,1
Нормативна непоступливість	11,3	60,5	28,2

За результатами відсоткового розподілу виявлено, що найбільш вираженими за всіма механізмами політико-ідеологічного самовизначення, окрім механізму політичної ідентифікації є середній рівень прояву показників. В той час, як для політичної ідентифікації, це високий рівень прояву.

Рівень допустимості позиційної конкуренції був розподілений від 20 до 96 балів з кроком у 4 одиниці.

Найбільш вираженим є середній рівень прояву механізму політико-ідеологічного самовизначення – політична конкуренція (68%), на другому місці – низький рівень (17,7%) та найменш вираженим є високий рівень (14,3% досліджуваних).

Високі показники за цією шкалою вказують, що потреба в конкуренції, суперництві є усвідомленою і людина здатна робити зусилля для досягнення своєї мети. Низькі показники свідчать, що така потреба відсутня або має неусвідомлений характер і її не інтегровано в когнітивну структуру особистості.

До того ж, згідно із відповідями з анкети, більшість респондентів надали оцінку 4 (швидше згоден), на відповіді які з усвідомленою потребою в тому щоб конкурувати з іншими. Лише в 7-му питанні існує

невелике відхилення. 31,7% відповіли про те, що вони швидше не згодні з тим що можуть примусити людей робити те, що вони хочуть.

Наступні дані, які були оброблені шляхом статистичної обробки стосуються «політичної ідентифікації».

Респонденти, які взяли участь у опитуванні, відносяться до різних категорій політичної ідентифікації. Найбільш вираженим є високий рівень, його діагностовано у 51,7% досліджуваних, на другому місці - середній рівень (40,3%) та найменш вираженим є низький рівень (8%).

Найбільш поширеною категорією є респонденти з рівнем політичної ідентифікації від 48 до 57, які складають більше половини (61,3%) усієї вибірки.

Найчастіше зустрічаються позиції з рейтингом 60, 80 і 56. Середня кількість позицій з рейтингом від 60 до 80 становить 13,3%, а кількість позицій з рейтингом менше 60 або більше 80 складає 86,7%. Також можна побачити, що найменш часто зустрічається позиція з рейтингом 20, яка становить тільки 1,6% від загальної кількості.

Отже, із опису даних, можна зробити висновок, що респонденти мають різний рівень політичної ідентифікації, а допустимі позиції мають різний рейтинг, і найчастіше зустрічаються ті, які мають рейтинг від 56 до 80.

Що стосується середніх відсотків, найбільш поширеною політичною ідентифікацією є позиція з рейтингом 48, зустрічаючись 11,3% разів. Найчастіше зустрічаються також позиції з рейтингами 54 та 57, які складають 12,9% та 9,7% відповідно. Середня кількість допустимих позицій становить 4,8%, а кількість позицій з рейтингом від 48 до 57 складає 32,9%, що є найбільш поширеною групою. Також можна побачити, що найменш часто зустрічаються позиції з рейтингами 15 та 18, які становлять 1,6% від загальної кількості. Загалом, ці дані дозволяють

зробити висновки про те, які політичні ідентифікації є найбільш поширеними серед даної вибірки.

Дані значення, можна описати, як такі, що є достатніми для відображення рефлексивних кроків до означення своїх політико-ідеологічних преференцій, до виділення об'єктів із світу політики. Це знову ж таки, не є максимальні значення, проте вони достатні для вираження високого рівня мотиваційного компоненту у сфері політики.

Механізм «домінантна автономізація» найбільший рівень вираженості має на середньому рівні (80,7%), на другому місці – високий рівень (12,9%) та найменше зустрічається низький рівень (6,4%).

Загальні відсотки по цьому механізму, показують, який процент учасників дослідження належить до різних рівнів доміантної автономізації. Найбільш чисельну групу становлять люди з рівнем 32 – це 25,8% досліджуваних. Далі за кількістю йдуть респонденти з рівнями 34 (12,9%), 28 (9,7%), та 38 (9,7%). Найменшу кількість представників мають рівні 10, 14, 24, 44 - всі вони представлені лише по в одиничних випадках, що складає відповідно 1,6% від загальної кількості учасників дослідження.

В даному випадку знову ж таки не вдалось добитися максимальних показників, проте вони є високими. Переважна більшість – «швидше погоджується» із твердженнями які відповідають за доміантну автономізацію. Люди з отриманими показниками відчують себе суб'єктом діяльності, вони відповідають високому рівню самоповаги, результативності.

Наступні результати пояснюють собою «владне самоствердження».

Серед респондентів найбільш вираженим є середній рівень, його виявлено у 59,8% досліджуваних, на другому місці знаходиться низький рівень (38,8%) та найменш вираженим є високий рівень, його діагностовано у 1,4% досліджуваних.

Найбільш часто зустрічаються оцінки на рівні 16 (14,5%), 26 (14,5%) і 20 (11,3%). Найменш часто зустрічаються оцінки на рівнях 34, 38 та 46 (кожен з них - 1,6%). Оцінки на рівнях 10 та 12 мають однакову кількість частот - по 2 (5% та 3,2% відповідно).

Таким чином, за результатами опитування, найбільш поширеним рівнем владного самовизначення є рівень "16", який обрали 14,5% респондентів. Далі йдуть рівні "26" та "20", які обрали відповідно 14,5% та 11,3% респондентів. Рівень "10" обрали найменше респондентів - лише 5%.

Загалом, домінування дещо змінюється в порівнянні з попередніми таблицями, де вищими були рівні з нижчими показниками владного самоствердження. Однак, можна сказати, що більшість людей мають середні рівні владного самоствердження з показниками в діапазоні від 10% до 15%.

Ці показники згідно даної категорії є найнижчими. Відповіді показують, що ставлення до влади, керівництва й авторитету не є визначальними. Це означає, що більшість не усвідомлює свою потребу у владі та не здатні визнавати її у своїх взаєминах з іншими.

Механізм «прагматична раціоналізація» у 86,1% досліджуваних виражений на середньому рівні, на високому рівні у 9,1% респондентів та найменш вираженим є низький рівень, його діагностовано у 4,8% осіб.

За загальним результатом можна сказати, що прагматична раціональність більшості учасників середня, оскільки найбільша кількість відповідей припадає на рівні 15 та 16 (17,7% та 21% відповідно). Допустимий рівень спостерігається у відносно невеликій кількості учасників (тільки 1,6% відповідей на рівні 5, 7 та 9). Водночас, на високих рівнях (від 18 до 21) спостерігається достатньо високий процент відповідей (від 6,5% до 100%). Загальний процент допустимих та прийнятних відповідей складає 31,9%, що є нижче, ніж процент несприятливих відповідей (68,1%).

Дані значення можна трактувати як такі що не є високими, проте їх і не можна назвати низькими. Можна сказати що респонденти вірять у власні інтелектуальні здібності не надають їм домінуючого значення в своєму житті. Високі показники характерні для людей, які переконані, що здатні зрозуміти те, що відбувається як у власному житті, так і в житті суспільства, проте таких показників не було зафіксовано.

За механізмом «нормативної непоступливості» встановлено, що 60,5% досліджуваних мають середній рівень вираженості показника, 28,2% - високий та 11,3% - низький рівень.

Обробка даних містить 13 різних значень, які відповідають за рівень нормативної непоступливості, від 6 до 23.

У ній вказано кількість учасників, які мали кожне з цих значень, а також проценти від загальної кількості учасників та проценти від допустимої кількості.

Найбільш поширеним значенням рівня нормативної непоступливості є 17, що мало 12,9% від загальної кількості.

Рівні нормативної непоступливості, що знаходяться в межах допустимих значень (від 6 до 23), складають 100% від загальної кількості учасників.

Частота допустимих відповідей становить 12,9%, що можна вважати середнім рівнем нормативної непоступливості. Втім це достатній показник для констатування, необхідного значення щодо ставлення до творчості, спонтанності, поступливості, кооперації з іншими людьми. Достатньо вираженою є тенденція до дотримання встановлених соціальних норм і правил. Знову ж таки, в даному випадку не вдалось досягти максимальних показників.

Варто також звернути увагу на результати які були оброблені згідно із сумарними балами що були отримані, так званим «Стенайтом» (таблиця 3.9).

Рівні політико-ідеологічного самовизначення української молоді

Рівні самовизначення	Діапазон балів (стенайти)	Відсоток
Низький	66-182 (1-3 стенайти)	52,7%
Середній	183-221 (4-6 стенайти)	41,8%
Високий	222-280 (7 і більше стенайти)	18,2%

Сумарні значення загального бала опитувальника лежать у межах від 65 до 325. Якщо випробуваний набрав від 1 стена до 3 (або від 65 до 182 балів), то має місце низький рівень політико-ідеологічного самовизначення, якщо від 4 до 6 (від 183 до 221 балів) – то середній рівень, якщо 7 і більше (від 222 до 325 балів) – то, відповідно, високий рівень.

Результати тестування на політико-ідеологічне самовизначення лежать в межах від 66 до 280 балів, що відповідає рівню від низького до високого.

Зокрема, 66-182 бали (або 1-3 стенайти) отримали 52,7% досліджуваних, що свідчить про низький рівень політико-ідеологічного самовизначення.

В діапазоні від 183 до 221 балу (або 4-6 стін) опинились 41,8% доісліджуваних, що означає середній рівень політико-ідеологічного самовизначення.

А в діапазоні від 222 до 280 балів (або 7 і більше стін) знаходяться 18,2% респондентів, що свідчить про високий рівень політико-ідеологічного самовизначення.

Отже, можна сказати, що серед опитаних переважає низький рівень політико-ідеологічного самовизначення, і менше половини опитаних мають середній або високий рівень.

Наступна методика, яка піддвалась обробці, це «Методика вивчення зовнішніх і внутрішніх цінностей особистості». Дана методика містить два етапи. Перший етап передбачає визначення зовнішніх та внутрішніх цінностей особистості, їхню вираженість та спрямованість.

Першими обробки зазнали зовнішні цінності респондентів (таблиця 3.10).

Таблиця 3.10

Зовнішні цінності досліджуваних: категорії відповідей та відсоток вибірки

Категорія	Відсоток вибірки
Допустимо	1%
Не дуже важливо	17,1%
Середня важливість	31,7%
Досить важливо	22,2%
Дуже важливо	14,3%
Надзвичайно важливо	13,7%

Результати відображають значення і частоту виникнення зовнішніх цінностей серед певної групи людей.

Зовнішні цінності можуть включати в себе матеріальний успіх, соціальне визнання, владу, славу та інші зовнішні прояви успіху, які можна виміряти за зовнішніми критеріями.

Результати показують, що 1% вибірки відповіли, що зовнішні цінності їм не важливі (категорія "Допустимо"), тоді як 48,4% відповідають, що цінності зовнішнього характеру мають для них певне значення. З них найбільше вибірки (13,3%) відповідають, що їм важливо досягнути успіху та отримати визнання інших людей, які можуть бути вимірянні за зовнішніми показниками (категорія "3"), тоді як менше всього вибірки (1,6%) відповіли, що їм важливо мати владу та контролювати інших (категорія "1").

Згідно із цими даними, 48,4% респондентів відзначили, що зовнішні цінності є значущими. При цьому, 30% респондентів відзначили, що значимість зовнішніх цінностей є досить високою, а саме, вони відзначили 4 або 5 бали на шкалі від 1 до 5.

Саме тому можна зробити висновок, що респонденти надають високі значення зовнішнім цінностям, таким як матеріальне благополуччя, популярність, зовнішність, тощо, вони оцінюють їх або високо, або ж середньо. Відповіді в плані – низько, чи дуже низько не переважають, втім те саме можна сказати і про показник – дуже високо, він також не має максимальних значень в даному випадку.

Втім якщо розглянути результати які демонструють виконання даних цінностей, можна зробити окремі висновки і про це (таблиця 3.11).

Таблиця 3.11

Рівень реалізації зовнішніх цінностей серед респондентів

Рівень реалізації зовнішніх цінностей	Відсоток респондентів
Високий	56,7%
Середній	20%
Низький	23,3%

Згідно з даними, найбільшу кількість респондентів (56,7%) характеризує високий рівень реалізації зовнішніх цінностей. Ще 20% респондентів характеризуються середнім рівнем реалізації зовнішніх цінностей, тоді як 23,3% - низьким рівнем. Таким чином, можна стверджувати, що серед досліджуваних людей спостерігається високий рівень реалізації зовнішніх цінностей.

Також, порівнявши середні значення рівня вираженості зовнішніх цінностей, яке становить 3,30 та рівня їхньої реалізації (2,45) можна простежити, що незважаючи на те, що респонденти їх вважають досить важливими, але значно на меншому рівні реалізують їх.

Що стосується внутрішніх цінностей, то результати можна інтерпритувати наступним чином (таблиця 3.12).

Таблиця 3.12

Відсотковий розподіл значимості внутрішніх цінностей серед респондентів

Рівень значимості	Відсоток респондентів
1	3,3%
2	3,3%
3	3,3%
4	53,3%
5	36,7%

Примітка: 1 – найменш значимий рівень, 5 – найбільш значимий рівень

Загалом, більшість респондентів (90%) вважають внутрішні цінності досить важливими, зокрема значення "4" та "5" набрали 53,3% та 36,7% відповідно. Проте, є також респонденти (10% згідно таблиці), які вважають цінності менш значимими, зокрема вони обрали значення "1", "2" або "3".

Загалом, більшість відповідей вказує на те, що внутрішні цінності мають важливе значення для респондентів.

Значимість внутрішніх цінностей, є ще більшою ніж зовнішніх. Якщо в попередньому випадку із зовнішніми цінностями, результат не падав менше показника, який згідно методики можна пояснити балом 3, а саме – середній показник та піднімався не вище 4 (високий показник), то у випадку із внутрішніми цінностями, це показник досягає максимального значення яке було надано в методиці як 5, або ж дуже високо та не падає нижче 4 (високо). Якщо порівнювати ці дві цінності, то вже можна зробити висновок що під час війни українці надають перевагу внутрішнім цінностям, замість зовнішніх, і вони характеризуються в особистісному зростанні, прихильності і любов, служінні суспільству.

Інше питання полягає у виконанні даних цінностей, із результатами яких можна ознайомитись нижче (таблиця 3.13).

Таблиця 3.13

Відсотковий рівень розподілу реалізації внутрішніх цінностей

Рівень реалізації внутрішніх цінностей	Процент
1	3,3
2	10
3	47,1
4	36,3
5	3,3

За даними таблиці реалізації внутрішніх цінностей, можна зробити висновок, що в цілому респонденти достатньо високо реалізують свої внутрішні цінності. Більшість респондентів (39,6%) оцінили рівень реалізації своїх внутрішніх цінностей на рівні 4 або 5 з 5.

Також можна помітити, що відсоток допустимих і прийнятних значень більше, ніж у випадку з зовнішніми цінностями, що свідчить про те, що респонденти більше усвідомлюють та дбають про свої внутрішні потреби та цінності, а не піддаються впливу зовнішніх чинників.

Є лише незначне відхилення від реалізації та виконання внутрішніх цінностей, проте переважаючий характер все ж належить однаковому виконанню та значущості внутрішніх цінностей, у порівнянні із зовнішніми цінностями. Це можна прослідкувати звернувши увагу на показники середніх значень вираженості внутрішніх цінностей (3,89) та їхньої реалізації (3,25).

Зовнішні цінності включають у себе такі аспекти, як багатство, успіх, слава, влада тощо, тоді як внутрішні цінності пов'язані з особистісним розвитком, близькими взаєминами, моральними принципами та іншими внутрішніми аспектами життя.

З обробки видно, що значна частина респондентів вважає зовнішні цінності важливими або допустимими. З іншого боку, внутрішні цінності вважаються важливими або допустимими для більшої частини респондентів.

Отже, можна зробити висновок, що серед досліджуваних респондентів внутрішні цінності мають більше значення, ніж зовнішні. Однак, це не означає, що зовнішні цінності не мають значення для частини людей. Загалом, результати опитування свідчать про те, що для більшості людей важливі як внутрішні, так і зовнішні цінності, проте більша увага приділяється внутрішнім аспектам життя.

Другий етап обробки цієї методики полягає у визначенні того, які саме причини зовнішні, чи внутрішні впливають на виконання людиною її цінностей та наскільки сильним є цей вплив.

Почнемо із зовнішніх причин (таблиця 3.14)

Таблиця 3.14

Вплив зовнішніх цінностей на життя респондентів за рівнем частоти виявлення та відсотковим співвідношенням

	Проценти
Рівень 1	29,9
Рівень 2	44
Рівень 3	3,3
Рівень 4	16,6
Рівень 5	6,2

Найбільш вираженими є показники відповідей рівня 2, його виявлено у 44% досліджуваних, рівень 1 у 29,9%. Це свідчить, що ці респонденти не надають значної уваги зовнішнім чинникам у своєму житті. Водночас, у 24,8% досліджуваних виявлено рівні 4 та 5 за вираженістю зовнішніх цінностей. Це може свідчити про те, що респонденти у своїй діяльності значну увагу приділяють зовнішнім факторам, таким як зміна умов роботи, дії інших людей, економічні та політичні події тощо. Також можна зауважити, що частота негативних відповідей зменшилась у порівнянні зі значеннями у внутрішніх та особистісних причин, що може свідчити про те, що респонденти схильні більше покладати відповідальність за свої результати на зовнішні фактори, а не на себе.

Можна також ознайомитись з результатами нарахунків внутрішніх причин які впливають на реалізацію життєвих цінностей особистості. Згідно цих результатів, внутрішні причини впливали на результати вибірки значно більше, ніж зовнішні. Загалом, 48,4% усіх причин, що вплинули на вибірку, були внутрішніми. Це може свідчити про те, що основна проблема, пов'язана з цими результатами, може бути знайдена всередині самої системи, і вона може бути вирішена під час внутрішньої роботи над системою. Однак, зовнішні чинники також важливі, і їх не можна ігнорувати під час вирішення цієї проблеми. Розуміння взаємодії зовнішніх

та внутрішніх чинників може допомогти виявити найбільш ефективний шлях вирішення проблеми.

Можна зробити висновок, що серед зовнішніх та внутрішніх причин, допустимі причини складають лише 3,3% в зовнішніх та 3,3% в внутрішніх. Більшість причин, як в зовнішній, так і в внутрішній категорії, є недопустимими. Найчастіше зустрічаються причини з категорії "9.7% допустимих" в внутрішніх причинах та "4.8% допустимих" в зовнішніх. Крім того, зовнішні та внутрішні причини мають схожу кількість, проте внутрішні причини мають вищий відсоток допустимих причин.

Варто додати, що внутрішні цінності мають більший вплив на життя респондентів, ніж зовнішні причини. Загальна частота внутрішніх причин виявилася вищою, а також їх накопичений процент більший, ніж у випадку зовнішніх причин.

Проте, варто зазначити, що це не означає, що зовнішні причини не мають впливу на життя людей. Цінності, які люди вбирають з оточуючого середовища, також можуть бути важливими для їхнього благополуччя та щастя. Тому, хоча внутрішні цінності можуть мати більший вплив на життя респондентів, зовнішні причини також є важливим фактором у формуванні їхнього світогляду та життєвих цінностей.

Остання, та третя методика яка піддвалась обробці заключається у направленості особистості на три категорії: на себе, на взаємодію та на задачу, або ж виконання задачі.

Перші результати демонструють направленість особистості на себе. Орієнтація на винагороду незалежно від змісту роботи, схильність до суперництва (таблиця 3.15).

Таблиця 3.15

Рівень спрямованості на себе серед респондентів

Спрямованість на себе	Процент відповідей
-----------------------	--------------------

25	40,3%
28	8,1%
29	3,2%
30	4,8%
32	4,8%
33	8,1%
34	1,6%
36	1,6%
37	3,2%
38	1,6%
40	3,2%
41	3,2%
45	3,2%

Згідно обробки, загальні відсотки дослідження демонструють, що 48,4% респондентів мають орієнтацію на винагороду незалежно від змісту роботи, схильність до суперництва. Це може вказувати на те, що під час вибору професії або роботи більшість людей керується не тільки самим змістом роботи, а й можливістю отримати винагороду за свої дії.

Щодо рівня спрямованості особистості на себе, то можна зробити висновок, що найбільша частка респондентів (63,3%) має рівень спрямованості на себе, а це можна вважати середнім рівнем.

Друга обробка демонструє результати що були оброблені як направленість респондентів на взаємодію. Або ж прагнення за будь-яких умов підтримувати відносини з людьми, орієнтація на спільну діяльність (таблиця 3.16).

Таблиця 3.16

Направленість респондентів на взаємодію: частота та процент

Частота	Процент
17	1,6%
20	4,8%
22	8,1%
23	4,8%
24	1,6%
25	1,6%
27	1,6%
30	1,6%
31	6,5%
32	1,6%
34	3,2%
35	3,2%
37	6,5%
43	1,6%

Значна частина респондентів (більше 80%) має високий рівень направленості на взаємодію, що свідчить про їх бажання утримувати відносини з іншими людьми.

Більшість респондентів (більше 50%) мають допустимий рівень направленості на взаємодію, що означає, що вони прагнуть до спільної діяльності з іншими людьми.

Жоден з респондентів не має низького рівня направленості на взаємодію, що свідчить про те, що всі вони в цілому схильні до комунікації з іншими людьми.

Згідно обробки даних можна зробити висновок, що загальний рівень направленості на взаємодію серед даної групи досліджуваних є помірним. Дійсно, допустимі результати складають більше половини від загальної

кількості відповідей, проте відсутність вираженої тенденції свідчить про те, що досліджувані можуть бути різними за своїми інтересами і потребами в спілкуванні. Однак наявність певної кількості відповідей вище допустимого рівня свідчить про те, що деякі особистості з даної групи можуть бути більш нахиленими до забезпечення гарних відносин з іншими людьми, ніж інші.

Отже, можна зробити висновок, що респонденти взагалі позитивно ставляться до взаємодії з іншими людьми та прагнуть зберігати та розвивати відносини з ними.

Треті результати в свою чергу демонструють направленість особистості на задачу. Зацікавленість у вирішенні ділових проблем, виконання роботи якнайкраще, орієнтація на ділове співробітництво, здатність відстоювати в інтересах справи власну думку, яка корисна для досягнення спільної мети (таблиця 3.17).

Таблиця 3.17

Розподіл значень направленості на задачу серед респондентів

Значення направленості на задачу	Відсоток від загальної кількості відповідей
19	3,3%
23	3,3%
26	3,3%
29	13,3%
32	6,7%
35	10%
38	10%
41	50%

- 1) Найбільша частота відноситься до варіанту "допустимо", який становить 2%.
- 2) Найбільше значення процентів допустимих відповідей становить 16,7%, яке відповідає варіанту відповіді "29".

Можна зробити наступні висновки щодо направленості особистості на задачу:

Найбільш поширеною серед респондентів є середні значення направленості на задачу в діапазоні від 32 до 41.

Приблизно половина респондентів (48,4%) має значення направленості на задачу в цьому діапазоні.

Максимальне значення направленості на задачу - 41, що демонструє високу мотивацію респондента до виконання завдань і досягнення результату.

Мінімальне значення направленості на задачу - 19, що свідчить про низький рівень мотивації до виконання завдань і може становити перешкоду у досягненні бажаного результату.

Тобто, більшість респондентів (53,3%) мають середню направленість на задачу. Однак також можна побачити, що є значна кількість респондентів (33,3%) з високою направленістю на задачу, тоді як лише 13,3% респондентів мають досить низьку направленість на задачу. Отже, можна сказати, що середній рівень направленості респондентів на задачу є високим.

Подібні показники можна побачити і за результатами середніх значень (таблиця 3.18)

Таблиця 3.18

**Середні значення показників методики діагностики
спрямованості особистості Б. Басса**

Тип спрямованості	Середні значення
-------------------	------------------

На себе	33,60
На взаємодію	28,23
На задачу	33,57

Таким чином, найменший показник згідно із середнім значенням має спрямованість на взаємодію. А показники спрямованості на себе та на задачу знаходяться в одному діапазоні середніх значень.

Висновки до розділу 3

Дані методики допомогли визначити ряд характеристик, та цінностей та установок українців під час війни. Перша методика показала що серед опитаних переважає низький рівень політико-ідеологічного самовизначення. Лише менше половини опитаних мають середній або високий рівень.

Це може свідчити про те, що українська молодь не є достатньо залученими до політичних питань, або ж не має достатньої інформованості та освіченості у цій галузі. Також можливо, що більшість опитаних не бачать прямих зв'язків між своїм життям та політикою, тому не відчують необхідності у глибшому розумінні політичної ситуації у країні.

Однак, слід зазначити, що дані не можуть транслювати думки та переконання абсолютно всього населення. Тому важливо продовжувати проводити дослідження та опитування для отримання більш повної картини політичної свідомості та настроїв в українському суспільстві.

Згідно з другою методикою можна зробити висновок, що респонденти надають більшу перевагу внутрішнім цінностям, замість зовнішніх цінностей, тобто духовним цінностям, етичним і тому подібне, замість зовнішніх цінностей які можна охарактеризувати через багатство, накопичення доходів і тому подібне. Згідно з отриманими результатами дослідження, можна зробити висновок і про те, що серед українців

переважає значимість внутрішніх цінностей над зовнішніми. Це свідчить про те, що війна і кризові ситуації змушують людей більше звертатися до своєї внутрішньої сутності, до розвитку своєї особистості та до важливих для них речей, таких як прихильність і любов, служіння суспільству.

Така тенденція може свідчити про зростання духовності та моральних цінностей в українському суспільстві, а також про збереження української ідентичності під час війни. З іншого боку, можна зробити висновок про те, що зовнішні цінності, такі як матеріальне благополуччя та успіх, є менш важливими для українців, що може свідчити про відмову від споживацької культури та важливість суспільних цінностей.

Отже, з цих результатів можна зробити висновок, що внутрішні цінності є дуже важливими для українців і це дозволяє їм зберігати свою культуру та ідентичність під час складних і випробувальних часів.

Говорячи про ту ж саму методику але другу її частину, яка стосується впливу зовнішніх чинників та внутрішніх чинників на життя людей, та виконання їхніх цінностей, можна зробити висновок що внутрішні цінності є більш важливими для респондентів, ніж зовнішні причини. Це свідчить про те, що відчуття внутрішньої мотивації, задоволення власними досягненнями, особистісне зростання, прихильність і любов, служіння суспільству мають більший вплив на життя респондентів, ніж зовнішні причини, такі як матеріальні блага чи соціальне визнання.

З таблиці "Внутрішні причини" видно, що загальна частота внутрішніх причин виявилася вищою, а також їх накопичений процент більший, ніж у таблиці "Зовнішні причини". Це свідчить про те, що респонденти найчастіше надають перевагу внутрішнім мотиваційним факторам над зовнішніми, що підтверджує важливість внутрішніх цінностей в їхньому житті.

Отже, дослідження показує, що внутрішні цінності є важливим фактором для багатьох людей, і можуть мати визначальний вплив на їхній розвиток та щастя. Варто бути уважним до своїх внутрішніх потреб та мотивів, і розвивати в собі цінності, які дійсно мають значення для нашого життя і щастя.

Що стосується третьої методики, та направленості особистості, то після аналізу даних, можна зробити висновок, що в даній групі досліджуваних переважає середній рівень спрямованості на себе, але більшість респондентів мають помірний рівень направленості на взаємодію, що може вказувати на те, що дана група людей не є надто індивідуалістичною або колективістичною. У той же час, щодо направленості на задачу, можна сказати, що серед даної групи респондентів переважає середній та високий рівні направленості на задачу, що свідчить про високу мотивацію до досягнення цілей та виконання завдань. Загалом, дані вказують на те, що ця група людей має збалансований підхід до взаємодії, розвитку самого себе та досягнення поставлених цілей.

ВИСНОВКИ

1. Теоретичний аналіз вітчизняної та зарубіжної наукової літератури дозволив виявити, що політичні цінності молоді є складним та багатограним явищем, яке відображається у політичній культурі суспільства. Різноманітність цінностей, їх ієрархічна структура, формування та зміна впливають на політичну поведінку молоді та визначають її ставлення до політичної системи та її інститутів.

Загальним висновком з аналізу наукової літератури є те, що політичні цінності молоді є важливим елементом політичної культури суспільства, який відображається у політичній поведінці молоді. Розуміння ставлення молоді до політичної системи, політичних інститутів та різних соціальних проблем.

2. Дослідження визначило особливості політико-ідеологічного самовизначення української молоді в умовах війни. Виявлено, що значна частина молоді не має чіткої політичної орієнтації та не відчуває необхідності в самовизначенні в політичній сфері. Причинами цього може бути відсутність якісних політичних освітніх програм, низький рівень політичної культури та зміни в політичному просторі країни, пов'язані з війною та соціально-економічною нестабільністю.

Отже, враховуючи низький рівень політико-ідеологічного самовизначення серед української молоді, можна стверджувати, що необхідно вжити заходів для підвищення їх політичної культури та залучення до політичної діяльності. Такі заходи можуть включати якісну

політичну освіту та створення сприятливих умов для молоді в громадському та політичному житті країни.

3. Українська молодь віддає перевагу внутрішнім цінностям перед зовнішніми. Вони вважають, що внутрішні цінності, такі як сім'я, здоров'я, освіта, дружба та любов, мають більший вплив на їхнє життя, ніж зовнішні цінності, такі як гроші, слава та успіх у кар'єрі. Також встановлено, що внутрішні цінності є важливим чинником формування ідентичності української молоді. Відповідно, можна зробити висновок, що українська молодь має розвинуту систему внутрішніх цінностей, що впливають на їхні життєві плани та погляди на світ.

Українська молодь вважає, що внутрішні цінності мають більший вплив на їхнє життя, порівняно з зовнішніми цінностями. Це свідчить про те, що для більшості молодих людей важливіше є те, що вони відчують у своєму серці та душі, а не те, що бачать на поверхні. Такий підхід може бути пов'язаний з певними цінностями та переконаннями, які формуються в процесі соціалізації молоді. Такий підхід до життя може впливати на різні сфери молодіжного життя, включаючи освіту, роботу, стосунки з іншими людьми та багато іншого.

4. Представники української молоді в часи війни спрямована на себе, на взаємодію та на задачу, причому ці направленості є збалансованими між собою. Однак, було виявлено, що найбільшою є направленість на задачу.

Це може означати, що в умовах війни українська молодь є досить активною та має сильний інтерес до вирішення проблем, пов'язаних з війною. Особистості, спрямовані на задачу, зазвичай мають високу мотивацію до досягнення поставленої мети та готові до наполегливої роботи для досягнення результатів. Це може свідчити про готовність молоді активно долучатись до рішення нагальних проблем, які виникають в умовах війни.

Отже, враховуючи збалансованість у направленостях української молоді та їхню активність у вирішенні проблем, можна стверджувати, що вони є досить готовими та мають потенціал для розвитку та вирішення складних завдань у майбутньому.

Список використаних джерел

1. Almost half of businesses in Spain have hiked prices in 2023, survey reveals. (22 03 2023 р.). The local . Отримано з <https://www.thelocal.es/20230322/almost-half-of-businesses-in-spain-raise-prices-during-first-quarter-of-2023>
2. Bar-Tal, D. (1996). Development of social categories and stereotypes in early childhood. *The psychology of values: The Ontario Symposium*.
3. Bochner. (1965). Defining intolerance of ambiguity. *15*, 393-400. *The Psychological Record*.
4. Budner. (1962). Intolerance of Ambiguity as a Personality Variable. 29-50. *Journal of Personality*.
5. Caprara, V. G. (2006). Personality and politics: Values, traits, and political choice. *Political Psychology*. doi:<https://doi.org/10.1111/j.1467-9221.2006.00447.x>
6. Clampitt, & Williams. (2004). Managing organizational uncertainty : conceptualization and. Отримано з [http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:GY66GtUryU8J:www.imetacomm.com/otherpubs/research/manorguncertain.pdf+1.%09MacDonald+A.+\(1970\).+Revised+scale+for+ambiguity+tolerance&hl=uk&ie=UTF-8&inlang=ru](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:GY66GtUryU8J:www.imetacomm.com/otherpubs/research/manorguncertain.pdf+1.%09MacDonald+A.+(1970).+Revised+scale+for+ambiguity+tolerance&hl=uk&ie=UTF-8&inlang=ru).
7. Craik. (2001). A tolerance for ambiguity. *81*, 1292. *Physical Therapy*.
8. Dalton. (1994). *The green challenge: The development of Green parties in Europe*. Routledge.

9. Elster , J. (1986). The market and the forum: Three varieties of political theory. In J. Elster & A. Hylland (Eds.). *Foundations of social choice theory*, 103-132. Cambridge University Press.
10. European support for Ukraine in numbers. (22 03 2023 p.). BERTELSMANN FOUNDATION (ED.) EUPINIONS. Отримано з <https://www.bertelsmann-stiftung.de/de/publikationen/publikation/did/ein-klares-mandat>
11. Greenstein , F. I. (1969). Personality and politics: Problems of evidence, inference, and conceptualization. *The American Political Science Review*.
12. Huntington. (1993). *The third wave: democratization in the late twentieth century*. University of Oklahoma Press.
13. Inglehart, & Baker. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. 19-51. *American sociological review*.
14. IRI Ukraine Poll Shows Strong Confidence in President Zelensky, a Surge in Support for NATO Membership, Russia Should Pay for Reconstruction. (2023). International Republican Institute . Отримано з <https://www.iri.org/news/iri-ukraine-poll-shows-strong-confidence-in-president-zelensky-a-surge-in-support-for-nato-membership-russia-should-pay-for-reconstruction/>
15. JONES, J. (13 March 2023 p.). Americans' Favorable Rating of Russia Sinks to New Low of 9%. USA: GALLUP . Отримано з <https://news.gallup.com/poll/471872/americans-favorable-rating-russia-sinks-new-low.aspx>
16. Judah, B., Lenoir , O., & Valley , S. (2023, March 20). Exclusive survey: what the French think of the ecology of war. France. Retrieved from <https://legrandcontinent.eu/fr/2023/03/20/sondage-exclusif-ce-que-pensent-les-francais-de-lecologie-de-guerre/#easy-footnote-1-180170>
17. Lipset. (1960). *Political man: The social bases of politics*. Doubleday.

18. Norris. (2002). *Democratic phoenix: Reinventing political activism*. Cambridge University Press.
19. Public opinion on Russia's war against Ukraine. (30 March 2023 p.). DG COMM's Public Opinion Monitoring Unit. Отримано з <https://www.europarl.europa.eu/at-your-service/files/heard/eurobarometer/2022/public-opinion-on-the-war-in-ukraine/en-public-opinion-on-the-war-against-ukraine-20230330.pdf>
20. Rokeach. (1973). *The nature of human values*. Free Press.
21. Schwartz. (1994). *Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values*. Sage Publications.
22. Stoltenberg, J. (21 March 2023 p.). *The Secretary General's Annual Report 2022*. North Atlantic Treaty Organization . Отримано з https://www.nato.int/cps/en/natohq/opinions_212795.htm
23. Survey: 9 out of 10 Austrians consciously save energy. (25 03 2023 p.). Austria: Heute . Отримано з <https://www.heute.at/s/umfrage-9-von-10-oesterreichern-sparen-bewusst-energie-100261780>
24. Методика діагностики спрямованості особистості Б. Басса (Опитувальник Смекала-Кучера; орієнтаційна анкета Басса). (без дати). Отримано з http://ni.biz.ua/10/10_16/10_167284_metodika-diaagnostiki-napravlenosti-lichnosti-b-bassa.html
25. Москаленко. (2006). *Зв'язок політичних установок студентів із різними видами спрямованості*. Отримано з <https://core.ac.uk/download/46594060.pdf>
26. Мотків. (2015). Методика вивчення зовнішніх і внутрішніх цінностей особистості. ПСИХОЛОГІЧ. Енциклопедія практичної психології. Отримано з <http://psychologis.com.ua/-1-63.htm>
27. Розенфельд. (2001). *Політологія: підручник*. Харків: Харків: Право. Отримано з <http://politics.ellib.org.ua/pages-2460.html>

28. Циганенко. (2003). Питальник вимірювання рівня політико-ідеологічного самовизначення” // Проблеми загальної та педагогічної психології. *Збірник наукових праць Інституту психології ім.К.С.Костюка.*