

УДК 159.922.736.4

## ОБРАЗ ГЕРОЯ В СВДОМОСТІ СУЧАСНИХ ПІДЛІТКІВ ТА МОЛОДІ

**Бончук Н.В.**

Міжрегіональний центр ювелірного мистецтва м. Києва

У статті розглядається проблема підліткових та молодіжних уявлень відносно фігури Героя, що в якості Значущого Іншого здатна здійснювати вплив на формування «Я-концепції» особистості, яка формується. Представлено результати емпіричного дослідження репрезентацій підлітками та молоддю сутності та характеристик реального чи уявного Героя. Виявлено, що образи Героїв як зразків для наслідування представлені у свідомості сучасних підлітків та молоді недостатньо. З'ясовано причини фрагментарності уявлень щодо сутності та якостей Героя як ціннісно-морального еталона серед юнацтва та осіб старшого підліткового віку.

**Ключові слова:** Герой, Значущий Інший, «Я-концепція», наслідування, моделі поведінки.

**Постановка проблеми.** Океан інформаційного простору, в якому перебуває суспільство, завдяки науково-технічному прогресу змінює й моделює масову свідомість. Окрім позитивних сторін таких змін, що задовольняють багато найрізноманітніших людських потреб у комфортному бутті, існують й негативні. Зокрема, це стосується зрушень аспектів ціннісного пласту свідомості, оскільки тут ми можемо спостерігати втрату духовних й етичних орієнтирів, зниження естетичних запитів та знецінення екзистенційних смислів.

Ситуація ускладнюється тим, що сьогодні існує проблема, викликана ускладненням трансляції цих смислів через послаблення, а в деяких моментах – і розрив передачі міжпокоління ціннісно-морального досвіду. Природно, що згадані зміни в першу чергу знаходять відбиток у динаміці молодіжної культури, яка все більше в масі зорієнтована на споживацький та розважально-рекреаційний кшталт. Це стосується і підліткової культури, що є, на думку І. Кона, невід'ємною складовою молодіжної [4].

Зміни духовно-етичних парадигм у масовій свідомості, що відображаються у зниженні загального культурного рівня підлітків та молоді, породжують не-визначеність характеристик сучасних фігур Значущих Дорослих, які окрім батьків, могли б бути трансляторами цінностей для особистості, що формується. Між тим, у всі періоди історії існували моральні приклади, які в свідомості народів утверджувались як пріоритетні орієнтири при вихованні нових поколінь. На думку Р. Хофстеде [11], одним із змістовних компонентів культури будь-якого суспільства поряд з цінностями, ритуалами і символами є Герої, обрали громадою на роль духовних лідерів, що являють собою метафоричний код певної культури.

Оскільки молода людина сьогодні значною мірою живе в інформаційному середовищі соціальних мереж та медіа, віртуальний світ цікавить її не менше, а інколи й більше, ніж реальний. Інтернет та ЗМІ міцно увійшли в наше життя, й зі своїх екранів, моніторів та друкованих сторінок демонструють нам через образи своїх ведучих, акторів, музичних виконавців та героїв кінофільмів певні моделі поведінки, що відбивають популярні суспільні цінності та ідеали. Проте саме там дефіцит особистостей – справжніх духовних фігур та культурних трансляторів – є найбільшим, попри величезні можливості цього середовища. Це можна простежити на прикладі того, які герої (як образи-носії певних ціннісних та моральних характеристик) зараз визначають затребуваність культурних продуктів, орієнтованих на підлітків та молодь, і у якій формі вони відзеркалюються у масовій свідомості підростаючого покоління.

Підліток чи юнак сьогодні значною мірою сам формує свою «Я-концепцію» з того, що він вибере з культурного і соціального контексту, ще не маючи чіткого розуміння, що насправді йому потрібно. Через те сьогодні у нього відсутнє чітке уявлення про те, які риси та якості повинні бути притаманні Героям, з яких варто брати приклад. Зокрема, якщо брати кіноіндустрію як ретранслятор ідеалів, які засвоює молодь, варто пригадати відому й донедавна популярну стрічку російського режисера С. Балабанова «Брат-2». Головний герой – Данило – став предметом захоплення молодіжних мас, оскільки критичного осмислення рис образу юнака-вбивці, яким він фактично є і який має однобоку й викривлену мораль, у соціумі не відбулось.

Дегуманізована сутність екранних героїв стала настільки звичною і буденною, що вже нікого не дивує факт, що ними можуть захоплюватись підлітки. Отже, масова культура поступово нівелює той сенс, який вкладався в поняття «герой», і заміняє його новим, нерідко зовсім протилежним, формуючи спотворене уявлення про героїзм.

Оскільки справжній моральний ідеал стимулює соціальний розвиток особистості, вивчення психологічних особливостей образу Героя в свідомості сучасних підлітків, розуміння ними сутності феномену героїзму має неабияку цінність і практичну значущість при недостатній вивченості цього питання. Висвітлення особливостей образу молодіжного Героя дозволить певною мірою прогнозувати спрямованість морального

розвитку підлітків, сприяти формуванню соціально бажаних і значущих якостей.

**Аналіз наукових досліджень.** Герой – образ Значущого Іншого, присутній у людській психіці, який спонукає до подолання перешкод, досягнення людиною власної мети. На думку Д. Кемпбела, «героєм називається людина, що проходить крізь особисті й суспільні історичні обмеження до первинних джерел людського життя та, помираючи як сучасна, народжується знову як вічна, довершена й універсальна, даючи нам свій урок оновленого життя» [3, с. 22]. Підліток, що знаходиться в стадії формування «Я-концепції», шукає фігури, на які він міг би орієнтуватись. В одному випадку Значущий Інший буде якась конкретна людина, в другому – це буде якийсь уявний Герой чи образ.

Термін «Значущий Інший» (англ. significant other) запропонував і запровадив в психологічній науці американський психіатр Гаррі Стек Салліван (Sullivan, 1892–1949 pp.) у 30-х роках ХХ ст. [5]. За Салліваном, Значущим Іншим може бути людина, думка якої цінна для індивіда за потенціалом впливу на поведінку останнього й на розвиток його особистості. Значущою могла стати тільки така авторитетна особа, яка є транслятором соціальних норм для особистості і виконує функцію формування «образу Я» для неї, вибору ціннісних орієнтацій.

Механізм впливу Значущого Іншого (яким також може бути фігура Героя) на моделювання життєвого шляху особистості досить широко представлений у психологічній науці. Зокрема, це стосується психоаналітичного напрямку. Згідно з З. Фрейдом і Е. Еріксоном, образ Значущого Дорослого бере участь у процесі розвитку підлітків і юнаків (ідентифікації) опосередковано, через представленість його якостей, вчинків і т.д. Щодо психоаналізу, також згадаємо архетипи К.Г. Юнга, внутрішні об'єкти (інтроєкти) Д. Віннікота та М. Кляйн, персоніфікації Г.С. Саллівана та П. Хайманна, «уявний інший» Ж. Лакана, об'єкти прихильності Д. Боулбі та ін. Такий механізм впливу знаходимо в моделі соціально-когнітивної теорії А. Бандури (значуща фігура для наслідування та моделювання поведінки індивідом), у рамках теорії соціального навчання Дж. Роттера.

Вплив Значущого Іншого на формування особистості розглядали Д.Б. Ельконін, О.В. Запорожець, М.І. Лісіна, В.С. Мухіна, П.Я. Гальперін, О.О. Карабанова. О.О. Карабанова вказує на те, що образ наставника характеризується представленістю у свідомості молодої людини особистісних якостей Значущого Іншого, виділених самим суб'єктом у процесі самовизначення, тобто в прямому співвідношенні цих якостей з віковими завданнями, що відкриваються суб'єкту. На думку К.М. Поліванової, Л.В. Бершедової [1; 8], молодій людині в самому початку кризи ранньої зрілості особливо складно, оскільки в неї часто ще не сформована готовність до самовизначення. Вона з'являється в процесі формування образу Значущого Дорослого, який орієнтує молоду людину в засобах, з допомогою яких стає можливим успішне вирішення вікових завдань. Образ значущої особистості розглядався в концепції відображеної суб'єктності як результат інтеріо-

ризації суб'єктних якостей Значущого Іншого в структуру особистості (Петровський В.А.)

При розробці теорії соціалізації у працях багатьох дослідників показано визначальний вплив Значущого Іншого як агента соціалізації на формування та розвиток особистості і між-особистісних відносин (Г.М. Андреева, П. Бергер, Б.С. Братусь, Ю.Б. Гіппенрейтер, В. Гофман, М.Ю. Кондратьєв, Р. Крайг, Ч. Кулі, В.О. Лабунська, Т. Лукман, Дж. Мід, А.В. Мудрик, В.В. Новіков, Б.Д. Паригін, А.В. Петровський, А.Л. Свенціцький, Р.М. Шамионов, Т. Шибутані).

Серед концептуальних підходів також слід виділити теорію персоналізації А.В. Петровського і підхід до визначення структури особистості Б.С. Братуся.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Хоча дослідниками приділено чимало уваги ролі Значущого Іншого у формуванні особистості, тема Героя у психологічній літературі широкого висвітлення так і не набула. Оскільки психологічні особливості образу Героя в свідомості сучасних підлітків та юнацтва з урахуванням існуючого соціокультурного контексту розглянуті в науковій літературі недостатньо, це вимагає подальшого вивчення питання, що визначає актуальність цього дослідження. Бракує даних стосовно суб'єктивних репрезентацій підлітків та учнівської молоді щодо фігури Героя, особливостей її позиціонування та описання ними, атрибуції їй певних якостей та властивостей, характеристик оцінювання.

**Мета статті** – дослідити психологічні особливості побудови образу Героя як Значущого Іншого в свідомості сучасних підлітків та молоді. Виділити основні риси, якості та характеристики, якими підлітки та молодь наділяють фігури Героїв як ціннісно-моральних еталонів, здатних здійснювати вплив на формування «Я-концепції» особистості, що формується.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Значущий Інший – особистість, яка здійснює вплив на інших людей, що виражається у якісних змінах їх смислових новоутворень та поведінкової активності [5, с. 133]. У якості Значущих Інших для підлітка або молодої людини можуть виступати батьки, вчителі, наставники, друзі, відомі й популярні особистості. Індивід прагне прийняти їх ролі, наслідувати їх, і таким чином здійснювати процес соціалізації через Значущого Іншого.

Роль Іншого в розвитку суб'єктності та формуванні ціннісно-смислової регуляції поведінки особистості акцентується в концепціях Значущого Іншого А.В. Петровського [6; 7]. Визначаючи чинники значущості або впливу особистості на інших людей, А.В. Петровський писав, що яскрава особистість, яка впливає на інших, продовжує себе в них, перетворює їхній особистісний зміст, мотиви, поведінку. На думку Б.С. Братуся, чим більше у людини коло Значущих Інших, тим вище рівень має людина. Рівні розташовані від першого до четвертого і йдуть в певному порядку по мірі збільшення «масштабу» особистості: егоцентричний, групоцентричний, просоціальний і духовний або есхатологічний.

Оскільки для індивіда важливі репрезентативні особливості Значущого Іншого, яким, окрім батьків, близьких та знайомих може бути також

реальний або вигаданий, персоніфікований Герой, він засвоює моделі його поведінки, за допомогою чого відбувається моделювання власного життєвого проєкту. Таким чином, Герой виступає модифікатором процесу розвитку особистості, її соціалізації, формування ціннісної сфери та агентом значного впливу на оформлення «Я-концепції». Ціннісні орієнтири підлітка чи юнака персоніфіковані в ідеальних особистісних зразках, які він запозичує із різних сфер суспільного життя.

Слово «герой» має грецьке походження і означає «доблесний чоловік, лідер, ватажок, керманіч». В сучасній свідомості слово «герой» має здебільшого позитивну конотацію і декілька основних значень. Ось які визначення дає академічний тлумачний словник української мови:

1. Видатна своїми здібностями і діяльністю людина, що виявляє відвагу, самовідданість і хоробрість у бою і в труді. Особа з цим званням.
2. Людина, яка втілює основні, типові риси певного оточення, часу, певної епохи тощо.
3. Головна дійова особа літературного твору.
4. Особа, яка чим-небудь відзначилась, повернула до себе увагу [9, с. 56].

В науковій парадигмі існує велика кількість визначень Героя та сутності героїзму. Спільним для різних поглядів на сутність героїзму є розуміння цього явища як складного соціального, морального, психологічного феномену, в якому на різних етапах виходить на перший план то одна, то інша сторони. «...Героїзм – явище історичне, де кожному століттю відповідає свій тип героїзму та героїв» [2, с. 36-37].

Відповідно до висновків вчених і мислителів, які займаються дослідженням героїчного ідеалу, суб'єктом, що втілює в собі героїзм, є Герой – людина, яка відрізняється від інших своєю здатністю робити величні, шляхетні вчинки в силу наявності у неї таких непересічних якостей, як відвага, мужність, безстрашність. Володіючи потужним потенціалом, пасіонарна діяльність героя має бути спрямована на боротьбу зі злом, на відстоювання справедливості, гуманістичних ідеалів, боротьбу за щастя людства. Крім того, наукові уявлення про сутність героїзму розкривають причини виникнення цього феномену в суспільстві. Дослідники феномену героїзму відзначають, що героїчні моделі поведінки особливо затребувані суспільством в переломні моменти його розвитку, коли героїзм, що проявляється окремими громадянами, є одним з виходів з нестабільної ситуації. Обставинами, при яких реалізується героїчна поведінка, є здебільшого екстремальні дії, під час котрих людина ризикує життям, а ситуація вимагає від неї відважних, неординарних і небезпечних для життя вчинків. Наслідки героїчної поведінки можуть бути як сумними – загибель героя, так і радісними – набуття слави і пошани після звершення подвигу. Здатність людини проявити героїзм, безпосередньо залежить від її прагнення брати на себе відповідальність за власне життя й долю та за благополуччя інших людей.

Слід зазначити, що в психологічній науці погляди на сутність героїзму та особливості фігури Героя представлені не дуже широко. В аналітичній психології категорія «Герой» розглядається як один із архетипів колективного



несвідомого. В міфологічних сюжетах Герой – це могутня людина чи боголюдина, що отримує перемогу над злом у всіх його проявах у вигляді драконів, змій, чудовиськ і рятує людей від руйнувань та загибелі.

К.Г. Юнг писав, що міфи і чарівні казки – це свого роду картографія несвідомого, а шлях Героя – це символічне вираження найкращих способів досягнення мети. Подорож Героя – це шлях до самої суті своєї душі, до гармонії з світом і самим собою. В аналітичній психології цей шлях називають індивідуацією [10]. У представників соціоніки – одного із сучасних напрямів соціологічної школи, розкриваються механізми встановлення особистісних стосунків (героя; лідера) у різних сферах суспільного життя (В.М. Антошкін, А. Аугустинавічюте, В.В. Гуленко, П.Д. Павленко та ін.) Пізнання героїчного розкривається при дослідженні психології особистості у Ф. Брентано, У. Джеймса, Я. Морено – засновника психодрами, соціометрії та групової психотерапії, Р. Дебре – засновника медіології, медіократії (влади медіума, посередника).

Героїчне тісно пов'язане із соціальною діяльністю людини, оскільки це особлива форма прояву соціальної діяльності, активності. У побутовій свідомості наших співгромадян спостерігається неоднозначне розуміння характеристик Героя та героїзму після втрати та зміни низки звичних концептуальних метафор (народний Герой, Герой праці, Герой без страху і докору тощо). Натомість маємо широке розповсюдження та утвердження в масовій свідомості концепту Героя-«супермена». Кожне молоде покоління вибирає своїх героїв і робить їх власним ідеалом життя, наслідує їх поведінку і вчинки, виховується на їх прикладі.

У підлітковому віці індивід нарешті одержує можливість стати суб'єктом побудови «Я-образу» і здійснювати внутрішню роботу із самовдосконалення. Така можливість з'являється завдяки дозріванню мозкових структур, розвитку когнітивних здібностей (освоєння формально-логічних операцій, становлення теоретичного мислення) та удосконалення емоційно-вольової регуляції. Відправною точкою для побудови селф-образу і мотивом для подальшої роботи з саморозвитку може стати фігура Героя. «Я-образ» включає уявлення особистості про себе, своїх фізичні і психологічні особливості: зовнішність, здібності, інтереси, схильності, самоповага, впевненість в собі і т. д. На підставі «Я-образу» підліток відрізняє себе від зовнішнього світу та від інших людей.

Наше емпіричне дослідження було спрямоване на виявлення психологічних характеристик образу Героя в сучасній підлітковій та молодіжній субкультурі. Об'єктом дослідження були учні 8–11 класів (360 осіб) двох шкіл міста Києва: Українського фізико-математичного лицю при КНУ ім. Тараса Шевченка та загальноосвітньої середньої школи № 256 І-ІІІ ступенів, а також 360 учнів державного професійно-технічного навчального закладу «Міжрегіональний центр ювелірного мистецтва м. Києва». Всього участь у дослідженні взяли 720 осіб.

Для дослідження використовувалась авторська анкета, що спрямована на вивчення загального уявлення підлітків про Героя та його конкрет-

них прикладів; на якості, що йому атрибууються і які мають виділяти його з-поміж інших. В анкеті також пропонувались питання щодо вікових та гендерних характеристик Героїв; щодо професій, які їм пасують; а також питання щодо сутності Антигероя та його ознак. Окремим пунктом було питання щодо каналу інформації, з-за допомогою якого молода людина отримала відомості про Героя – безпосереднє знайомство, телебачення, Інтернет, літературні джерела, історичний епос та ін. Окрім анкетування, було проведено ряд діагностичних бесід у фокус-групах, присвячених темі молодіжних кумирів.

На основі анкетування було отримано наступні дані щодо поняття у підлітків та молоді, ким є Герой:

1. Герой – це персонаж книги чи фільму, або міфічний образ (19% опитуваних).
2. Герой – це реальна людина, що здійснила подвиг (32% опитуваних).
3. Герой – це публічна людина, знаменитість (11% опитуваних).
4. Герой – це знайома авторитетна людина (23% опитуваних).
5. Герой – це видатна людина, що досягла успіхів завдяки невтомній праці (5%)
6. Герой – це історична особистість (6% опитуваних)
7. Не відповіли на питання 4% опитуваних.

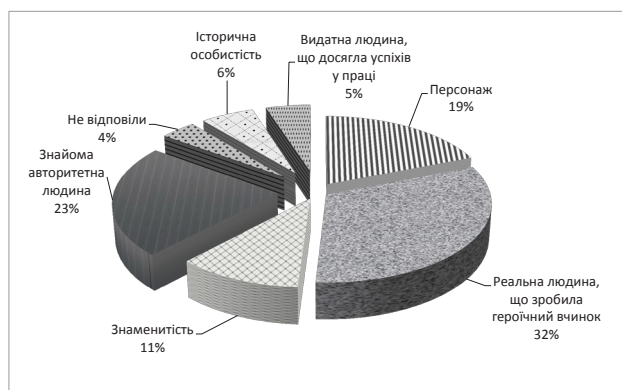


Рис. 1. Уявлення підлітків та молоді про Героя

Як бачимо, з категоризацією, що відображує розуміння самого поняття «Герой», у підлітків та молоді проблем практично не виникло, не змогли надати відповіді лише 4% опитуваних.

Досліджувані впевнені, що героєм швидше може бути здебільшого молода й зріла людина віком до 35–40 р., аніж старша. Щодо гендерного розподілу, для хлопців особистими Героями переважно виступають чоловіки (84,7%), особи обох статей (15,3%); тоді як для дівчат Героями виступають в однаковій мірі і чоловіки, і жінки (69%); жінки (23,8%), а 7,2% розглядають героя переважно як особу чоловічої статі.

Серед професій, які найбільше пасують героям, досліджувані виділили військових, рятувальників, спецпризначенців, сищиків, пілотів, спортсменів, секретних агентів, моряків, альпіністів, космонавтів, офіцерів поліції, каскадерів, волонтерів, акторів, лікарів, шахтарів, гонщиків, науковців, правителів, вчителів. Близько 32% опитуваних відповіли, що Героєм може бути людина будь-якої професії.

При спробі детальнішого з'ясування розуміння підлітками сутності Героя на основі питань анкети стало зрозуміло, що більшість учнівської молоді при описанні Героя не виходить з-за меж загальних уявлень. На питання щодо *конкретних прикладів* особистих Героїв не змогло відповісти близько 39% опитуваних. Це свідчить про те, що фігура реального чи персоніфікованого Героя як Значущого Іншого слабо репрезентована у свідомості половини підлітків та молоді.

Близько 27% в якості прикладів назвали близьких людей (батьки, родичі, знайомі, приятелі, вчителі). Отже, майже третина опитуваних не фокусує образів Героїв – Значущих Інших у свідомості за межами найближчого соціального оточення.

Решта досліджуваних серед прикладів особистих Героїв назвали наступні:

а) відомі герої-патріоти: військовослужбовці АТО, українські військові-захисники Донецького аеропорту («кіборги»), Небесна Сотня, Герої Майдану;

б) герої-персонажі літературних творів: (Гаррі Поттер, Скарлетт, Шерлок Холмс, Фродо Бегінс, Тарас Бульба, Анна Кареніна, та ін.);

в) кінофільмів (Марсіянин, Кітніс Евердін, Тріс, Ріддік, Енакін Скайуокер та лицарі-джедаї, Термінатор, трансформери, Джеймс Бонд, Альтрон, Супермен, Бетмен, Супермутанти, Залізна Людина, Людина-Павук, Індіана Джонс, Лара Крофт, та ін.);

г) серед героїв – історичних осіб підлітками було названо Цезаря, Олександра Македонського, М.Л. Кінга, Атіллу, Б. Хмельницького, С. Бандеру, Т.Г. Шевченка та ін.

г) знаменитості (Б. Гейтс, М. Цукерберг, Н. Водянова, К. Скрябін та ін.)

Незважаючи на те, що значна частка юнаків та підлітків вважає, що Герой – це персонаж літературного твору, конкретні приклади героїв-персонажів були представлені у відповідях досить мало. Більша частина прикладів персонажів – з таких літературних творів, що були екранізовані, тобто можна припустити, що зацікавлення дитини твором виникло лише після перегляду кінофільму.

З питанням, хто, на думку підлітків, є антигероєм, теж справились далеко не всі. На питання змогли відповісти близько 67% відсотків опитуваних. Щодо визначення антигероїв були отримані наступні відповіді: зла людина; людина, що думає лише про себе; людина, яка всім шкодить; той, хто робить погані речі; обмежена людина з поганим характером; хуліган; самозакохана людина; той, хто більш за все любить гроші; егоїст; диктатор; агресор; людина, що ненавидить весь світ; людина, що бажає іншим зла; той, хто прагне завоювати весь світ; сепаратист; терорист; злочинець; людина, що прагне влади будь-якою ціною; людина, байдужа до всіх; вбивця; безжална людина; людина, яка шанує сили Зла. Також були названі прізвиська окремих, публічних осіб, політиків (Сталін, Гітлер та ін.) та вказано міфічно-літературні персонажі (Вольдеморт, Дракула, Моріарті, злий чаклун, вампір та ін.)

Що стосується каналів інформації, по яких підлітки та молодь отримують відомості про героїв, популярних і відомих осіб, то вони розпо-

ділились наступним чином: телебачення та Інтернет – 86%, літературні джерела – 11%; інформація, отримана від близьких та знайомих – 3%. Як бачимо, Героя для сучасних підлітків моделюють ЗМІ, кіноіндустрія та Інтернет, тоді як на долю літератури припадає всього-навсього 11%. Те, що підростаюче покоління сьогодні не читає – не новина, тому класичні зразки фігур Героїв та героїзму, які містяться в літературі як приклади, що апелюють до вічних цінностей, мало представлені у свідомості молоді.

У проведений бесіді щодо підліткових й молодіжних кумирів досліджувані вказували, що багато персонажів, які їм подобаються у кінофільмах, важко назвати прикладами для наслідування. Зокрема, в бойовиках головні персонажі, які викликають симпатію, бо захищають одних людей, без жалю і абсолютно холоднокровно знищують інших, що на думку підлітків, суперечливо характеризує таких «героїв». Окремі досліджувані вказували, що їм подобаються відомі люди – музиканти, моделі, публічні особи, але часто їх поведінка дивує й навіть шокує. Добре це чи погано – досліджуваним важко було визначитись. Результат бесіди багато в чому пояснює, чому багато підлітків не змогли визначитись з конкретними прикладами Героїв, оскільки у джерелах інформації, якими вони користуються, їх постаті представлені надзвичайно суперечливо.

Відповідаючи на питання анкети про якості Героя, що відрізняють його від більшості звичайних людей, досліджувані мали можливість надати розгорнуту відповідь з детальною характеристикою (найпоширеніші представлені у табл. 1). Цікаво, що описати Героя підліткам та молоді виявилось дуже складно. Близько 31% опитуваних не надали відповіді на це запитання. Ще 29% вважає, що Герой нічим не відрізняється від інших людей, оскільки це «звичайна людина в

Таблиця 1  
Уявлення підлітків та молоді  
щодо якостей Героя

Якості	Кількість осіб, що виокремили якість	
	чол.	%
Впевнений	43	6
Добрий	151	21
Допомагає іншим	230	32
Досягає в житті свого	158	22
Захисник	209	29
Здійснив гарний вчинок (подвиг)	245	34
Мужній	187	26
Матеріальне становище	29	4
Не боїться труднощів, долає їх	122	17
Рішучий	166	23
Розумний	130	18
Романтик і шукач пригод	36	5
Сильний	223	31
Успішний	115	16
Холоднокровний	36	5
Крутий	50	7
Хоробрий	209	29
Цілеспрямований	151	21
Чесний	94	13

незвичайних обставинах». Тобто, третина молоді не вважає, що Герой якимись наділений певними вираженими якостями, оскільки героями звичайні люди стають завдяки «збігу обставин».

Інша частина досліджуваних (40%) надали відповіді щодо якостей Героя. Більшість відповідей були короткі і містили 1-3 характеристики.

Найбільше підлітків та молодих людей описує Героя кризь призму активності – «здійснив гарний вчинок (подвиг)». Отже, вони оцінюють Героя насамперед через дію – через результати, який той зміг досягти.

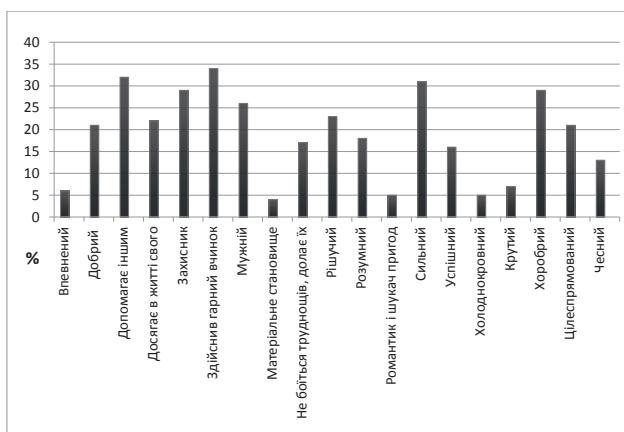


Рис. 2. Уявлення підлітків та молоді щодо якостей Героя

Більшість із представлених якостей – характеристики вольової сфери (досягає в житті свого, не боїться труднощів, рішучий, цілеспрямований). Багато уваги приділено лідерським якостям (впевнений, крутий, досягає в житті свого). Підлітки та юнацтво також особливо виділяють альтруїстичні якості (захисник, допомагає іншим); морально-етичні (чесний, хоробрий, добрий, мужний), менше представлені когнітивні якості (розумний), емоційні (холоднокровний).

Цікаво, що таким якостям, як зовнішні дані або фізична сила уваги підлітками практично не приділялось: ці характеристики виявились для сучасного Героя найменш актуальними. Аспект його фінансової успішності не був випущений з поля зору досліджуваних, проте він також виявився на периферії уявлень про його провідні характеристики. Отже, коротко узагальнений образ молодіжного Героя – звичайна, проте сильна, хоробра людина-альтруїст, здатна здійснювати гідні вчинки, допомагати іншим та захищати їх.

Становлення «Я-концепції» в підлітковому та ранньому юнацькому віці пов'язана з складанням інтегрального уявлення про себе під впливом інтеріоризованих характеристик Значущого Іншого. На основі отриманих даних можна зробити окремі висновки про основні тенденції формування «Я-концепції» під впливом фігури Значущого Іншого – героя сучасних українських підлітків та молоді. Вольові якості, допомога й активність у діяльності на благо інших, здатність протидіяти тиску обставин – ось найголовніше, що на їх думку, перетворює звичайну людину на справжнього героя як приклад, вартий наслідування.

«Я-концепція» – це не тільки опис рис власної особистості, але й сукупність оцінних характеристик та пов'язаних з ними переживань. Значна частина таких оцінок зумовлена існуючими реальними стереотипами, установками, що мають місце у тому чи іншому соціальному середовищі. Узагальнений образ підліткового й молодіжного Героя відображує соціально-психологічні характеристики вагомих, популярних постатей сучасної дійсності в масовій свідомості українців – волонтерів, активістів громадянського суспільства, захисників держави.

**Висновки.** Проведене дослідження дозволяє зробити наступні висновки. Уявлення про Героя, як фігуру Значущого Іншого, у підлітків та молоді не є сформованим достатньою мірою. Зокрема, 39% досліджуваних не змогли навести жодного його прикладу – реального чи узагальненого, персоніфікованого. Встановлено, що третина досліджуваних не має репрезентації щодо Героя-Значущого Іншого за межами найближчого соціального оточення. Багато опитуваних не змогли сформулювати, хто для них є Антигероєм – антиподом фігурі Героя, і чим вони відрізняються.

Підліткам та молоді було складно описувати Героя як носія певних характеристик, з цим завданням не впорались 31% опитуваних. Ще для 29% опитуваних Герой – звичайна людина без будь-яких помітних якостей, що змогла мобілізувати власні сили і здійснювати соціально значущі акти лише під тиском обставин.

Рештою досліджуваних з різною успішністю було описано якості Героя, завдяки яким він виступає як соціальний зразок, еталон для наслідування, приклад соціалізованої поведінки, джерело активності на благо інших. Через аналіз цих характеристик Героя було здійснено спробу висвітлення загальних тенденцій у формуванні «Я-концепції» сучасних українських підлітків та учнівської молоді у відповідь на вплив стереотипів суспільної свідомості. Таким чином, узагальнене ідеальне «Я» має проявлятися в альтруїстичній поведінці, здатності захищати інших, протистояти тиску обставин; у вольових і моральних рисах самостійної особистості, яка не прагне бути незвичайною людиною, але здатна проявити все краще в собі кризь суспільно-корисну діяльність.

Виявлено причини фрагментарності підліткових й молодіжних уявлень щодо образу Героя. Дослідженням з'ясовано, що основними каналами інформації, звідки підростаюче покоління отримує відомості для конструювання його образу, є мас-медіа, кіноіндустрія та Інтернет. Твори літератури орієнтують у цьому напрямку лише 11% опитуваних, через що фонд класичних літературних героїв як зразків для формування «Я-концепції» у свідомості підлітків та юнацтва представлений незначно. Чимало постатей молодіжних кумирів, присутніх у ЗМІ, кіно та Інтернеті, мають суперечливі характеристики, через що підлітки дезорієнтовані відносно того, чи варто брати з них приклад.

Достатня кількість гідних зразків для наслідування та їх інформаційна доступність необхідні, щоб молодь мала корисні орієнтири для особистісного становлення, оскільки це обов'язково працюватиме на якість людського капіталу в соціумі.



**Список літератури:**

1. Бершедова Л.И. Психологическая готовность к переходу на новый этап возрастного развития как личностное образование критических периодов: дисс. д-ра психологических наук/ Л.И. Бершедова. – М., 1999. – 314 с.
2. Волкогонов Д.А. Феномен героизма (О героях и героическом). – М.: Политиздат, 1985. – 263 с.
3. Кемпбел Д. Герой із тисячею облич: пер. з англ. – К.: Альтернатива, 1999. – 392 с.
4. Кон. И. Психология юношеского возраста, проблемы формирования личности : учебное пособие / И.С. Кон. – Москва : Просвещение, 1979. – 175 с.
5. Кондратьев М. Ю., Ильин В. А. Азбука социального психолога-практика. – М., : ПЕР СЭ, 2007. – 464 с.
6. Кондратьев, М. Ю. Психология отношений межличностной значимости: учебное пособие / М. Ю. Кондратьев, Ю. М. Кондратьев. – М.: Пер Сэ, 2006. – 272 с. – (Современное образование).
7. Петровский А. В. Трехфакторная модель значимого другого // Вопросы психологии. – 1991. – № 1. – С. 7–18.
8. Поливанова К.Н. Психология возрастных кризисов/ К.Н. Поливанова. – М., 1996. – 248 с.
9. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. – К.: Наукова думка, 1970–1980. – Том 2, 1971. – С. 56.
10. Юнг К.Г. Человек и его символы М., «Серебряные нити», 2006. – 352 с.
11. Hofstede G. Culture's consequences : international differences in work-related values. – L., 1980. – 475 p.

**Бончук Н.В.**

Межрегиональный центр ювелирного искусства г. Киева

**ОБРАЗ ГЕРОЯ В СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ПОДРОСТКОВ И МОЛОДЕЖИ****Аннотация**

В статье рассматривается проблема подростковых и молодежных представлений относительно фигуры Героя, которая в качестве Значимого Другого способна оказывать влияние на формирование «Я-концепции» формирующейся личности. Представлены результаты эмпирического исследования репрезентаций подростками и молодежью сущности и характеристик реального или воображаемого Героя. Выявлено, что образы Героев как образцов для подражания представлены в сознании современных подростков и молодежи недостаточно. Выяснены причины фрагментарности представлений о сущности и качествах Героя как ценностно-морального эталона среди молодежи и лиц старшего подросткового возраста.

**Ключевые слова:** Герой, Значимый Другой, «Я-концепция», подражание, модели поведения.

**Bonchuk N.V.**

Kyiv Interregional Center of a Jeweller's art

**THE IMAGE OF A HERO IN THE CONSCIOUSNESS OF THE TEENAGERS AND THE YOUTH****Summary**

This article concerns the problem of the teenagers and the youth conception of the Hero ideal, which as a point of the Significant Other is able to influence the forming “I-conception” of a developing personality. The results, of the empirical research of the teenagers and the youth representations of the essence and characteristics of a real or imaginary Hero, are presented. It was defined that the image of the Hero as a pattern for imitation were presented insufficiently in the consciousness of the teenagers and the youth. It was clarified the reasons of a fragmentariness concerning the believes of the essence and quality of the Hero as an ethical etalon among the youth and people of the older juvenile age.

**Keywords:** Hero, Significant Other, “I-conception”, imitation, models of a behavior.