

УДК 304.444

Ташченко, А. (2023). Релігія, розваги, різнобарвність: досвід модерзації та аналізу ментального мапування повоєнної відбудови. *Соціологічні студії*, 2(23), 84–98. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2023-02-33-33>

Релігія, розваги, різнобарвність: досвід модерзації та аналізу ментального мапування повоєнної відбудови

Анна Ташченко –
кандидат соціологічних наук, доцент
кафедри соціальних структур
та соціальних відносин,
КНУ імені Тараса Шевченка, Україна

Anna Tashchenko –
Candidate of Sociological Sciences,
Associate Professor, Department of Social
Structures and Social Relations, Taras
Shevchenko National University of Kyiv,
Ukraine
E-mail: anna.tashchenko@knu.ua
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6038-7337>

DOI: 10.29038/2306-3971-2023-02-33-33

Received: November, 2023
1st Revision: December, 2023
Accepted: December, 2023

У статті презентовано результати дослідження культурних продуктів творчої майстерні-відбудови України, проведеної в травні 2023 р. факультетом соціології КНУ імені Тараса Шевченка в рамках КНУ ЕКСПО 2023. Застосовуючи метод ментального мапування, учасники візуально конструювали власні уявлення про вигляд своїх рідних міст і селищ або всієї України після завершення повномасштабної російської агресії. Результати якісного контент-аналізу створених ментальних мап характеризують застосовані учасниками ціннісні контексти, відображені фактори інвестиційної привабливості й використані особливості візуальної комунікації. Проведений у статті аналіз засвідчив, що в повоєнний період потрібно очікувати збереження позитивного ставлення до церкви, активізацію споживання товарів і послуг від розважальних індустрій та синтез цінностей. У підсумках підкреслено успішне застосування в ментальних мапах разом із функціональними атрибутами проєктів відбудови елементів емоційного впливу за посередництвом кольорового оформлення, проте рекомендовано звернути увагу на важливість розвитку культури візуалізації м'яких факторів привабливості для привертання інвестицій у відбудову.

Ключові слова: релігійність, розваги та відпочинок, функціональність, креативність, інвестиційна привабливість.

Tashchenko Anna. Religion, Entertainment, Colorfulness: Experience of Moderation and Analysis of Post-War Reconstruction Mental Mapping. The full-scale Russian invasion of Ukraine has been ongoing for almost two years, and in anticipation of victory, Ukrainians are envisioning how their settlements will look after the end of the war – what will be restored, what will change, what they would like to see. The idea of reflecting these imaginations laid the foundation for the creative workshop-reconstruction of Ukraine, conducted in May 2023 by the Faculty of Sociology of Taras Shevchenko National University of Kyiv as part of KNU EXPO 2023. Thanks to the efforts of large sociological centers in Ukraine, the process of conducting quantitative public opinion research continues, provoking research questions about the religiosity of the population, the propensity for entertainment, responsibility for financing reconstruction, etc. But there is also a need for qualitative research on these topics. The results of using the method of mental mapping to create projects for post-war reconstruction of cities and villages of Ukraine can provide valuable information about preferences, stereotypes, and understanding of the structure and appearance of settlements in the future. The article discusses value contexts, factors of investment attractiveness, and socio-technological features of visual communication, which were reflected in the mental maps of the participants of the workshop-reconstruction of Ukraine. The results of a qualitative visual content analysis give grounds to confirm that the post-war period will bring a hypothetical preservation of the tendency to honor the church, an expected actualization of consumption of goods and services from entertainment industries, as well as diversification and synthesis of values. The most accessible for understanding and reflection are primarily hard factors of investment attractiveness, which are the most obvious and suitable for calculation. But if counting on international investors of reconstruction, it is necessary to develop a culture of vision and visualization for soft factors as well. The obtained and presented experience of moderation and analysis of mental mapping confirmed that group and individual reconstruction projects were created, as a rule, with a balanced and successful involvement of emotions both in the process of creation and in the process of perception.

Key words: religiosity, entertainment and recreation, functionality, creativity, investment attractiveness.

ВСТУП

Незважаючи на майже дворічну повномасштабну війну, соціологи в Україні активно цікавляться майбутнім, що очікує нас після її завершення. Ми мали довоєнні проривні статті та розробки важли-

вих індексів і рейтингів, кількісні опитування громадської думки воєнного часу, що відкрили нові проблемні поля. А ми хочемо поділитися результатами діяльності творчої майстерні-відбудови України, проведеної нами в рамках травневого КНУ ЕКСПО 2023¹, бо наявні в нас ментальні мапи як результати якісного дослідження можуть запропонувати доповнення й цікаві нюанси. Результати листопадового опитування 2022 р. Центру Разумкова продемонстрували помітне деклароване підвищення релігійності (Разумков Центр, 2023). Чи означали зауважені декларації, що після завершення війни відбудова буде уявлена з обов'язковим уключенням ціннісного контексту релігії? Урахуємо також озвучувану протягом тривалого періоду небезпеку розгортання явища політичного православ'я (Зуєв, 2008; Тексти.org.ua, 2014; Novorun, 2018; Plekon, 2019). Його провідниками стають і соціологічні дослідження з дискусійною постановкою питань на кшталт «що державі потрібно зробити з церквою» (Грушецький, 2023). Це наслідок тривалої боротьби нарративів щодо церковного розколу як боротьби за незалежність або порушення канонічності (Решетняк, 2010, с. 61) і щодо церкви як активної учасниці процесу розбудови національної держави або наднаціонального утворення й соціального служіння (Решетняк, 2013, с. 291). Зараз терміни щодо цієї боротьби заміщуються – у соціологічних дослідженнях більшу увагу приділяють релігійній індивідуалізації, релігійній уключеності, консолідації нації, томосу, релігійним переходам тощо (Сальнікова, Варійчук, 2019; Fuchs et al., 2020; Salnikova et al., 2022; Salnikova, 2023), – а чи знайшла вона відображення в результатах ментального мапування майбутнього? Листопад 2023 р. означився опитуванням соціологічної групи «Рейтинг» щодо зими 2023–2024 рр. та життя під час війни, у якому респонденти задекларували неначасність розваг і покупок (Соціологічна група Рейтинг, 2023b). Чи буде відповідний ціннісний контекст (гіпер)актуалізованим, якщо попросити уявити й зобразити Україну у вируванні життя після війни? Отже, на меті в нас дізнатися про те, які типові об'єкти матимуть найбільшу візуальну згадуваність або популярність і як учасники комунікуватимуть із нами та іншими глядачами через свої ментальні мапи в технологічному аспекті. Самим учасникам-розробникам ми запропонували аналітичну рефлексію над їхніми вподобаннями, стереотипами й задіяними напрямками мислення – індивідуальні звіти, – проте ми бачимо й можливості надання рекомендацій управлінцям та експертам із приводу дійсно бажаних структури й вигляду відбудованих міст і селищ.

1. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ

1.1. Теоретична модель

З одного боку, є теорія діалогічного суспільства (Flecha et al., 2001; Flecha, 2022), що рекомендує завжди і всім працювати над покращенням суспільства. З іншого боку, є апокрифічний повоєнний спадок М. Вебера, що визнає фокус соціології лише на розумінні істини, у той час як для покращення суспільства рекомендується йти в інші науки (Українське суспільство й соціологи..., 2023, с. 174). На основі досвіду, отриманого в поточному та попередніх дослідженнях, ми спробуємо аргументувати, яка позиція є доречнішою. Попередні наші дослідження засвідчили, що під час війни ми оточені медійними візуалізаціями, які транслиють модерністські ціннісні нарративи, а довоєнні ментальні мапи різних міст і сіл натомість розповідали переважно про традиційні та постмодерністські цінності (Ташенко, 2023, с. 158–162). Тож ми повертаємося до запропонованої нашими колегами візуальної операціоналізації цінностей (Батаєва, Чумакова-Серова, 2021, с. 32–34), щоб застосувати її до просторових конструктів повоєнного майбутнього й перевірити, чи «повернуться» традиційний і постмодерністський ціннісні нарративи. Оскільки йдеться про відбудову, потрібно згадати й опитування 2023 р. від Info Sapiens. У результатах про залучення коштів для відбудови та її фінансування провідні позиції в громадській думці посіли всеукраїнський бізнес, міжнародний бізнес і міжнародні організації й донори (Transparency International Ukraine, 2023). Оскільки ментальні мапи учасників КНУ ЕКСПО цілком можна розглядати як прокомуніковані проекти відбудови конкретних населених пунктів – поки що не фахові, однак, згідно з теорією діалогічного суспільства, невід'ємні від творення політик, – ми вирішили застосувати оптику жорстких і м'яких

¹ Традиційний загальноуніверситетський день відкритих дверей КНУ імені Тараса Шевченка, що проводиться двічі на рік.

факторів інвестиційної привабливості (КМІС, ІЕД, 2013, с. 35–41), щоби зрозуміти, апеляція до яких факторів виглядає і звучить для наших співгромадян легітимно та чи є необхідність у роз'ясненнях важливості «м'якої сили» не лише в обличчі культури, а й у бізнесі.

1.2. Обґрунтування методу

Учасники майстерні-відбудови застосували актуальний і багатофункціональний метод ментального мапування (Wheeldon, & Faubert, 2009; White, & Green, 2012; Gieseck, 2013; Pánek, 2016; Catney et al., 2018; Kaisto, & Wells, 2020; Guerrero, 2022), предметом якого були їхні рідні населені пункти. Їм пропонували уявити, як їхні міста чи селища виглядатимуть після завершення російської війни в Україні, та відобразити це схематично на папері. У допомогу надавали ручки, фломастери, маркери, універсальні наліпки у вигляді типових об'єктів штучного середовища існування й природи. Ми припускали, що деяким учасникам може бути емоційно важко зображувати батьківщину – наприклад, якщо населений пункт або самі учасники в ньому дуже постраждали через російську агресію, – тож дозволили зображувати й Україну загалом. Як метод дослідження результатів ментального мапування був використаний якісний візуальний контент-аналіз. Для визначення специфіки комунікування ментальними мапами за формою ми звернулися до відомої у візуальних комунікаціях умовної дихотомії «функціональність vs. креативність» або ж, іншими словами, «раціональність vs. емоційність» (Сергеева, 2018, с. 273). Функціональність передбачає вибір щодо донесення необхідного смислу – робити це у фірмовому або універсальному стилі, – порядок, простоту і модульність, а також навіювання, переконування, приваблювання, пояснення через образ та слоган або образ і достатньо об'ємний текст. Креативність передбачає застосування емоційних гачків, залучення в розшифровування ребусів, загадок, алюзій тощо, складність візуальної мови, нестандартність, оригінальність, інтерактивність, спонтанні образи, специфічну раціональність, перевантаженість графікою й текстом. Так ми бачимо ментальну мапу і власне проектом відбудови й водночас саморекламою проекту відбудови, бо обрана технологія комунікування «працює» з увагою глядачів і, отже, підвищує або понижує його шанси стати конкурентоспроможним, сприйнятним і схваленим.

1.3. Етичні питання

Усього намальовано вісім мап, шість із них були результатом публічної групової роботи в тріадах і діадах. Тож ми мали 17 активних учасників-проектантів, і всі вони погодилися на узагальнене анонімізоване представлення та публікацію результатів аналізу їхніх проектів відбудови.

2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Ментальна мапа 1 (рис. 1) є прикладом майже максимально можливих (з урахуванням поки що наявних обмежень візуальної операціоналізації теорії постмодернізації цінностей) повноти й балансу відображених цінностей – на ній згадано і традиційні, і модерністські, і постмодерністські цінності. Традиційні цінності представлено через контекст релігії (достатньо виражена прихильність до церкви та релігійних атрибутів, яким виділено також окрему локацію й вільний простір) та контекст їжі (щоправда, продукти харчування презентовані опосередковано – через контексти розваг й екологізму). Модерністські цінності представлено через об'єкти для престижного відпочинку та розваг (максимально), навіть окремий модерністський контекст гламуру опосередкований саме розвагами, й об'єкти комфорту та матеріального добробуту (достатньою мірою). Постмодерністські цінності представлено через складові частини екологізму й естетичного сприйняття життя (максимально), об'єкти пізнавального та культурного туризму (достатньою мірою) і складові частини професійного саморозвитку (мінімально). Тож по суті, для абсолютної повноти всіх цінностей на цій ментальній мапі бракувало би лише по одному контексту з кожного виду цінностей – сім'ї (традиційні цінності), кар'єри та досягнень (модерністські цінності) і дружніх відносин (постмодерністські цінності). А от фактори інвестиційної привабливості на ній помітно ухиляються в ряд жорстких. Так, ми бачимо природні ресурси, людський капітал (наліпка-книги), споживчі ринки (громадські місця споживання – магазин одягу, заклади харчування – і місця розваг), бізнесовий сегмент (наліпка-портфель, плюс є потенціал розвитку туризму через культурні пам'ятки), інфраструктуру (дороги), проте ознак м'яких факторів узагалі не зафіксовано. При цьому технологічно ця ментальна мапа є скоріше функціональною, ніж креативною: вона комбінує універсальний стиль (запропоновані

модераторами наліпки) із фірмовим (власним), і максимально послуговується порядком, простотою та модульністю, у той час як із креативних компонент наявна одна – застосування різних кольорів й акцентованих зон як емоційних гачків.

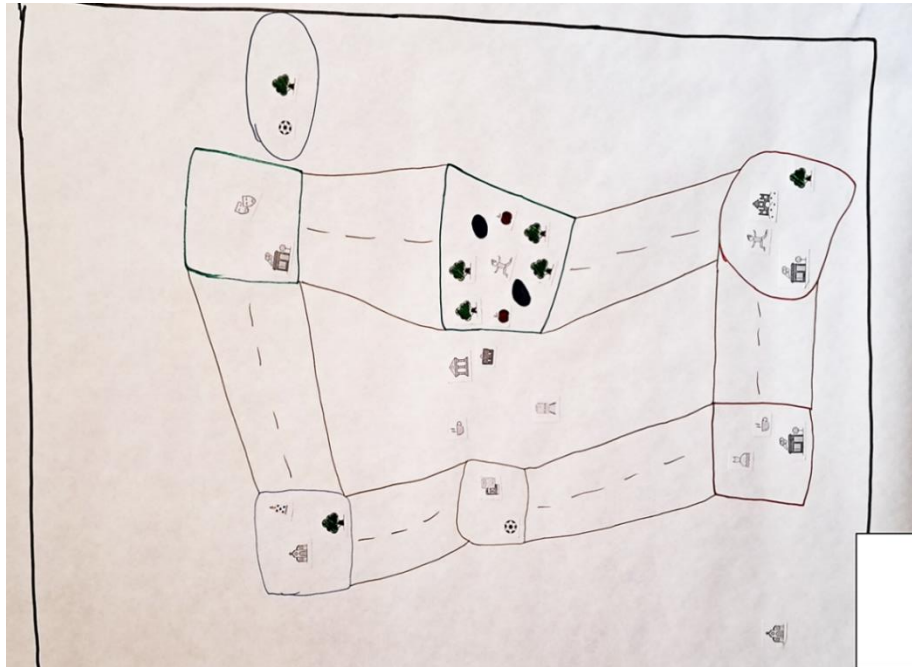


Рис. 1. Ментальна мапа 1

Джерело: учасники майстерні-відбудови

Ментальна мапа 2 (рис. 2) – приклад більш чіткої розстановки ціннісних акцентів. На ній міститься повний набір традиційних цінностей (безпосередньо виражені контексти сім'ї й релігії, опосередковано виражений – через розваги – контекст їжі), а інші цінності представлені досить вибірково. Так, модерністські видно лише через достатньо виражений контекст престижного відпочинку та розваг, а постмодерністські – через значною мірою виражений контекст екологізму й естетичного сприйняття життя та наявний контекст пізнавального й культурного туризму. Утім, картина факторів інвестиційної привабливості майже аналогічна до вже побаченої на прикладі першої ментальної мапи: значною мірою презентовано природні ресурси, також можна припускати благополучність споживчих ринків, бо знову наявні громадські місця споживання – магазин одягу, заклади харчування – і місця розваг, бачимо потенціал розвитку туризму (є культурна пам'ятка), інфраструктуру – дороги, озеро, – а м'яких факторів знову немає. Технологічно ця ментальна мапа теж більш функціональна, ніж креативна – про це свідчать комбінація універсального стилю (наліпки) з фірмовим (власним), порядок, простота, модульність, і єдиний емоційно-гачковий прийом у вигляді застосування різних кольорів.

Ментальна мапа 3 (рис. 3) натомість насамперед привертає увагу з технологічного погляду. Ціннісні контексти на ній досить невиразні, хоча їх достатньо, щоби констатувати ціннісний синтез. Є контекст їжі (опосередкований – жива риба, що водночас може розглядатись і як елемент фауни, і як продукт харчування) із традиційних цінностей, контексти комфорту та матеріального добробуту (житлові будинки, мости) й престижного відпочинку та розваг (великі, найімовірніше, торговельно-розважальні центри із садками на даху) – із модерністських цінностей, контексти екологізму та естетичного сприйняття життя (зелені локації, річка) й пізнавального та культурного туризму (архітектурні локації) – із постмодерністських цінностей. Інвестиційна привабливість окреслена скромно й лише об'єктами, що належать до жорстких факторів: зелені локації навколо будівель та в садках на даху, річка – натяк на природні ресурси, наявність ТРЦ – натяк на споживчі ринки й бізнесовий сегмент, мости – інфраструктура. Зате функціональність і креативність збалансовані та

«збагачені»: за наявних порядку, простоті й модульності ментальна мапа повністю виконана у фірмовому (власному) стилі та, крім застосування різних кольорів й акцентованих зон, має ще й великий уявний простір для розшифрування зображеного.

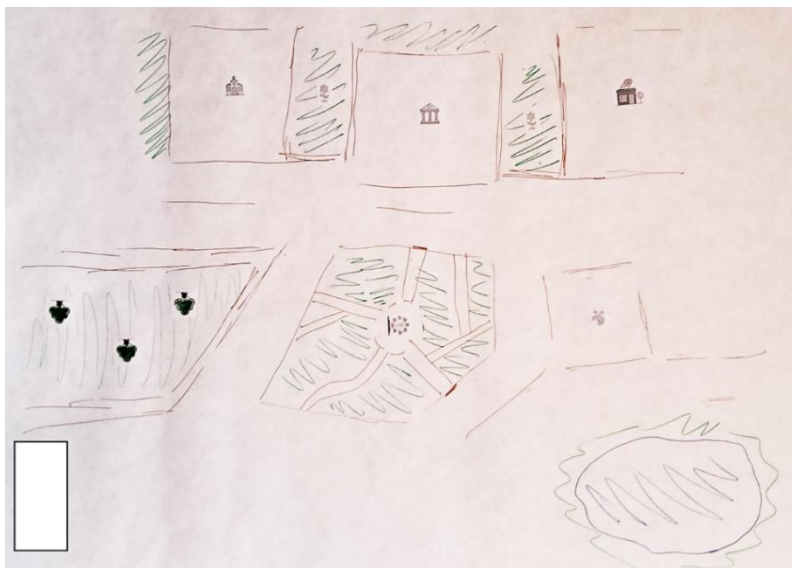


Рис. 2. Ментальна мапа 2
 Джерело: учасники майстерні-відбудови

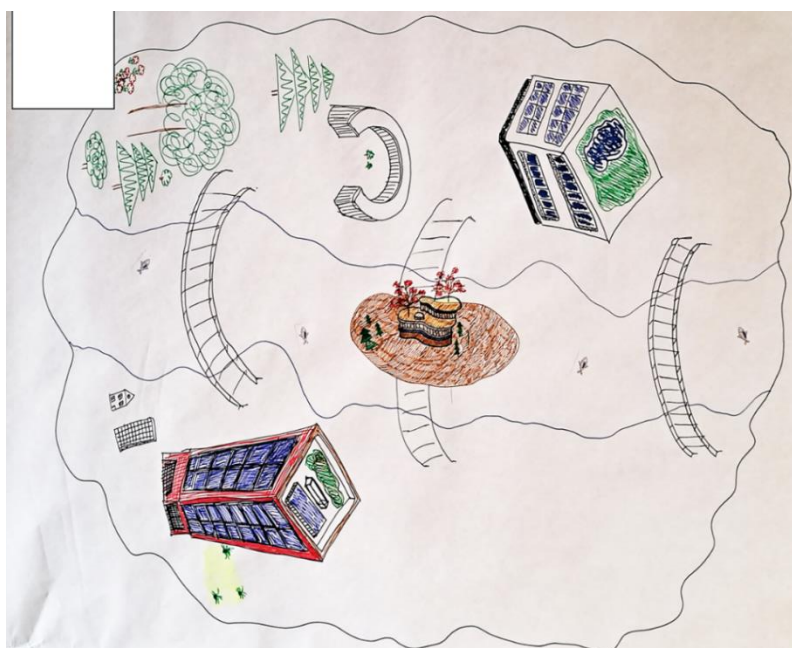


Рис. 3. Ментальна мапа 3
 Джерело: учасники майстерні-відбудови

Ментальна мапа 4 (рис. 4) є рекордсменом у мікшуванні цінностей та ціннісних контекстів – вона прямо чи опосередковано комунікує не просто про всі категорії цінностей, а про всі нині візуально операціоналізовані ціннісні контексти. Контекст сім'ї – дитячий садок, і опосередковано – ЖК «Сім'я»; контекст релігії – храм УПЦ КП; контекст їжі – магазини продуктів; контекст кар'єри

та досягнень – опосередковано через надписану історію й наявність сільської ради; контекст комфорту та матеріального добробуту – лікарня, паркінги, спортзал, житлові будинки й комплекси, стадіони, аеропорт, дороги, метро; контекст престижного відпочинку та розваг – заклади громадського харчування, ТРЦ; контекст гламуру – салон краси; контекст дружних відносин – опосередковано в надписаних лозунгах; контекст професійного саморозвитку – ліцей, університет, бібліотека, обсерваторія, творчі зони; контекст екологізму та естетичного сприйняття життя – центр відновлювальної енергії, електровітряки, зелені зони, фотозона, озеро; контекст пізнавального й культурного туризму – опосередковано через надписану історію. Ціннісна насиченість сполучається з насиченістю привабливими для інвесторів обставинами: так, знову виграють жорсткі фактори, будучи презентованими теж у повному наборі, проте вперше з'являється й хоча б один м'який. Щодо жорстких факторів ця ментальна мапа комунікує й про географічне розміщення та площу (коментар зліва), і про природні ресурси, і про людський капітал (освітні заклади, лікарня), і про R&D потенціал (енергетичні інновації), і про величину споживчих ринків (велика кількість жителів та сервісів), і про бізнесовий сегмент (продукти й будівництво), і про інфраструктуру (розвинута мережа доріг, наявні різні види транспорту, водні ресурси). Щодо м'яких факторів – є такий фактор, як відкритість влади, тобто повнота й швидкість інформування громадськості про прийняті рішення, залучення керівників підприємств до прийняття важливих рішень. Звісно, прокомуніковано ментальною мапою це дуже опосередковано та не дуже позитивно, бо сільська рада як місце влади розміщена досить ізольовано, увага до неї доходить аж наприкінці перегляду, «побудували» чи «відбудували» її в нижній частині мапи й, очевидно, що для міста це рудиментарна споруда – можливо, навіть суто музейного або квазімузейного характеру. Однак наявність сільської ради принаймні натякає та нагадує про те, що місто існувало й існує не ізольовано від політики. Технологічно, тобто з погляду самореклами, цей проєкт відбудови теж має високу потенційну ефективність: функціональні порядок, простота і модульність – явно не про цю мапу, утім, у донесенні необхідного смислу маємо комбінацію фірмового (власного) стилю з універсальним (наліпки), навіювання, переконування, приваблювання та пояснення відбуваються регулярно за посередництвом надписів різної величини, що гармонійно вписується в майже повний набір складових частин креативності – складної візуальної мови, інтерактивності, спонтанних у вираженні об'ємності образів різних міських об'єктів, специфічної раціональності розміщення цих об'єктів, переваженості графікою й текстом, і вже знайомого за попередніми прикладами ментальних мап застосування різних кольорів та акцентованих зон.

Ментальна мапа 5 (рис. 5) вийшла дуже нетиповою як для ментальної мапи загалом. Утім, якщо навіть у ПРООН в Україні наголосили на критичності збереження та розвитку людського капіталу, і Центр економічного відновлення, ГО EasyBusiness і Програма розвитку ООН в Україні організували за фінансування уряду Німеччини окрему конференцію на тему винятково людського капіталу (Самусь, 2023), то й ми взяли до аналізу авторський проєкт відбудови з аналогічним акцентом. Із приводу цінностей, безумовно, маємо лише постмодерністську специфіку – контекст професійного саморозвитку та контекст екологізму й естетичного сприйняття життя, навіть у трьох об'єктах і трьох словах зашифрована культура та її динаміка в бік постмодернізації. Відповідно, й інвестиційна привабливість змальована дуже акцентовано – у цьому випадку це про природні ресурси й про людський капітал або якість робочої сили, за якою, зі свого боку, полягають передбачені цим жорстким фактором рівень економічної активності, безробіття, освіти, міграції та природного приросту населення, захворюваності й забезпеченості лікарями. І, можливо, неочікувано, але, попри абстрагованість від конкретного населеного пункту, ця ментальна мапа є повністю функціональною та лише трішки креативною: вона має винятково фірмовий (власний) стиль, три прості образи з одним простим слоганом, що перекликався із загальним слоганом травневого КНУ ЕКСПО 2023, природний порядок об'єктів (хмара – над деревом і портфелем, портфель – на землі й на першому плані, відповідно до слогана), емоційні гачки мінімальні – застосування різних кольорів, таких самих очікуваних, як і розміщення об'єктів.

Ментальна мапа 6 (рис. 6), хоч і відповідала уявленням про ментальну мапу як таку – зрештою, ментальне мапування є мнемонічною технікою, що передбачає насамперед концентроване текстове наповнення, із якого можна розгорнути більш детальну розповідь, – також стала для нас своєрідним викликом у порівнянні з роботами інших учасників. Для комунікування автори обрали англійську



Рис. 5. Ментальна мапа 5
Джерело: учасники майстерні-відбудови

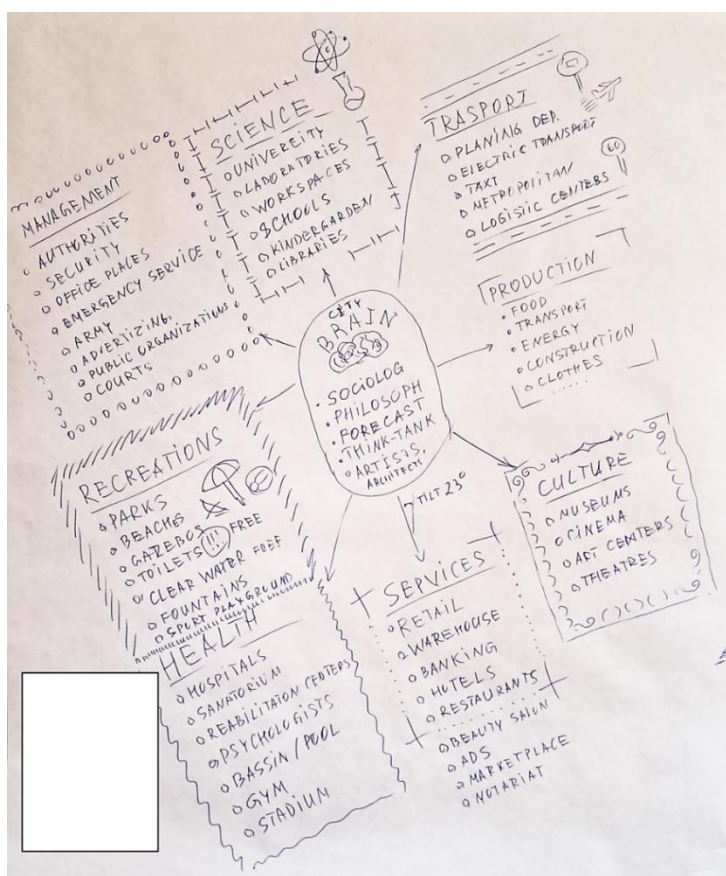


Рис. 6. Ментальна мапа 6
Джерело: учасники майстерні-відбудови

Ментальна мапа 7 (рис. 7) комунікує з глядачами за інакшою ціннісною стратегією, що передбачає не постмодернізацію, а елегантну традиціоналізацію, звісно, транзитом через модерністські цінності. Так, на ній наявні 2 із 4 візуально операціоналізованих постмодерністських ціннісних контекстів – професійний саморозвиток (освітні заклади) й екологізм та естетичне сприйняття життя (багато зелених зон, сонячні панелі), 3 із 4 модерністських – комфорт та матеріальний добробут (багато житлових будинків, вітряки, транспорт, wi-fi), престижний відпочинок і розваги (готелі, відмічені повітряними кульками місця розваг) та гламур (перукарні), і 3 із 3 традиційних – сім'я (дитмайданчик), релігія (храм) і їжа (опосередковано – врожай на полях й у фруктовому саду, риба в річках). Зображене пов'язано з усіма жорсткими факторами, що входять до індексу інвестиційної привабливості – у цьому проєкті відбудови відіграють роль і географічне положення та площа (розміщення біля моря, що явно означено внизу ментальної мапи), й акцентовані по всій площі різноманітні природні ресурси, і людський капітал (освітні заклади, наявність дітей), і R&D потенціал (сонячні панелі), і величина споживчих ринків (очевидна велика кількість гіпотетичних споживачів), і бізнесовий сегмент (аграрний та готельний бізнес), й акцентована різноманітна інфраструктура. М'який фактор наведено лише один, але в дуже позитивному світлі – ідеться про діловий клімат, куди входять регуляторні перешкоди, кон'юнктура ринку, практики взаємодії між підприємствами тощо, – і ми бачимо на ментальній мапі багато аграрних підприємств у гармонійному, практично ідеальному сусідстві. Аналогічне сусідство простежуємо у функціональності з креативністю дизайну цієї ментальної мапи. Функціональними характеристиками є комбінація фірмового (власного) стилю з універсальним (наліпки), частково наявні порядок, простота й модульність, пояснювальні надписи; креативними характеристиками – застосування різних кольорів та акцентованих зон, унікальне в порівнянні з іншими ментальними проєктами відбудови застосування значної кількості державної символіки, висока насиченість дрібними візуальними образами. Тож усі можливі засоби самореклами, крім складної візуальної мови, нестандартності, оригінальності та інтерактивності, застосовано, і в цьому випадку їх відсутність навряд чи збіднює загальне естетичне враження.

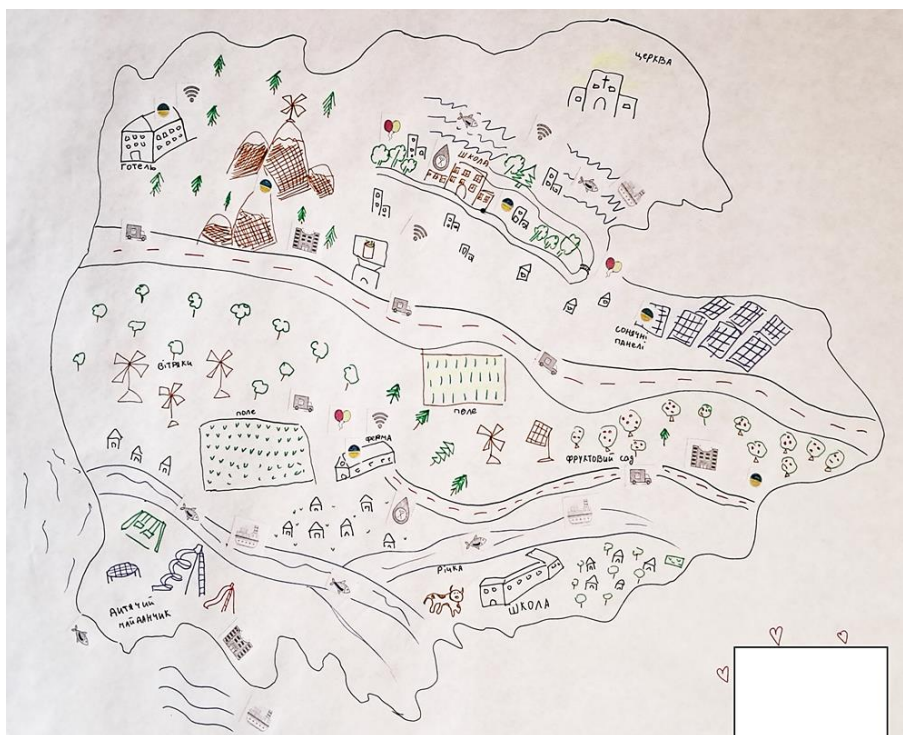


Рис. 7. Ментальна мапа 7
 Джерело: учасники майстерні-відбудови

Ментальна мапа 8 (рис. 8) не є складною для аналізу, проте, із погляду розшифровки ціннісних контекстів, містить багато цінностей «другого рівня», які треба було шукати як похідні, надбудовані через метафори. Наприклад, традиційний ціннісний контекст їжі присутній, але їжа мається на увазі інформаційна. Тобто говоримо ми, по суті, про комфорт і матеріальний добробут, адже в нас є медіапростір, завдяки якому зручно й цікаво отримувати інформацію про навколишню дійсність, але метафоризуємо його через базову потребу – їсти, новини є для нас віртуальною їжею. Тож у мисленні ми все одно залишаємося дотичними до традиційного ціннісного контексту. Автори цієї ментальної мапи навіть підкреслили нам цю обставину вербально – що тарілочка зі столовими приборами означає не звичайну, а інформаційну їжу. Аналогічно складається з контекстом комфорту та матеріального добробуту – образ дому, його вікно й стіни поєднують нас із модерністськими цінностями завдяки здатності мислити відповідними метафорами. Так само й образ дерева виводить на екологізм та естетичне сприйняття життя, бо для метафоризування використовується саме дерево як елемент флори, а двері дому – на пізнавальний і культурний туризм, що знайомить зі звичаями й літературою. Прямо-лінійність на цій ментальній мапі стосується лише двох ціннісних контекстів – по-перше, релігії крізь пряму згадку віри та церкви; по-друге, кар'єри й досягнень через перелік видатних українських діячів. Для залучення інвестицій такий проєкт відбудови навряд чи підійшов би, оскільки зауважені лише один жорсткий та один м'який фактори, і це зроблено опосередковано. R&D потенціал – здатність створювати та абсорбувати інновації в різних сферах, жорсткий фактор – представлено через перелік видатних діячів. Діловий оптимізм – очікування щодо зміни кон'юнктури ринку й ділового клімату, привабливість для започаткування бізнесу на 1 рік та на 5 років, м'який фактор – представлено через повідомлення про захищеність армією й обороною. В обох випадках для інвесторів розраховувати на згадане – дуже ризиковано, бо видатні особистості-символи нації є штучними унікальностями, а війна все ще продовжується. Утім, технологічно цей проєкт є маленьким шедевром, оскільки має повну причетність і до функціональності – наявні фірмовий (власний) стиль з елементами універсального (наліпки), порядок та простота, переконування, привабливання, пояснення, образ і достатньо об'ємний текст, – і до креативності, оскільки застосовано різні кольори та акцентовані зони, є інтерактив другого рівня (усередині мапи – діалог біля дому), і спонтанний та милий будь-якому серцю образ дому, насичений коментарями.



Рис. 8. Ментальна мапа 8

Джерело: учасники майстерні-відбудови

ВИСНОВКИ ТА ДИСКУСІЯ

Отже, повернемося до запитань, які ми ставили на початку. Чи є в проаналізованих ментальних проектах відбудови місце релігійним спорудам, релігійності, церкві? Так, безумовно, є, 5 із 8 ментальних мап це довели, причому храми або їх альтернативи, як-от віра й церква на останній мапі, розміщені зазвичай у найкращих локаціях – стартових, найпомітніших, найвищих, найвільніших тощо, і в сусідстві з гарними іншими локаціями. Чи відобразились у ментальних мапах публічні міркування представників держави та ЗМІ щодо «національної правильності» патріархату? Переважно ні – гіпотетично вони мали принципове значення лише в одному випадку ментального мапування, і показово, що цей випадок (ментальна мапа 4) був автономним від ментальної мапи з унікальним частим патріотичним означуванням простору державною символікою (ментальна мапа 7). Це кореспондує з результатами всеукраїнського опитування соціологічної групи «Рейтинг» у серпні 2023 р.: по-перше, патріотизм мало пов'язувався з практикою, сформульованою як «ходити в українську церкву», по-друге, у релігії загалом наші співгромадяни бачили незначний потенціал як об'єднання, так і роз'єднання українців (Соціологічна Група Рейтинг, 2023а). Також із минулих досліджень у загальноєвропейському контексті відомо, що радикалізацію поглядів потрібно пов'язувати із соціальною небезпекою (Bartoszewicz, 2015; Bartoszewicz, 2017). Чи спостерігали ми поворот до розваг у конструюванні повоєнного майбутнього? Скоріше так, тому що об'єкти для розваг і відпочинку були сплановані на шести ментальних мапах із 8. Чи домінують традиційний та постмодерністський ціннісні наративи, коли уявляється повоєнний час? Скоріше так, бо абсолютно всім ментальним мапам притаманний постмодерністський ціннісний контекст екологізму й естетичного сприйняття життя, і майже всім – 7 із 8 – притаманний традиційний ціннісний контекст їжі, це безумовні лідери серед контекстів. Також постмодерністські цінності підкріплюються на ментальних мапах популярністю контекстів пізнавального та культурного туризму (6 випадків із 8) і професійного саморозвитку (5 випадків із 8), а традиційні цінності – популярністю контексту релігії (5 випадків із 8). Утім, модерністський ціннісний наратив не є суттєво слабшим – за рахунок контекстів комфорту та матеріального добробуту (6 випадків із 8), престижного відпочинку й розваг (6 випадків із 8) і гламуру (4 випадки із 8). Тож ми спостерігали не стільки за поверненням наративів довоєнного часу, скільки за синтезом цінностей і за розмежуванням публічних контекстів – тобто знайомих та легких для візуалізації в загальному просторі міста, селища чи країни – від контекстів приватних (сім'я, кар'єра й досягнення, дружні відносини), які зручніше візуалізувати комунікуючи фотографіями в соціальних мережах і комунікуючи про себе, а не за посередництва ментальних мап. Про все місто, чи селище, чи всю країну. Іntenція до синтезу цінностей підтверджується також дослідженнями наших колег (Dembitskyi et al., 2022).

Апеляція до яких факторів інвестиційної привабливості має шанс на легітимність і чи є необхідність у роз'ясненні важливості м'яких факторів? Можна вчергове винести урок про найбільшу зрозумілість того, що можна досягнути органами відчуттів – перевагу зі значним відривом мають жорсткі, чітко видимі та придатні до відносно простої калькуляції фактори. Зауважимо, що, згідно з результатами згаданого на початку статті соціологічного опитування про відбудову України й населення та бізнес, винесли м'які фактори на топові позиції поруч із жорсткими. Зокрема, у списку основних проблем України руйнування інфраструктури, промисловості та житла (жорсткий фактор) стоїть серед перших позицій поруч із корупцією (Transparency International Ukraine, 2023). Остання, звісно, є м'яким фактором у будь-якому випадку, бо стосуватися вона може і ділового клімату, і правил та процедур, і відкритості влади, і ділового оптимізму, і успішності досвіду реалізації інвестиційних проектів, хоча автори індексу інвестиційної привабливості радять відносити її саме до правил та процедур. Тож проблематичність, на нашу думку, не стільки в нерозумінні, навіщо враховувати м'які фактори, скільки в тому, що відсутні уявлення про їх візуалізацію – як виглядають, скажімо, відсутність корупції чи регуляторних перешкод, залучення керівників підприємств до прийняття важливих рішень, дотримання прав власності тощо – тобто які наслідки цього доступні очам у публічному просторі і якими позитивними образами їх краще прокомунікувати. Також ми бачимо зв'язок урахованих на ментальних мапах факторів інвестиційної привабливості з ціннісними контекстами. Найпопулярнішим жорстким фактором виявилися природні ресурси (7 випадків із 8) –

те, що навіть у рамках теорії постмодернізації цінностей за умовчанням асоційовано з естетичністю. Не дивно, що образи листяних і хвойних дерев, квітів, водойм поставали навіть там, де для донесення ідеї про структуру та вигляд населеного пункту вони не були конче необхідними. Відсутність бар'єрів для інвестиційних проєктів – це теж естетика, але ми не звикли її розпізнавати так само невимушено, як і красу природи, споглядаючи свою місцевість із вікна чи виходячи з будинку на вулицю. Проте для подолання корупції й інших м'яких перешкод таку навичку формувати потрібно. Зрештою, ми впевнені, що це – лише питання часу. Навіть ще не будучи дипломованими соціальними технологами, учасники нашої майстерні-відбудови здебільшого в ментальному мапуванні змогли на прикладі власних ментальних мап у досить короткий час подолати дихотомію функціональності та креативності, поєднуючи обидві властивості з деяким зсувом у бік функціональності. І зворотний зсув – у бік креативності – був би недоречним, оскільки все-таки вони конструювали населені пункти повоєнних років, а не змагалися на конкурсі митців за приз найоригінальнішому автору. Зокрема, тому переважали саме комбінації універсальних позначок та власних зображень й учасники майстерні-відбудови створювали емоційно ефективні повідомлення навіть за обмеженої кількості кольорів запропонованих технічних засобів.

Нарешті зауважимо щодо дихотомії призначення соціології – покращення суспільства vs. Розуміння істини. Завдяки останньому всеукраїнському опитуванню Інституту соціології НАН України в жовтні 2023 р. ми знаємо, що їжа – досить популярний засіб боротьби зі стресом під час війни, а її популярність випереджає релігійні та духовні практики як ресурс протидії стресу (Дембіцький, 2023). І на отриманих та проаналізованих нами ментальних мапах ми бачимо, що після відбудови ціннісний контекст релігії навіть при шанобливому до нього ставленні помітно поступається ціннісному контексту їжі. Припустимо, що це і є для нас соціологічна істина. У власне релігійному контексті, наприклад у святому Євангелії, зокрема теж згадується, що в умовах достатку радше хочеться спочивати, їсти, пити, веселитися й руйнувати старі житниці заради будівництва більш містких, а не пам'ятати про фізичну смерть, безсмертну душу та рятівну благодійність. Добре, що ми це як соціологи зрозуміли. Чи достатньо цього? Навряд чи публікація релізу дослідження стресових станів населення обмежена наміром дати що почитати соціологам і що написати журналістам. Чи зможемо ми покращити суспільство? Соціологи не переконують суспільство бути менш ласим до смаколиків і натомість більш духовним – по-перше, законодавством забезпечено свободу вибору, по-друге, отримуємо по таких намірах постколоніалізмом із його відомою критичністю щодо вповноваженості на визначення «кращого» й «гіршого» для інших. Але соціологи можуть коректно публічно обґрунтувати, наприклад, сумніви в декларованій респондентами непопулярності алкоголю, тютюну й енергетичних напоїв як засобів самопомоги (Дембіцький, 2023), пояснити, як це пов'язано із соціальними статусами та ролями, і запропонувати найкращу альтернативу угодам із совістю, яка підказує, що від соціологів подібну соціально несхвальну практику самопомоги можна спробувати приховати, а від свого здоров'я – ні. Отже, соціологи можуть покращити життя представників суспільства, і ми сподіваємося, що й наш викладений вище досвід – теж.

ПОДЯКИ

Автор статті висловлює щире глибоке подяку канд. соц. наук, доц. Аллі Олександрівні Петренко-Лисак, людині з натхненням без кордонів – наявністю результатів, викладених у статті, я зобов'язана саме їй. Задум творчої майстерні-відбудови належить їй, і саме з її ідеї організувати мепінг міста майбутнього викристалізувалися й остаточний сценарій діяльності та модерації майстерні-відбудови, і предмет мого досвіду та дослідження.

ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

- Батаєва, К. В., & Чумакова-Серова, А. С. (2021). Візуалізовані цінності у соціальних практиках користувачів української соціальної мережі «Інстаграм». *Український соціум*, 4(79), 26–45. <https://doi.org/10.15407/socium2021.04.026>
- Грушецький, А. (2023). *Якою має бути політика влади щодо Української Православної Церкви (Московського Патріархату): результати телефонного опитування, проведеного 26 травня – 5 червня 2023 року*. КМІС. Отримано 10.10.2023 з <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1247&page=1>

- Дембіцький, С. (2023). *Стресові стани населення України в контексті війни*. Соціологічна група «Рейтинг». Отримано 12.11.2023 з https://ratinggroup.ua/research/ukraine/stresovi_stany_naselennya_ukrainy_v_konteksti_viyuni.html
- Зуєв, П. (2008, 11 січня). «Політичне православ'я» відокремили від церкви. *Дзеркало тижня*. Отримано 10.10.2023 з https://zn.ua/ukr/SOCIUM/politichne_pravoslavya_vidokremili_vid_tserkvi.html
- КМІС, ІЕД та політичних консультацій (2013). *Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів* (на замовлення Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України). Отримано 10.10.2023 з https://www.kiis.com.ua/materials/news/Rating_of_investment_attractiveness_of_the_region.pdf
- Разумков Центр (2023). *Війна і Церква. Церковно-релігійна ситуація в Україні 2022 р. (листопад 2022 р.)*. Отримано 10.10.2023 з <https://razumkov.org.ua/napiamky/sotsiologichni-doslidzhennia/viina-i-tserkva-tserkovnoreligiina-sytuatsiia-v-ukraini-2022r-lystopad-2022r>
- Решетняк, О. М. (2010). Виробництво та відтворення релігійних структур на пострадянському просторі: приклад православних розколіїв в Україні, Болгарії та Молдові. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Соціологія*, 1–2, 57–63.
- Решетняк, О. М. (2013). Питання церковного розколу у дискурсах предстоятелів УПЦ КП та УПЦ (МП). *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*, 19, 286–292.
- Сальнікова, С., Варійчук, В. (2019). Динаміка релігійної включеності населення європейських країн. *Соціологічні студії*, 1(14), 69–77. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2019-01-69-77>
- Самусь, Ю. (2023, 27 жовтня). *Human Capital UA: В Україні відбувся форум, присвячений людському капіталу*. UNDP. Отримано 10.11.2023 з <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/human-capital-ua-v-ukrayini-vidbuvsya-forum-prysvyachenyy-lyudskomu-kapitalu>
- Сергеєва, Н. В. (2018). Історичні та культурологічні аспекти основ філософії дизайну. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені Володимира Гнатюка. Серія: Мистецтвознавство*, 2, 268–276.
- Соціологічна Група Рейтинг (2023a). *Соціологічне дослідження до Дня Незалежності: уявлення про патріотизм та майбутнє України (16–20 серпня 2023)*. Отримано 10.10.2023 з https://ratinggroup.ua/research/ukraine/soc_olog_chne_dosl_dzhennya_do_dnya_nezalezhno_uyavlennya_pro_patr_otizm_ta_maybutn_ukra_ni_16-20_se.html
- Соціологічна Група Рейтинг (2023b). *Двадцять п'яте загальнонаціональне опитування: сприйняття загроз на зиму 2023–2024 (22–23 листопада 2023)*. Отримано 02.12.2023 з https://ratinggroup.ua/research/ukraine/dvadcyyat_piyate_zagalnonacionalne_opituvanny_sprinyuattazagroz_na_zimu_2023-2024.html
- Тащенко, А. (2023). Всі ми як діти? Візуальні та мультимодальні конструкції воєнного і мирного часу. У В. П. Мельник (Ред.), *Творення нових соціальних порядків в умовах російсько-української війни*: зб. матеріалів XIII Львів. соц. форуму (Львів, 5 квітня 2023 р.) (с. 157–164). Львівський національний університет імені Івана Франка.
- Тексти.org.ua. (2014, 23 червня). *УПЦ (МП) зреклась політичного православ'я та сепаратистів із Лаври*. Отримано 10.10.2023 з https://texty.org.ua/fragments/54276/UPC_MP_zreklas_politychnogo_pravoslavja_ta_separatystiv-54276/
- Українське суспільство й соціологи перед викликами війни та повоєнного розвитку: Роботи учасників конкурсу «Кращий молодий соціолог року» (2023). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 4, 167–196. <https://doi.org/10.15407/sociology2023.04.167>
- Bartoszewicz, M. G. (2015). 50 shades of radicalism: An analysis of contemporary radical parties in Europe. *International Studies. Interdisciplinary Political and Cultural Journal*, 17(1), 27–41. <https://doi.org/10.1515/ipcj-2015-0003>
- Bartoszewicz, M. G. (2017). Fortress Europe: The dangers of democratic insecurities. *Studia Polityczne*, 45(3), 119–142.
- Catney, G., Frost, D., & Vaughn, L. (2018). Residents' perspectives on defining neighbourhood: Mental mapping as a tool for participatory neighbourhood research. *Qualitative Research*, 19(6), 735–752. <https://doi.org/10.1177/1468794118803841>
- Dembitskiy, S., Kyrychenko, R., Salnikova, S., & Sydorov, M. (2022). The value dimension of public opinion in Ukraine during the full scale war and its role for post-war reconstruction. *Sociological Studios*, 2(21), 42–56. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2022-02-42-56>
- Flecha, R., Gómez, J., & Puigvert, L. (2001). Chapter 15: The Dialogic Turn in the Social Sciences. *Counterpoints*, 250, 128–138. Retrieved October 10, 2023 from <http://www.jstor.org/stable/42977879>
- Flecha, R. (2022). *The dialogic society. The sociology scientists and citizens like and use*. Barcelona: Hipatia Press.
- Fuchs, M., Linkenbach, A., Mulsow, M., Otto, B.-C., Parson, R. B., & Rüpke, J. (Ed.). (2020). *Religious individualisation*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110580853>
- Giesecking, J. J. (2013). Where we go from here. *Qualitative Inquiry*, 19(9), 712–724. <https://doi.org/10.1177/1077800413500926>

- Guerrero, J. M. (2022). *Mind mapping and artificial intelligence*. Academic Press.
- Hovorun, C. (2018). *Political Orthodoxies: The Unorthodoxies of the Church Coerced* (A. J. Moyses & S. A. Kirkland, Eds.). 1517 Media. <https://doi.org/10.2307/j.ctv14h4jt>
- Kaisto, V., & Wells, C. (2020). Mental mapping as a method for studying borders and bordering in young people's territorial identifications. *Journal of Borderlands Studies*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/08865655.2020.1719864>
- Pánek, J. (2016). From mental maps to geoparticipation. *The Cartographic Journal*, 53(4), 300–307. <https://doi.org/10.1080/00087041.2016.1243862>
- Plekon, M. (2019, October 3). *Review essay: Political orthodoxies*. PrayTellBlog. Retrieved October 10, 2023 from https://praytellblog.com/index.php/2019/10/03/review-essay-political-orthodoxies/?fbclid=IwAR2keAhgAG9_VObE_6UqGXWK7ERMMIjWFKgCv705BhzD_rjVv94iYyIdRP0
- Salnikova, S., Klymenko, E., & Yemeljanova, Y. (2022). Features of Consolidation of the Ukrainian Nation in the Conditions of Decentralization. In Antipova, T. (eds.). *Lecture Notes in Networks and Systems*, 315. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-85799-8_28
- Salnikova, S. (2023). Autocephaly for the Ukrainian Church: Religious transitions before and after tomos and attitudes towards it (the case of the Volyn region). *Filosofija. Sociologija*, 34(2). <https://doi.org/10.6001/fil-soc.2023.34.2.9>
- Transparency International Ukraine (2023, 14 червня). *Як відбудовувати Україну — соціологічне опитування громадян та представників бізнесу*. Отримано 10.10.2023 з <https://ti-ukraine.org/research/yak-vidbudovuvaty-ukrayinu-sotsiologichne-opytuvannya-gromadyan-ta-predstavnykiv-biznesu/>
- Wheeldon, J., & Faubert, J. (2009). Framing experience: Concept maps, mind maps, and data collection in qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods*, 8(3), 68–83. <https://doi.org/10.1177/16094069090800307>
- White, R. J., & Green, A. E. (2012). The use of mental maps in youth research: Some evidence from research exploring young people's awareness of and attachment to place. In *Innovations in youth research* (p. 58–76). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9780230355880_4

REFERENCES

- Bataeva, E. V., & Chumakova-Sierova, A. S. (2021). Visualized values in the social practices of Ukrainian Instagram users. *Ukrainian Society*, 79(4), 26–45. <https://doi.org/10.15407/socium2021.04.026>
- Hrushetskyi, A. (2023, June 15). *What should be the policy of the authorities regarding the Ukrainian Orthodox Church (Moscow Patriarchate): The results of a telephone survey conducted on May 26 – June 5, 2023*. KIIS. Retrieved October 10, 2023 from <https://kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=1247&page=1>
- Dembitskyi, S. (2023, November 10). *War-contexted stress states of the population in Ukraine*. Rating Group. Retrieved November 12, 2023 from https://ratinggroup.ua/research/ukraine/stresovi_stany_naseleennya_ukrainy_v_konteksti_viyini.html
- Zuiev, P. (2008, January 11). «Political Orthodoxy» has been separated from the church. *Mirror of the week*. Retrieved October 10, 2023 from https://zn.ua/ukr/SOCIUM/politichne_pravoslavyya_vidokremili_vid_tserkvi.html
- Kyiv International Institute of Sociology, Institute of Economic Research and Political Consulting (2013). *Rating of Investment Attractiveness of Regions* (commissioned by the State Agency for Investment and National Projects Management of Ukraine). Retrieved October 10, 2023 from https://www.kiis.com.ua/materials/news/Rating_of_investment_attractiveness_of_the_region.pdf
- Razumkov Centre. (2023). *War and Church. Church-Religious Situation in Ukraine in 2022 (November 2022)*. Retrieved October 10, 2023 from <https://razumkov.org.ua/napriamky/sotsiologichni-doslidzhennia/viina-i-tserkva-tserkovnoreligiina-sytuatsiia-v-ukraini-2022r-lystopad-2022r>
- Reshetniak, O. M. (2010). Production and reproduction of religious structures in the post-Soviet space: The case of Orthodox schisms in Ukraine, Bulgaria, and Moldova. *Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Sociology*, 1–2, 57–63.
- Reshetniak, O. M. (2013). Issues of church schism in the discourses of the UOC-KP and UOC (MP) leaders. *Methodology, Theory and Practice of Sociological Analysis of Contemporary Society: Collection of Scientific Papers*, 19, 286–292.
- Salnikova, S., & Variichuk, V. (2019). Dynamics of religious involvement of the population of European countries. *Sociological Studios*, 1(14), 69–77. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2019-01-69-77>
- Samus, Y. (2023, October 27). *The role of human capital in Ukraine's recovery explored at Human Capital UA forum*. UNDP. Retrieved November 10, 2023 from <https://www.undp.org/uk/ukraine/press-releases/human-capital-ua-v-ukrayini-vidbuvysya-forum-prysvyachenyy-lyudskomu-kapitalu>
- Sergeieva, N. V. (2018). Historical and cultural aspects of the foundations of design philosophy. *Scientific Notes of Volodymyr Hnatiuk Ternopil National Pedagogical University. Art Studies*, 2, 268–276.

- Rating Group. (2023a, August 24). *Sociological research for Independence Day: Perception of patriotism and the future of Ukraine (August 16–20, 2023)*. Retrieved November 10, 2023 from https://ratinggroup.ua/en/research/ukraine/soc_olog_chne_dosl_dzhennya_do_dnya_nezalezhno_uyavlennya_pro_patr_otizm_ta_maybutn_ukra_ni_16-20_se.html
- Rating Group. (2023b, December 01). *Twenty-fifth national survey: Threat perceptions for the winter of 2023–2024 (November 22–23, 2023)*. Retrieved December 02, 2023 from https://ratinggroup.ua/research/ukraine/dvadcyat_piyate_zagalnonacionalne_opituvanny_spriynyattazagroz_na_zimu_2023-2024.html
- Tashchenko, A. (2023). Are we all like children? Visual and multimodal constructions in wartime and peacetime. In V. P. Melnyk (Ed.), *Creating new social orders in the context of Russian-Ukrainian war: Proceedings of the XIII Lviv sociological forum (Lviv, April 5, 2023)* (pp. 157–164). Ivan Franko National University of Lviv.
- Texty.org.ua. (2014, June 23). *UOC (MP) renounces political Orthodoxy and separatists from the Lavra*. Retrieved November 10, 2023 from https://texty.org.ua/fragments/54276/UPC_MP_zreklas_politychnogo_pravoslavja_ta_separatystiv-54276/
- Ukrainian society and sociologists in front of the challenges of war and post-war development: Essays by the «Junior Sociologist of the Year» contestants. (2023). *Sociology: Theory, Methods, Marketing*, (4), 167–196. <https://doi.org/10.15407/sociology2023.04.167>
- Bartoszewicz, M. G. (2015). 50 shades of radicalism: An analysis of contemporary radical parties in Europe. *International Studies. Interdisciplinary Political and Cultural Journal*, 17(1), 27–41. <https://doi.org/10.1515/ipcj-2015-0003>
- Bartoszewicz, M. G. (2017). Fortress Europe: The dangers of democratic insecurities. *Studia Polityczne*, 45(3), 119–142.
- Catney, G., Frost, D., & Vaughn, L. (2018). Residents' perspectives on defining neighbourhood: Mental mapping as a tool for participatory neighbourhood research. *Qualitative Research*, 19(6), 735–752. <https://doi.org/10.1177/1468794118803841>
- Dembitskyi, S., Kyrychenko, R., Salnikova, S., & Sydorov, M. (2022). The value dimension of public opinion in Ukraine during the full scale war and its role for post-war reconstruction. *Sociological Studios*, 2(21), 42–56. <https://doi.org/10.29038/2306-3971-2022-02-42-56>
- Flecha, R., Gómez, J., & Puigvert, L. (2001). Chapter 15: The Dialogic Turn in the Social Sciences. *Counterpoints*, 250, 128–138. Retrieved October 10, 2023 from <http://www.jstor.org/stable/42977879>
- Flecha, R. (2022). *The dialogic society. The sociology scientists and citizens like and use*. Barcelona: Hipatia Press.
- Fuchs, M., Linkenbach, A., Mulsow, M., Otto, B.-C., Parson, R. B., & Rüpke, J. (Ed.). (2020). *Religious individualisation*. De Gruyter. <https://doi.org/10.1515/9783110580853>
- Giesecking, J. J. (2013). Where we go from here. *Qualitative Inquiry*, 19(9), 712–724. <https://doi.org/10.1177/1077800413500926>
- Guerrero, J. M. (2022). *Mind mapping and artificial intelligence*. Academic Press.
- Hovorun, C. (2018). *Political Orthodoxies: The Unorthodoxies of the Church Coerced* (A. J. Moysé & S. A. Kirkland, Eds.). 1517 Media. <https://doi.org/10.2307/j.ctv14h4jt>
- Kaisto, V., & Wells, C. (2020). Mental mapping as a method for studying borders and bordering in young people's territorial identifications. *Journal of Borderlands Studies*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/08865655.2020.1719864>
- Pánek, J. (2016). From mental maps to geoparticipation. *The Cartographic Journal*, 53(4), 300–307. <https://doi.org/10.1080/00087041.2016.1243862>
- Plekon, M. (2019, October 3). *Review essay: Political orthodoxies*. PrayTellBlog. Retrieved October 10, 2023 from https://praytellig.com/index.php/2019/10/03/review-essay-political-orthodoxies/?fbclid=IwAR2keAhgAG9_VO-bE_6UqGXWK7ERMMIjWFKgCv705BhzD_rjVv94iYyIdRP0
- Salnikova, S., Klymenko, E., & Yemelianova, Y. (2022). Features of Consolidation of the Ukrainian Nation in the Conditions of Decentralization. In Antipova, T. (eds.) *Lecture Notes in Networks and Systems*, 315. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-85799-8_28
- Salnikova, S. (2023). Autocephaly for the Ukrainian Church: Religious transitions before and after tomos and attitudes towards it (the case of the Volyn region). *Filosofija. Sociologija*, 34(2). <https://doi.org/10.6001/fil-soc.2023.34.2.9>
- Transparency International Ukraine (2023, June 14). *How to rebuild Ukraine – sociological survey of citizens and business representatives*. Retrieved October 10, 2023 from <https://ti-ukraine.org/research/yak-vidbudovuvaty-ukrayinu-sotsiologichne-opytuvannya-gromadyan-ta-predstavnykiv-biznesu/>
- Wheeldon, J., & Faubert, J. (2009). Framing experience: Concept maps, mind maps, and data collection in qualitative research. *International Journal of Qualitative Methods*, 8(3), 68–83. <https://doi.org/10.1177/16094069090800307>
- White, R. J., & Green, A. E. (2012). The use of mental maps in youth research: Some evidence from research exploring young people's awareness of and attachment to place. In *Innovations in youth research* (p. 58–76). Palgrave Macmillan UK. https://doi.org/10.1057/9780230355880_4