

Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка
Кафедра психології

Роман Хавула,
Ірина Гриник

**ЕНЦИКЛОПЕДИЧНИЙ СЛОВНИК
З СОЦІАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЇ**

Дрогобич
2023

УДК 159.9:316.6(038)

Е 64

Рекомендовано до друку вченою радою Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка (протокол № 8 від 15 червня 2023 р.)

Рецензенти:

Католик Г.В., доктор психологічних наук, професор кафедри практичної психології Інституту управління, психології і безпеки Львівського університету внутрішніх справ;

Зубрицький І.Я., кандидат педагогічних наук, доцент кафедри соціальної педагогіки та корекційної освіти Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка.

Енциклопедичний словник з соціальної психології / Е 64 автори-укладачі Р. Хавула, І. Гриник. Дрогобич : ДДПУ ім. І. Франка, 2023. 246 с.

Енциклопедичний словник відповідає робочій програмі навчальної дисципліни «Соціальна психологія» підготовки фахівців першого бакалаврського рівня вищої освіти спеціальності «Психологія». У ньому розкрито зміст 200 основних соціально-психологічних категорій, які висвітлюють сучасний стан розвитку соціальної психології. У процесі укладання енциклопедичного словника використано численні публікації з монографій, кандидатських та докторських дисертацій, підручників, фахових статей для поглиблення, розширення і доповнення психологічного змісту основних категорії соціальної психології. Енциклопедичний словник побудовано за алфавітним принципом, у ньому міститься інформація про зміст, етимологію та підходи до тлумачення тих категорій соціальної психології, які визначають її сутнісні ознаки. Значну увагу приділено актуальним поняттям сьогодення: асиміляція, героїзм; гідність, життєстійкість, життєві плани, пропаганда, етнічні стереотипи, екстремальні умови та багато інших, поглиблений аналіз яких допоможе студентам у виборі тем для проведення соціально-психологічних досліджень. Рекомендується для викладачів та студентів закладів вищої освіти.

© Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, 2023

ПЕРЕДМОВА

Енциклопедичний словник з соціальної психології є комплексним довідником з основних понять і термінів соціальної психології, які є важливими для розуміння цієї дисципліни та пов'язаних з нею наук. У соціальній психології існують численні категорії, що описують явища, процеси, стани й інші аспекти індивідуальної та групової поведінки. Енциклопедичний словник допоможе читачеві зрозуміти ці категорії та їхнє застосування у контексті соціальної психології. Кожен термін містить короткий опис та приклади використання, що допоможе читачам більш детально ознайомитися з поняттями та їхніми зв'язками. Наша мета – надати доступну та зрозумілу інформацію для широкої аудиторії, яка цікавиться соціальною психологією. Словник може бути корисним студентам, викладачам, дослідникам та практикам, які працюють у цій галузі, адже тут знайдете необхідну інформацію, щоб більш глибоко зрозуміти соціальну психологію та її стосунок до різних аспектів людського життя у малих та великих соціальних групах. Ми віримо, що книга стане важливим доповненням для кожного, хто бажає зрозуміти соціальну психологію та її роль у сучасному світі. Ми сподіваємося, що вона стане цінним довідником для тих, хто працює у галузі соціальної психології і має бажання поглибити знання, а також заохочуємо читачів вивчати це захопливе поле науки та застосовувати отримані знання для розвитку своєї професійної діяльності.

Висловлюємо подяку всім авторам та науковцям, які працюють у галузі соціальної психології та допомогли нам у створенні цього енциклопедичного словника, наукові доробки яких представлені у списку використаних джерел. Сподіваємося, що наша спільна праця допоможе зрозуміти соціальну психологію і збагатить знання про людську поведінку та міжособистісні взаємини, стане незамінним джерелом знань для всіх, хто цікавиться соціальною психологією, послужить розвитку науки та практики в цій області. Бажаємо вам успіху і досягнення нових вершин у вивченні соціальної психології!

Ірина Гриник, Роман Хавула

А

Авторитарна особистість – це людина, яка схильна до прийняття авторитарних ідей і настанов, має нахил до конформізму, етноцентризму, дискримінації інших людей та обумовлюється стійким комплексом установок особистості, що виправдовують її нетерпимість до всього, що не відповідає її традиційним уявленням. Авторитарна особистість – поняття і концепція Е. Фромма, які описують особистість особливого типу, що є основою тоталітарних режимів. Характерні риси: нетерпимість до свободи; прагнення самоствердження і влади; агресивність; орієнтація на авторитет лідера, групи і держави; стереотипність мислення і конформізм; ненависть до інтелігенції та до людей інших етнічних груп тощо. Розвиваючи цю концепцію, теоретики Франкфуртської школи охарактеризували авторитарну особистість як фашизоїдну (що несе в собі постійну загрозу фашизму). Остаточно це поняття концептуалізується у колективній монографії «Авторитарна особистість» (1950) дослідницької групи Каліфорнійського університету (США), до якої входили Е. Френкель-Брунsvік, Невітт Сенфорд, Д. Левінсон. У монографії всебічно описаний феномен авторитарної особистості; висновки ґрунтуються на результатах проведеного впродовж кількох років емпіричного дослідження. Соціальні психологи вивчають, як формуються авторитарні установки та як вони впливають на міжособистісні взаємодії. Авторитарні особистості можуть виступати як лідери або підтримувати лідерство інших, які відповідають їхній концепції авторитету та контролю. У соціальній психології авторитарна особистість вивчається як важливий фактор у розумінні соціальних конфліктів та характеризує прихильника авторитарної соціальної системи, який шукає покори, субординації і рабського підпорядкування авторитету.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 316; 2. Максименко К.С. Авторитарної особистості теорія. Велика українська енциклопедія: https://vue.gov.ua/Авторитарної_особистості_теорія).

Авторитарність (від лат. *auctoritas* – влада) – соціально-психологічна характеристика особистості, що відображає її прагнення максимально підпорядкувати своєму впливу партнерів у взаємодії та спілкуванні. Пов'язана з такими особистісними рисами, як агресивність, завищені самооцінка і рівень домагань, схильність до наслідування стереотипів, слабка рефлексія та ін. У поведінці зазвичай проявляється як прагнення будь-якими засобами домогтися домінування у групі, зайняти максимально високу позицію в структурі влади. Особливо авторитарність проявляється в автократичному тиску керівника або лідера на підлеглих, в усуненні інших людей від участі у розв'язанні важливих питань. Авторитарний характер – це поняття увів в науковий вжиток Е. Фромм, розробляючи вчення про соціальні характери та досліджуючи причини масового прийняття нацистської ідеології в Німеччині. На його думку, носії «авторитарного характеру» становлять «людську базу» фашизму: вони свідомо чи несвідомо ототожнюють себе із владою, задовольняючи у такий спосіб власні амбіції та переживаючи приналежність до чогось значного. Авторитарний стиль керівництва проявляється у жорсткій одноосібній централізації управлінського процесу, несприйнятті критики, здійсненні керівництва з використанням переважно розпоряджень, наказів, вказівок. Авторитарність спостерігається у зниженні рефлексії – самоаналізу та самоконтролі тренера викладача.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 6; 2. Татенко В.О. Лідер XXI. Lider XXI. Соціально-психологічні студії. Київ, 2004: <https://vme.gov.ua/Авторитарність>; 3. Хиженяк А.А. Психологічна корекція професійних деформацій тренера-викладача : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.01. Київ, 2018. 260 с. С. 211).

Авторитет (від лат. *auctoritas* – влада, вплив) – важливе поняття у соціальній психології, оскільки може мати потужний вплив на окремих людей і групи. Соціальні психологи вивчають природу авторитету, включаючи фактори, які його породжують (наприклад, досвід, соціальні норми або диференціал влади), а також те, як він впливає на соціальну поведінку та стосунки (на-

приклад, слухняність, конформізм або опір). Впливовість індивіда, що залежать від стану, статусу чи посади, яку він займає. У цьому значенні в соціальній психології поняття нерідко співвідноситься з поняттям про владу. Визнання за індивідом права на ухвалення рішення в умовах спільної діяльності. У цьому значенні поняття не завжди збігається з владою: авторитетом може користуватися людина, що не наділена відповідними повноваженнями, але яка є свого роду моральним еталоном і тому має високий ступінь референтності для навколишніх. Авторитет такого індивіда обумовлений його ідеалізацією в очах інших і значимістю його діяльності.

Авторитетність проявляється через ступінь впливу на інших людей, владності над ними, визнання і внутрішню згоди. Думки та вчинки такої особистості мають сильний вплив на навколишніх. Авторитет потребує від людини постійної роботи над собою і аналізу власної життєвої позиції. Їй потрібно позбавлятися від шкідливих звичок, навіть якщо доведеться вийти із зони власного комфорту. За формою він буває більш формальний – характеризується повагою посади; менш формальний – повагою до статусу, а особистий – власне повагою до особистості. Основні види авторитету: індивідуальний, який є залежним від самої особистості; істинний визначається високими моральними якостями. Дії особи з таким видом авторитету повинні відповідати нормам моралі; посадовий можна визначити за допомогою службового становища людини та посади, яку вона займає; моральний – особистісними якостями; професійний – обізнаністю фахівця у галузі його діяльності. Також є інша сторона авторитету. Він може бути не лише істинним, а й уявним, або помилковим. Це може бути авторитет придушення, педантизму, чванства та відстані. Американський психолог, Стенлі Мілгрем, працюючи професором у Єльському університеті, провів унікальне дослідження авторитетності (експеримент Мілгрема). Експеримент відбувся у 1963 році і його метою було визначення впливу авторитету на особистість та того, чи зможуть вони чинити супротив авторитету.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 6–7; 2. Мартиняк О.Р., Періг І.М. Авторитет у психології впливу. Матеріали VII Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів. Тернопіль 28–29 листопада 2018. С. 200: https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/27664/2/VII_AZST_2018v3_Martuniak_O_R-Authority_in_psychology_200-201.pdf).

Агорафобія (від грец. agora – торгова площа та місце народних зборів і phobos – страх) – патологічний страх відкритого простору (площі, вулиці), характеризується страхом перед натовпом, такі люди бояться перебувати без супроводу на відкритій місцевості, у громадських місцях, транспорті. Агорафобія має різноманітні прояви, зазвичай це сильний страх опинитися одному поза домом, особливо в якому-небудь громадському місці. Потрапивши в подібну ситуацію, такий індивід може відчувати панічний, який спричиняє низку вегетативних симптомів: пришвидшене серцебиття, спітніння, тремор, сухість у роті, утруднене дихання, відчуття задухи, біль у грудях, нудоту, слабкість, втрату відчуття матеріальності сприйманих об'єктів, страх божевілля або смерті. Типовими прикладами ситуацій або місць, які створюють страх і тривогу, є стояння у черзі в банку або біля каси супермаркету, сидіння по середині довгого ряду місць в театрі або класі, користування громадським транспортом, наприклад, автобусом або літаком. У деяких людей агорафобія розвивається після нападу паніки в типовій для агорафобії ситуації. Інші в такій ситуації просто почуваються незручно і можуть ніколи не мати панічних атак або мати їх пізніше. Дослідження агорафобії включають аналіз факторів, які призводять до виникнення цього стану, таких як генетичні й навколишні чинники, особистість та травматичні життєві ситуації. Для лікування агорафобії ефективною є когнітивно-поведінкова терапія, що передбачає навчання пацієнтів розпізнавати та контролювати своє викривлене мислення і хибні переконання, а знайомить їх із методами експозиційної терапії.

(1. Крайніков Е.В. Агорафобія. Велика українська енциклопедія: <https://vue.gov.ua/Агорафобія>; 2. <https://www.msmanuals.com/uk-ua/professional/psychiatric-disorders/anxiety-and-stressor-related-disorders/agoraphobia>).

Агресивність (від фр. *agressif* – агресивний) – стійка риса особистості, що проявляється у готовності до агресивної поведінки. Рівні її визначаються як научінням у процесі соціалізації, так і орієнтацією на культурно-соціальні норми, найважливіші з яких – норми соціальної відповідальності та норми відплати за акти агресії. Важлива роль належить і таким ситуативним змінним: тлумаченню намірів навколишніх, можливості одержання зворотного зв'язку, провокативному впливу зброї та ін. Агресивність – одна з природжених установок, що корениться у садистичній фазі лібідо. Виражається у прагненні до наступальних або насильницьких дій, спрямованих на нанесення ушкоджень або на знищення об'єкта наступу. Агресивна поведінка – специфічна форма дій людини, що характеризується демонстрацією переваги в силі або застосуванням сили стосовно іншої особи або групи осіб, яким суб'єкт прагне завдати шкоди. Може варіюватися за ступенем інтенсивності й формою прояву: від демонстрації ворожості та недоброчливості – до словесних образ (агресія вербальна) і до застосування грубої сили (агресія фізична). У соціально-психологічному плані значимим є підсумовування агресивної поведінки окремих особистостей, перетворення міжособистісної агресії на міжгрупову в рамках так званих масовидних явищ. У зарубіжній психології, психоаналіз вбачає у агресивній поведінці прояв комплексу Едіпа, результат пригнічення інстинктивних прагнень лібідо в ранньому дитинстві. Необіхевіоризм вважає агресивну поведінку наслідком фрустрацій, яких особистість зазнає у процесі соціального научіння; інтеракціонізм – наслідком об'єктивного конфлікту інтересів, несумісності цілей окремих особистостей і соціальних груп; когнітивізм – результатом дисонансів і невідповідностей у пізнавальній сфері суб'єкта.

(1. Шагар В.Б. *Сучасний тлумачний психологічний словник*. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 8; 2. Мелетенко І. *Агресивна поведінка та причини її виникнення у дітей старшого дошкільного віку: збірник наукових праць*. 2016. Вип. VI. С. 77).

Агресія (від лат. *aggressio* – напад) – зумовлена переживанням фрустрації ворожа поведінка стосовно іншої особи або групи осіб та може мати шкідливі наслідки для окремих людей і суспільства. Агресія може бути мотивована страхом чи фрустрацією, бажанням викликати страх, прагненням просунути власні ідеї, задовольнити свої інтереси (інструментальна агресія), або бажанням захистити інших (альтруїстична агресія). Деякі психологи розглядають агресію як будь-яку відповідь на фрустрацію, коли індивіду не вдається досягти своїх цілей. При цьому агресію може бути зміщеною на іншу особу або об'єкт, які ніяк не відповідають за фактори, що спочатку викликали агресивну поведінку. Агресія буває спрямована індивідом на себе, набуваючи форми аутоагресії, наприклад, самоприпинення, самозвинувачення, аж до суїцидальної поведінки. Агресивні дії можуть бути як антисоціального, так і просоціального характеру, що залежить від того, чи вони є порушенням суспільних норм або, навпаки, викликані прагненням захистити ці норми (наприклад, знищення терориста, який захопив заручників або знищенням окупантів). Агресія, за З. Фройдом, – усвідомлений прояв або проєкція інстинкту смерті (або Танатоса); Агресія, за Альфредом Адлером, – прояв прагнення влади над іншими людьми. Агресія, за Генрі Мюрреєм, – потреба напасти на іншого або завдати йому шкоди, применшити його переваги, навмисно звинуватити або суворо покарати. Відповідно до теорії соціального навчання агресивні акти розглядаються як відповіді індивіда, засвоєні в результаті спостереження та імітації поведінки інших людей, включаючи подальше підкріплення цієї поведінки. Основні форми – агресія реактивна, агресія ворожа, агресія інструментальна й аутоагресія. Форми агресії, що розвиваються у таких масових соціальних явищах, як терор, геноцид, расові, релігійні та ідеологічні зіткнення, зазвичай супроводжуються процесами психічного зараження і взаємної індукції, стереотипізацією уявлень у створюваному «образі ворога». Готовність до агресивної поведінки розглядається як стійка риса особистості – агресивність. Соціальні психологи вивчають різні фактори, що сприяють агресії, включаючи біологічні,

психологічні, соціальні та ситуаційні фактори. Вони також досліджують, як агресію можна зменшити або запобігти за допомогою тренування соціальних навичок або управління гнівом.

(Крайніков Е.В. Агресія: <https://vue.gov.ua/Агресія>).

Адаптація (від лат. adaptatio – пристосування, adaptare – пристосовувати) – структурні або функціональні зміни, що виявляються організмом для того, щоб успішно взаємодіяти з навколишнім середовищем. Адаптація соціальна – процес і результат активного пристосування індивіда або соціальної групи до вимог та очікувань учасників нової або зміненої соціальної системи. Суб'єктом адаптації соціальної може бути індивід чи соціальна група. Індивід, проходячи соціальну адаптацію, соціалізується, інкультурується; проходить адаптацію трудову; узгоджує самооцінки та зовнішні оцінки, власні бажання й очікування з реальними можливостями й умовами соціального середовища. Соціальна спільнота в ході адаптації соціальної гармонізує свої соціальні відносини, проходить процедури інституціоналізації. Унаслідок адаптації соціальної індивід чи група набувають здатності осмислено орієнтуватися у ситуаціях, вдаватися до адекватних моделей поведінки, обирати ресурси для реалізації своїх потреб і домагань. Основні ознаки адаптації соціальної: активне, творче долучення індивіда до суспільних процесів, готовність до взаємодії; пристосування до міжособистісних стосунків, властивих середовищам, до яких він належить, екологічного та культурного оточення тощо. Я. Щепанський описує такі стадії соціальної адаптації: а) психологічна переорієнтація на основі цілеспрямованого конформізму; б) стадія взаємної терпимості; в) акомодация; г) асиміляція.

(Щудло С.А., Волович В.І. Адаптація соціальна. Велика українська енциклопедія: https://vue.gov.ua/Адаптація_соціальна).

Адаптивність – це така властивість особистості, яка має важливе значення для адаптації особистості до діяльності та професійної життєстійкості в кризових умовах. Як стійка властивість особистості, адаптивність є внутрішнім підґрунтям спроможності

до пристосування в будь-яких умовах життєдіяльності та готовності до взаємодії із середовищем. Виокремлюють такі компоненти адаптивності особистості: розуміння смислу майбутніх подій; постійно оновлювані адекватні уявлення про майбутні зміни в особистому та суспільному житті; адекватна оцінка власних актуальних і потенційних можливостей; готовність здійснювати внутрішні та зовнішні дії для адаптації до змін; переживання індивідуальних змін і стресових ситуацій як тимчасових або необхідних для досягнення мети труднощів; ставлення до адаптації як до діяльності, необхідної для отримання певних результатів; відповідальність за свої можливі дії; відкритість, гнучкість і терпимість до нового; комунікативна компетентність.

(Кордунова Н., Мудрак І., Дмитріюк Н. Особливості життєстійкості та адаптивності студентів у кризових ситуаціях. Наукові видання Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Психологічні перспективи. 2021. № 38. С. 101, 105).

Адитивне завдання (від лат. *additio* – додаток) – таке завдання, в якій групова продуктивність є сумою зусиль кожного з її членів. Наприклад, коли кілька людей разом штовхають автомобіль із вибоїни на дорозі, то це групове зусилля є сумою зусиль, що додаються кожним окремим індивідом. Успіх виконання адитивного завдання залежить від того, наскільки члени групи можуть ефективно координувати свої зусилля. Зазвичай адитивні завдання передбачають розв’язання складних завдань або проблем, які можуть бути розв’язані тільки спільними зусиллями декількох людей. Учасники дослідження працюють у групах, де кожен учасник має розв’язати окрему частину проблеми, яка має бути об’єднана з іншими частинами, щоб досягти загальної мети. Наприклад, групі може бути запропоновано завдання скласти пазл, де кожен учасник отримує лише декілька фрагментів і повинен працювати разом з іншими учасниками, щоб дійти до кінцевого результату. Адитивні завдання можуть допомогти вивчити, як люди працюють разом, як вони взаємодіють, як розв’язують проблеми та як сприймають інших учасників групи. Це може допомогти у підвищенні ефективності роботи

в групах та розвитку комунікативних навичок. Втрати групової продуктивності у процесі розв'язання адитивних задач можна пояснити: - по-перше, мотиваційними втратами – схильністю перекладати роботу на інших, коли внесок кожного не вимірюється окремо, а процес створення групового продукту дає змогу кожному частково ухилитися від здійснення власного внеску; - по-друге, координаційними втратами: так, при перетягуванні канату члени групи можуть докладати зусилля не одночасно або тягнути трохи в різних напрямках. Уточнена апроксимація групової продуктивності під час розв'язання адитивних задач має виглядати так: $\text{групова продуктивність} = \text{потенційна продуктивність} - \text{мотиваційні втрати} - \text{координаційні втрати}$.

(Слюсаревський М.М., Донченко М.М., Титаренко Т.М. Основи соціальної психології : навчальний посібник. Київ : Міленіум, 2008. 536 с. С. 368–369).

Адикція (від лат. *addictus* – сліпо відданий; той, що потрапив у рабську залежність) – непереборний (компульсивний) потяг до вживання певної природної або штучної речовини (нікотин, алкоголь, наркотики та ін.), що супроводжується тенденцією до збільшення доз, підвищенням толерантності та формуванням синдрому відміни; нав'язливе бажання виконувати певну діяльність. Формує так звану адиктивну поведінку – поведінку, зумовлену бажанням людини «втекти» від реального життя шляхом зміни стану своєї свідомості. Проблема адикції (патологічної залежності) починається тоді, коли прагнення відходу від реальності, пов'язане із зміною психічного стану, починає домінувати в свідомості, стаючи центральною ідеєю, що вривається у життя та доводить до відриву від реальності. Відбувається процес, під час якого людина не лише не розв'язує важливі для себе проблеми (побутові, соціальні), але і зупиняється в особистісному розвитку.

(Коцюба Г. Особливості соціальної адаптації в осіб з нехімічними формами залежності. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Психологія». 2016. Вип. 1 (4). С. 66).

Ажитація (від фр. agitation – сильне хвилювання, збуджений стан) – одна з афективних реакцій людини. Виявляється у формі крайнього занепокоєння, відсутності цілеспрямованості у діях. Ажитація може сприйматися як розгубленість та розглядається як стан у межах психологічної норми. Ажитація – це стан психічної активності, який може виникати в індивіда або групи людей, коли вони переживають емоційне збудження та готові діяти, зокрема, відстоювати свої погляди або діяти в інтересах своєї групи. У соціальній психології термін «ажитація» використовується для опису психологічного стану людей, які перебувають під впливом емоційно заряджених подій або ситуацій, таких як політичні рухи, соціальні протести, страйки, конфлікти тощо. Ці події можуть спричинити в людей ажитацію, тобто сильне емоційне збудження, що може призвести до підвищеної активності, в тому числі до вчинення дій, які люди можуть не здійснити у звичайних умовах. У соціальній психології ажитацію часто розглядають як чинник, що сприяє масовим поведінковим змінам та формуванню соціальних рухів. Дослідження в цій області можуть допомогти розуміти, як і за яких умов виникає ажитація, які її наслідки та як з нею можна ефективно працювати.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 8).

Акме (від грец. акме – розцвіт, вищий ступінь чого-небудь) – вершина розвитку, момент найбільшого розквіту людської особистості. Термін «акме» в соціальній психології використовується для опису піку, або найвищої точки розвитку, досягнень або успіху в житті людини, ним описують момент, коли людина досягає максимального потенціалу та найбільшого рівня компетентності в конкретній діяльності. «Акме» розглядається як важливий фактор у формуванні самооцінки, мотивації та успіху людини в житті. Поняття «акме» пов'язане з ідеєю, що людина може досягти найбільшого успіху в тому, що відповідає її здібностям та інтересам. Людина може мати кілька етапів акме в різних сферах життя, наприклад, у кар'єрі, освіті, спорті, мистецтві тощо. В соціальній психології

поняття «акме» використовується для опису розвитку та досягнень людини впродовж життя, а також для аналізу впливу факторів, що сприяють або заважають досягненню максимального потенціалу. Наприклад, соціальний статус, економічна ситуація, культурні норми й стереотипи можуть впливати на можливість досягнення акме в різних сферах життя. Дослідження у галузі соціальної психології показують, що досягнення акме може залежати від різних факторів, таких як особистісні характеристики, можливості, зовнішні обставини та підтримка соціального оточення. Наприклад, люди, які мають високу самооцінку та віру в свої можливості, більш схильні до досягнення акме. Також важливими факторами є наявність підтримки соціального середовища, можливість отримання якісної освіти та тренування у відповідній сфері діяльності. У соціальній психології також досліджують, які наслідки може мати досягнення акме на особистість людини та її соціальне середовище. Для прикладу, може виникати почуття задоволення та досягнення успіху, як також стрес та невпевненість у власних можливостях після досягнення максимального рівня розвитку в певній сфері. Також можуть виникати проблеми з мотивацією та пошуком нових цілей і завдань після досягнення акме. Отже, поняття акме допомагає описати розвиток та досягнення людини у різних сферах життя. Дослідження цього поняття допомагають зрозуміти, які фактори сприяють або заважають досягненню максимального потенціалу, а також які можуть бути наслідки досягнення акме для особистості та її соціального середовища. Психологічний підхід до зрілості виходить з аналізу рівня розвитку певних властивостей і ступеня їх інтеграції. До таких властивостей належать: сформований соціальний інтерес, відповідальність, самодостатність, орієнтація на постійний розвиток, сформовані ідейні відносини. Перераховані та інші властивості структуруються у три сфери зрілості: зрілість розуму, почуттів і вчинків. • Зрілість розуму включає вищий розвиток пізнавальних здібностей людини, що дають їй змогу об'єктивно відображати себе та інших. • Зрілість почуттів висловлює вміння на стан інших людей. • Зрілість вчинків пов'язана з орієнтацією в своїх

діях на вищі моральні принципи. • Інтегрувальним фактором постає система ідейних відносин особистості, або її індивідуальний ідеал, який виробляється у ході ідентифікації, самокатегоризації та рефлексії. • Важлива властивість, яка характеризує зрілу особистість, – це її гармонійність або стійкість щодо різних впливів. Ця властивість відображає вірність індивідуальному ідеалу.

(Фундаментальна акмеологія – наука XXI століття : монографія / редкол. В.О. Огнев'юк, В.М. Гладкова, Я.С. Фруктова. Київ : Інтерсервіс, 2019. 206 с. С. 62).

Акомодація (від лат. *accomodatio* – пристосування) – процес, під час якого комуніканти несвідомо змінюють мовну поведінку (акцент, темп мовлення, лексикон, навіть вибір мови в ситуації мультилінгвізму) для того, щоб наблизити її до мовної поведінки інших учасників комунікації. Відповідно до теорії Ж. Піаже це пристосування дитиною своїх схем розуміння світу до об'єктів, що розглядаються, людей або подій та є одним із ключових процесів, який допомагає дитині адаптуватися до нових ситуацій та отримувати нові знання і є одним із двох взаємодоповнювальних процесів, що лежать в основі когнітивного розвитку. У теорії Піаже акомодація є процесом, за яким дитина змінює свої знання або схеми, щоб краще відповідати новим інформаційним потребам. Якщо інформація, яку отримує дитина, не підходить до уже наявних знань або схем, то вона буде змушена змінити свої знання, щоб краще зрозуміти нову інформацію. Цей процес може бути викликаний змінами в навколишньому середовищі, новим досвідом або взаємодією з іншими людьми. Наприклад, якщо дитина вперше зустрічається з новим предметом, що не підходить до надбаних знань про предмети, то вона може спробувати змінити свої знання, щоб краще зрозуміти цей предмет. Дитина може спостерігати, досліджувати, робити помилки та намагатися знайти нові способи розуміння цього предмета. У теорії Піаже акомодація тісно пов'язана з іншим поняттям – асиміляцією, що описує процес включення нової інформації до наявних знань та схем. Сукупно ці процеси допомагають дитині розвивати свій розум і здатність адаптуватися до нових ситуацій та

викликів. У соціальній психології акомодация є важливим поняттям, яке описує, як люди змінюють свої погляди та поведінку відповідно до змін у соціальному середовищі. Наприклад, якщо індивід зустрічає людину з новими ідеями або переконаннями, які відрізняються від його власних, то акомодация може привести до зміни його переконань або поглядів, щоб краще зрозуміти нову інформацію. Акомодация може відбуватися як на індивідуальному рівні, так і на груповому. Наприклад, колектив може акомодувати свої погляди або поведінку, щоб краще відповідати новим умовам або потребам. Вивчення процесу акомодации у соціальній психології може допомогти зрозуміти, як люди змінюють свої погляди та поведінку, які фактори впливають на цей процес, і як можна сприяти більш успішній акомодации в соціальних взаєминах.

(Тур О.М. Теоретичні і методичні засади формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності в процесі професійної підготовки. Додатки до докторської дисертації. 13.00.04. Харків, 2019. 92 с. С. 5).

Акселерація (від лат. *acceleratio* – прискорення) – прискорений індивідуальний розвиток людини. Причини акселерації поки не встановлені, є кілька гіпотез (поліпшення харчування – нутритивна теорія, нейрогенна гіпотеза, ендокринна гіпотеза та ін.). Акселерація зумовлена дією низки біобіологічних і соціальних факторів. Поняття акселерація у соціальній психології використовується для опису тенденції до швидкого та неперервного зростання рівня життя, технологічного прогресу, зміни соціальних та культурних норм, які можуть впливати на людей і їхні взаємини, а також опису впливу швидкості змін на життя людей та їхніх соціальних взаємин. Наприклад, зміна технологічних нововведень, які можуть змінювати спосіб життя та спілкування людей, може впливати на їхні соціальні відносини та спричиняти стресові ситуації. Акселерація також може впливати на індивідуальну психологію, зокрема на відчуття часу та його сприйняття, ставлення до успіху та досягнень. Також у соціальній психології термін «акселерація» використовується для опису зростання частоти подій, які раніше були винят-

ком, а тепер стають нормою. Наприклад, ми можемо спостерігати швидке збільшення кількості новин, подій та інформації, що потрібно опрацьовувати, що може викликати втому і перенавантаження.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 9–10).

Аксіальна комунікація (лат. axis – вісь) – спрямовує свої сигнали на окремого одержувача інформації, тобто на окрему особу чи групу людей та характеризується тісним зворотним зв'язком, точним адресатом (міжособистісні комунікації, комунікації у родині, між друзями). Особливості аксіальної комунікації здебільшого застосовуються у ситуаціях безпосереднього міжособистісного спілкування, а масове спілкування використовує моделі ретиальної комунікації. Ретиальна (від лат. – rete – мережа) – має своїм адресатом багатьох реципієнтів, великі соціальні групи, які розосереджені у просторі й у більшості випадків є анонімними для комунікатора. Аксіальна комунікація може мати важливе значення в емоційному спілкуванні, оскільки допомагає передати почуття та настрої. Вона також може використовуватися у різних соціальних ситуаціях, таких як переговори, взаємодія зі співробітниками та знайомство з новими людьми. Дослідження аксіальної комунікації допомагає краще зрозуміти роль невербальних сигналів у спілкуванні та взаємодії між людьми. Аксіальна комунікація сприяє розвитку довіри, співпраці й ефективності взаємодії між людьми. Основними складовими аксіальної комунікації є передача інформації, взаємодія між учасниками та взаємна підтримка. У рамках аксіальної комунікації використовуються різні інструменти та методи, такі як збір інформації, презентації, ретельне планування, оцінка та контроль виконання завдань. Усі ці методи дають змогу ефективно координувати дії учасників та досягати спільних цілей. Одним з ключових аспектів аксіальної комунікації є роль керівників та лідерів у групі, оскільки вони здатні ефективно організовувати та координувати дії учасників, урегульовувати конфлікти і стимулювати співпрацю.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. І. Франка, 2015. 104 с. С. 70).

Активация (від лат. *activus* – діяльний) – збудження або підвищення активності, підготовка до дії. У соціальній психології поняття «активация» використовується для опису стану активності людини, який включає фізичну, емоційну та пізнавальну активність і відображає стан готовності до дії. Активация може бути залежною від зовнішніх факторів, таких як стимули, що приходять з навколишнього середовища, а також внутрішніх факторів, таких як особистісні риси та настрої. Фізична активация пов'язана зі збудженням м'язів та іншими фізичними процесами, які можуть відбуватися у відповідь на стимули. Наприклад, збільшення пульсу та дихання, зміна тону м'язів, підвищення рівня гормонів стресу та ін. *Емоційна активация* відображає стан емоційної готовності до дії, який може бути викликаний зовнішніми подразниками або внутрішніми процесами, які пов'язані з емоціями. Емоційна активация може виникати у відповідь на страх, гнів, радість тощо. *Пізнавальна активация* включає процеси, пов'язані зі сприйняттям та обробкою інформації, які можуть викликати підвищену увагу та концентрацію (виконання складних завдань, навчання нового матеріалу, аналіз інформації тощо). Активация може мати різні рівні: бути низькою, коли людина перебуває у стані розслабленості та спокою (одна з причин нудьги), або високою, коли людина перебуває у стані підвищеної готовності до дії. Рівень активации може бути впливати на поведінку та дії людини, а також на її емоційний і фізичний стан.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 10).

Активність – це поняття у соціальній психології відображає міру фізичної та психологічної діяльності людини в соціальних ситуаціях, є складовою успішної соціальної взаємодії та важливим елементом розвитку особистості. Рівень активності може впливати на мотивацію, інтерес та інші аспекти психіки людини, а також на її

соціальну ідентичність і зв'язки з іншими людьми. Також активність може бути важливою у формуванні соціальної ідентичності людини, оскільки діяльність може впливати на її сприйняття себе та своєї ролі у соціальному оточенні. Наприклад, активна участь у групових заходах може сприяти розвитку соціальної ідентичності та зміцненню зв'язків з іншими людьми. Активність визначається як готовність та здатність людини до самовизначення і реалізації своїх цілей у соціальному середовищі. Це включає в себе ініціативність, творчість, відповідальність, самоконтроль та інші психологічні фактори, які визначають поведінку людини. Активність може бути результатом як внутрішніх, так і зовнішніх чинників, таких як особистісні характеристики, мотивація, соціальні норми, наявність ресурсів, ступінь вимогливості до себе та ін. Від рівня активності людини залежать її поведінка та успішність у досягненні поставлених цілей. Люди з високим рівнем активності здатні виявляти ініціативу та здійснювати дії, що сприяють поліпшенню ситуації. Вони можуть стати лідерами у групах та командах, спонукати інших до дії, впливати на розвиток соціальної ситуації.

(© Хавула Р.М., Гриник І.Я.).

Актуалізація – це процес активізації певних інформаційних структур у пам'яті людини, який відбувається при сприйнятті та опрацюванні нової інформації. У соціальній психології актуалізація вивчається як механізм формування і зміни стереотипів, уявлень, схем та інших когнітивних структур, пов'язаних зі сприйняттям і розумінням соціальної дійсності. Наприклад, актуалізація стереотипів може призвести до сприйняття індивідів або груп згідно з певними узагальнювальними характеристиками, що можуть бути неправдивими або зменшувати індивідуальні відмінності між людьми. Одним із напрямів досліджень актуалізації в соціальній психології є дослідження впливу контексту на сприйняття та інтерпретацію соціальних ситуацій. Наприклад, одна й та сама поведінка може сприйматися як дружелюбна чи агресивна залежно від того, хто її виявляє та в якому контексті. Актуалізація може

також впливати на процес прийняття рішень, особливо в умовах невизначеності або складних соціальних ситуацій. Крім того, актуалізація вивчається у контексті емоційного сприйняття та реакції. Наприклад, позитивні емоції можуть підвищувати актуалізацію позитивно налаштованих знань та сприйняття соціальних ситуацій, натомість негативні – зменшувати актуалізацію позитивно налаштованих знань та сприйняття соціальних ситуацій. Також важливо зазначити, що актуалізація може бути сильною або слабкою, залежно від того, наскільки відповідна інформація важлива для особистості в даний момент. Так, важлива інформація про здоров'я може бути більш актуальною, коли людина стикається з певною хворобою, ніж коли вона є здоровою.

(© Хавула Р.М., Гриник І.Я.).

Акультурація (від англ. acculturation, лат. cultura – освіта, розвиток) – процес, у ході якого дитина постійно набуває поведінкових зразків, характерних для відповідної культури, зокрема для субкультури цієї групи. Акультурація розглядається як процес соціально-психологічної адаптації внутрішньо переміщених осіб у місцях переселення, де культуру визначено як складний багаторівневий феномен, що виявляється на всіх рівнях від особистості до соціокультурних особливостей приймаючого суспільства, в результаті чого відбувається засвоєння соціальних елементів будь-якої чужої культури. Процес акультурації може мати різні форми та ступені інтеграції. Наприклад, людина може приймати лише деякі аспекти іншої культури, які вона вважає корисними або привабливими, тоді як інші залишаються неприйнятними. Інший варіант – повна адаптація до іншої культури, коли людина повністю відмовляється від своїх попередніх культурних цінностей та норм, і прагне відповідати новим культурним вимогам. Акультурація може бути пов'язана з численними факторами, такими як міграція, глобалізація, міжкультурні шлюби, подорожі та інше. У процесі акультурації людина може зіткнутися зі складнощами та конфліктами, пов'язаними з різницею у культурних цінностях, нормах і пере-

конаннях, але також може здобути новий досвід та збагатити свій культурний багаж. На відміну від асиміляції, акультурація не призводить до повної втрати особливостей власної культури. У соціальній психології, акультурація є важливою темою дослідження, яка допомагає краще зрозуміти, як люди з різних культур сприймають один одного та як взаємодіють у різних соціальних контекстах. І.В. Данилюк та А.О. Курапов провівши емпіричне дослідження, встановили, що у процесі акультурації в індивіда відбувається достатньо велика кількість змін у показниках психологічних параметрів, тому її можна розглядати механізмом мультикультурної соціалізації. На відміну від інкультурації, яка відбувається на рівні індивіда, акультурація відбувається на рівні соціальних груп (носіїв етнічних або національних культур) і здатна привести як до збагачення, так і до зникнення (асиміляції) культури-реципієнта. У світлі політики мультикультуралізму термін «аккультурація» почав використовуватись як синонім до процесів, орієнтованих на адаптацію мігрантів в інокультурному (передусім західноєвропейському та північноамериканському) середовищі. Таке трактування звужує початкове значення акультурації як взаємовпливу культур, зводячи її лише до односпрямованого процесу адаптації. О.Є. Блинова доводить, що найбільш вдалою стратегією та водночас метою соціально-психологічної адаптації вимушених мігрантів є інтеграція, під якою розуміється такий принцип сумісності, коли різні групи зберігають культурні індивідуальності, хоча водночас поєднуються в єдине суспільство на інших, більш значущих засадах. У психологічному плані – це найбільш позитивний вид культурної взаємодії, в якому члени культурних груп повністю долають труднощі прийняття іншого способу життя, іншої картини світу і навіть знаходять позитивні моменти у такому співіснуванні.

(1. Данилюк І.В., Курапов А.О. «Культурна соціалізація»: акультурація як механізм мультикультурної соціалізації. Актуальні проблеми психології. Т. 1, Вип. 48, 2018. С. 46–52. С. 51; 2. Пархоменко Т.С. Акультурація. Велика українська енциклопедія: <https://vne.gov.ua/Акультурація>; 3. Блинова О.Є. Соціально-психологічна адаптація вимушених мігрантів: підходи і проблеми вивчення феномена акультурації. Науковий вісник Херсонського державного

Альтруїзм (від лат. alter – інший) – поведінка людини не пов'язана із власними егоїстичними інтересами, заснована на цінності безкорисливої праці та допомоги іншим без урахування особистих потреб. Справжній, автентичний альтруїзм не має свідків, не пов'язаний з винагородами, вдячністю. За теорією соціального наuczіння, індивід у ході соціалізації засвоює альтруїстичну поведінку шляхом спостереження за іншими та моделювання їх поведінки. Деякі психологи вважають, що альтруїзм обумовлений особистісними рисами, а альтруїстична поведінка в одних людей проявляється більшою мірою, ніж у інших. Ефективнішим є навчання альтруїзму без залучення засобів зовнішньої стимуляції: заохочення і покарання, адже такі вчинки не підлягають матеріальним вимірам, їх здійснюють за велінням серця, совісті, честі. Найчастіше надають допомогу іншим люди емоційні, а також здатні до самостійного життєвого вибору. Знання умов, які сприяють альтруїстичній поведінці, причин, що гальмують вияви альтруїзму, допомагають людям стати уважнішими до оточення. Соціальні психологи вивчають фактори, що впливають на альтруїстичну поведінку, включаючи соціальні норми, емпатію, моральність, соціальну ідентифікацію та духовність. Вони також досліджують зв'язок між альтруїзмом та іншими видами соціальної поведінки, такими як допомога, співпраця та просоціальна поведінка. У дисертаційному дослідженні І.І. Стецько визначено критерії і показники вихованості альтруїзму у старшокласників: *гносеологічний* – знання базових понять; поінформованість про сутність альтруїстичних взаємин; готовність до самостійного визначення змісту цих понять та їхніх ознак; обізнаність із традиціями виховання альтруїзму; розуміння сучасних особливостей проявів альтруїзму; *суб'єктивно-особистісний* – емоційно-оцінювальне ставлення до моральних норм; альтруїстична спрямованість мотивів; готовність до доброчинності, безкорисливої діяльності; переконаність у суспільній значущості виховання альтруїзму; *процесуально-діяльнісний* – робота над власним моральним

зростанням; прояв безкорисливої допомоги заради інших; уміння успішно взаємодіяти і співпрацювати з іншими людьми на засадах гуманізму; уміння у вчинках керуватися моральними якостями, що є складовими альтруїзму. Вченою виявлено високий, достатній, середній і низький рівні вихованості альтруїзму у старшокласників. (Стецько І.І. *Виховання альтруїзму у старшокласників : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Київ, 2011. 19 с. С. 13*).

Амбівалентність (лат. *ambo* – обидва і *valentia* – сила) означає взаємовиключне сполучення позитивного й негативного до одного об'єкта зовнішнього чи внутрішнього світу, що супроводжується виявом протистояння різної інтенсивності. Проблема амбівалентності вивчається переважно у зарубіжній психології. Умовно ці дослідження можна поділити на три напрями. *Перший* напрям зосереджує увагу на психодинамічних аспектах амбівалентності (З. Фройд). У психоаналітичних концепціях розвитку розкривалася її роль у формуванні особистості в ранньому дитинстві (К. Абрахам, Д. Віннікотт, М. Клейн та ін.). Амбівалентність в теоріях неофройдистів розглядалася як невід'ємне психологічне явище в структурі особистості (А. Адлер, К. Хорні, К. Юнг). Представники егопсихології вивчали амбівалентність у широкому соціокультурному контексті як специфічну особливість взаємодії з реальністю (Е. Еріксон, Е. Фромм). *Другий* – когнітивний напрям презентований дослідженнями амбівалентності як виду психологічного конфлікту в теорії поля К. Левіна, при прийнятті рішення у межах теорії соціального наочіння (М. Кругман, Дж. Роттер та ін.). Амбівалентність атитюдів висвітлювалася як результат позитивної і негативної інформації (Р. Брьомер, К. Джонас, М. Дьель). Представники *третього*, гуманістичного напрямку розглядали проблеми активності особистості, її прагнення до самоактуалізації, конгруентності (А. Маслоу, Ф. Перлз, К. Роджерс); позитивної спрямованості (Н. Пезешкіан, М. Селігман); психотерапевтичного виміру (В. Міллер, С. Ролнік, Е. Філдс та ін.); екзистенціальної психотерапії (Р. Мей, В. Франкл); переживання феномена внутрішньої амбівалентності (Н. Вестерман, С. Хартер та ін.). Українські вчені

вивчають амбівалентність як властивість соціальних установок (Т.Н. Лук'яненко, А.Е. Хурчак, І.М. Шастко та ін.), її вияви у кризовій свідомості (Н.М. Ануфрієва, Є.І. Головаха, Н.В. Паніна та ін.) та психологію розвитку особистісної амбівалентності в юнацькому віці.

(Зелінська Т.М. Психологія особистісної амбівалентності в юнацькому віці : автореф. дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2014. 44 с. С. 1–2).

Анкета (від фр. *enquete* – список питань) – методичний засіб для одержання первинної соціологічної і соціально-психологічної інформації на основі вербальної комунікації як вид опитування передбачає збір первинної інформації за задалегідь визначеними запитаннями. У соціально-психологічних та соціологічних дослідженнях анкета становить перелік питань (зазвичай із можливими варіантами відповіді), складених відповідно до дослідницької програми. На першій сторінці анкети вказується організація, яка проводить опитування. Далі йде звернення до респондента. При цьому називаються цілі дослідження, пояснюється, чому бажано отримати відповіді від опитуваного (можна, наприклад, підкреслити суспільне значення проблеми, що вивчається). Деколи необхідно дати деяке роз'яснення того, як заповнювати анкети (тут можливі приклади). Важливо також завірити опитуваного в анонімності отриманої від нього інформації. Наприкінці анкети завжди висловлюється подяка опитуваному. При розробці анкети дослідники найчастіше включають до неї закриті питання. Відкриті питання використовують порівняно рідко, вони складаються з питань, на які потрібно відповісти самостійно. Переваги: відповіді на запитання є нерегламентованими, що сприяє з'ясуванню широкого спектра думок опитуваних з певних проблем. Недоліки анкети: висока ймовірність суб'єктивної, довільної інтерпретації опитуваними поставленого запитання часто призводить до неможливості зіставлення підсумкових даних; аналіз отриманих відповідей є трудомісткою процедурою.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 22).

Анкетування – різновид заочного опитування у соціально-психологічних та соціологічних дослідженнях, є одним з методів збору даних у соціальній психології, який полягає у заповненні спеціально розробленої анкети (опитувальника) респондентами з метою отримання даних про їх думки, переконання, емоції, поведінку та інші аспекти соціального життя. Одним із перших використав анкетування у психологічному дослідженні англійський психолог і антрополог Ф. Гальтон з метою вивчення розумових якостей та умов розвитку вчених. До анкетування найбільш доцільно вдаватися у тих випадках, коли необхідно: а) опитати велику кількість людей (від сотень до кількох тисяч) у порівняно невеликий термін, особливо в тих випадках, коли вони розселені на широкій території); б) з'ясувати думки людей щодо гострих дискусійних чи інтимних питань. Існує кілька способів проведення анкетування : 1) розсилання анкет поштою; 2) поширення анкет, надрукованих у газетах, журналах, соціальних мережах; 3) вручення анкет опитуваним за місцем їх роботи чи проживання. Анкетування може бути як кількісним, коли дані кількісно аналізуються і представляються у числовому вигляді, так і якісним, коли дані інтерпретуються у формі текстових описів. Перевагами анкетування є його широка застосовність, можливість отримання даних від великої кількості респондентів, зручність і простота у зборі й обробці даних. Однак анкетування може також мати деякі недоліки, наприклад, можливість відповідей на запитання, які не відображають дійсних переконань респондентів, відсутність можливості задавати детальні запитання або отримувати уточнення від респондентів, залежність надійності та достовірності інформації від репрезентативності вибірки.

(Туленков М.В., Яковенко Ю.І. Анкетування. Велика українська енциклопедія : <https://vue.gov.ua/Анкетування>).

Аномалія (від грец. *anomalía* – відхилення) – зафіксоване відхилення від соціальних норм, від вікових закономірностей розвитку, що виникає внаслідок органічних і функціональних порушень, а також – під впливом факторів зовнішнього середовища. Аномальна

поведінка може бути як позитивною, так і негативною, але в будь-якому випадку вона відрізняється від того, що розглядається як соціально прийнятна і нормальна поведінка в конкретній культурі. Аномалії можуть бути пов'язані з різними аспектами життя, такими як релігія, етика, політика, моральність, здоров'я та інші. У соціальній психології вивчають як індивідуальні, так і групові аномалії, а також способи, якими суспільство реагує на ці аномалії та які наслідки вони можуть мати для суспільства та індивідуумів. Зазвичай поява аномалії у поведінці знаменує перехід від стійкого стану до нестійкого, кризового стану у розвитку; водночас наявність аномалії свідчить (як симптом) про процес пошуку правильного рішення, знаходження якого є завершенням кризового етапу в розвитку, перехід у новий стабільний стан сприяє зникненню аномалії.

(Кобильченко В.В. «Норма» і «аномалія», «онтогенез» і «дизонтогенез»: аналіз дефініцій. Освіта осіб з особливими потребами: шляхи розбудови : зб. наук. праць. 2015. Вип. 8. Київ : ТОВ «Поліграф плюс». С. 59–67. С. 64).

Антикультура – система цінностей, життєвих уявлень, зразків поведінки, норм, а також сукупність способів і прийомів людської діяльності, яка суперечить загальноприйнятій (масовій) культурі суспільства. Антикультура в соціальній психології – це термін, що використовується для опису груп, які відмовляються від чи бунтують проти головних культурних норм та цінностей. Ці групи можуть включати підлітків, хіпі, панків, готів, рокерів та інших. Антикультура може бути викликом традиційним культурним стандартам, але може також відображати бажання групи створити власну унікальну ідентичність. У соціальній психології досліджується взаємозв'язок між антикультурою та соціальними нормами, а також її вплив на поведінку і ставлення інших людей. Проявом антикультури спілкування є порушення норм мовленнєвого етикету. Найбрутальнішим із них є вживання інвективної (лат. *investiva (oratio)* – лайлива (промова)) лексики – образливих слів, лихослів'я, лайки. Це вербальний або невербальний (непристойні жести, пози) замітник фізичної агресії, своєрідний емоційний розряд, до якого люди

вдаються під час сильного психологічного напруження. Дослідження показують, що антикультури можуть викликати контркультури, що, зі свого боку, може привести до зміни соціальних норм та цінностей. Іноді антикультура може бути деструктивною для індивідів та суспільства загалом, але іноді вона може відігравати позитивну роль, сприяючи розвитку творчості й інновацій. Крім того, дослідження показують, що антикультури можуть впливати на формування індивідуальної та групової ідентичності.

(Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2007. 240 с.).

Антиципація (від лат. *anticipatio* – передбачення) – властивість людини у тій чи тій формі передбачати події. Цей процес може відбуватися на різних рівнях, від індивідуальних до групових, і може мати як позитивні, так і негативні наслідки. У психології поняття антиципації до наукового обігу запроваджене В. Вундтом і позначає: 1) психічну готовність до сприйняття того чи того стимулу; 2) передбачливу реакцію на стимул, що проявляється, наприклад, у певній позі бігуна, що очікує сигналу стартового пістолета. У соціальній психології антиципація є важливим фактором взаємодії між людьми і може відображати культурні, соціальні й індивідуальні відмінності в очікуваннях та поведінці. Наприклад, у колективі з високим рівнем антиципації може спостерігатися більш групова поведінка, коли люди діють у відповідь на очікування інших, а не на основі індивідуальних потреб. У юнацькому віці здатність до антиципації вирізняється якісним вдосконаленням мислення, як опосередкованого та узагальненого відображення дійсності; інтенсивним розвитком тих якостей розумової діяльності, які є специфічними саме для антиципування, як-то: перспективність, урахування ймовірнісної природи майбутнього, доказовість прогнозу. Українськими психологами В.Ю. Завацьким та О.О. Блискун встановлено, що у віці ранньої дорослості посилюється взаємовплив загальної антиципаційної спроможності і самопочуття зі значним вдосконаленням рефлексії у процесі антиципації. Учені з'ясували, що антиципація у період середньої дорослості часто пов'язана з само-

почуттям, що є ознакою її психологічного здоров'я (емоційна стабільність, низька тривожність та імпульсивність тощо). Крім того, у період середньої дорослості виявляється вищий зв'язок антиципації і позитивного самопочуття.

(Завацький В.Ю., Блискун О.О. Соціально-психологічна специфіка антиципації молоді та її самопочуття в умовах життєвих змін: онто- та соціогенез. Український психологічний журнал. 2020. № 2 (14). С. 85–99. С. 86).

Апатія (від грец. *apatheia* – несприйнятливість, безпристрасність) – байдужість і несприйнятливість до оточення, різке зниження активності, відсутність емоційних реакцій. Апатія – це такий стан соціального суб'єкта (індивіда, групи, спільноти), який характеризується відстороненістю від соціальної реальності, байдужістю до подій суспільного життя, соціальною пасивністю, спрощенням почуттів, послабленням спонук та інтересів (індивідуальних / групових), втратою ідентичності й життєвої мети. Апатія соціальна може бути наслідком індивідуальної / соціальної травми, особистісної / суспільної кризи. Формується у результаті тривалих дезадаптаційних / девіантних поведінкових практик суб'єктів / соціопатій і виявляється на фоні заниженої індивідуальної, групової та суспільної активності. Соціальна апатія виникає як наслідок тривалої афективної депривації особи, важкого стресу, тривалих фізичних чи психічних перевантажень, впливу фрустратора (аварії, катастрофи, втрати близької людини, тощо), а відтак виконує захисну (компенсаторну) функцію проти нестерпних почуттів розпачу, самотності або загрози для життя (наприклад, в умовах війни). Апатія соціальна є серйозною загрозою для конкретної особистості (зниження активності, самовідчуження, відчуження, криза самоідентичності), групи (девальвація групових цінностей, формування маргінальних, споживацьких настроїв, спотворених ідеалів) і суспільства загалом (злам ціннісно-нормативних систем, виникнення аномії, руйнація соціальних інститутів, розповсюдження соціальної мімікрії тощо).

(Лобанова А.С. Апатія соціальна. Велика українська енциклопедія: https://vue.gov.ua/Апатія_соціальна).

Апперцепція (від лат. ad – сполучник до і perceptio – сприйняття) – залежність сприйняття від минулого досвіду людини, її знання та загального психічного стану в момент сприйняття. Термін апперцепція запроваджено німецьким філософом Г. Лейбніцем, у розумінні якого апперцепція – це свідомість (у широкому значенні слова), а також прояв та виділення в душі людини елементів досвіду і сприйняття, зумовлені попереднім знанням. Положення про те, що засвоєння навчального матеріалу ґрунтується на визнанні взаємозв'язків між новими ідеями та наявними знанням є аксіоматичним майже для всієї освітньої теорії та практики. Подібно використовував термін апперцепція німецький психолог В. Вунд, маючи на увазі активний психічний процес відбору та структурування «внутрішнього» досвіду, фіксуючи увагу на сфері свідомості. У сучасній психології розрізняють тимчасову апперцепцію (зумовлену психічним станом людини у момент сприйняття) та стійку (зумовлену стійкими характеристиками особистості – світоглядом, соціальними цінностями, переконаннями тощо). Апперцептивний фон може впливати на те, як люди розуміють інформацію про соціальні проблеми, включаючи стереотипи, упередження і соціальні норми. Апперцепція описує те, як людина використовує свої знання та досвід для інтерпретації нової інформації. Апперцептивні процеси можуть зумовлюватися такими факторами, як настрої, цінності, ставлення до певної теми, а також загальними знаннями та досвідом людини. Врахування апперцептивних процесів важливе для розуміння того, як люди сприймають соціальні впливи та реагують на них і як можна поліпшити сприйняття інформації в соціальних ситуаціях.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 26).

Артефакт (від лат. arte – штучно і factus – зроблений) – помилкова або неточна інформація, одержувана в результаті невідповідних умов експерименту, а також внаслідок необ'єктивності дослідника при обробці й аналізі даних. Наприклад, артефактом можуть бути ефекти мимовільного навіювання досліджуваним певних реак-

цій у відповідь, здійснюваного з боку експериментатора. Артефакт у соціальній психології належить до некоректних результатів досліджень, які виникають унаслідок різних чинників. Це може зумовлюватися помилками в методології, недостатньою репрезентативністю вибірки, систематичною помилкою при зборі даних або іншими факторами. Артефакти можуть призвести до неточних та недостовірних результатів досліджень, що може змінити розуміння того, що насправді відбувається в досліджуваній ситуації. Наприклад, артефакти можуть виникати внаслідок некоректного використання понять, недостатньої точності інструментів вимірювання або впливу побічних факторів на результати досліджень. Важливо враховувати можливість артефактів при плануванні та проведенні досліджень у соціальній психології та вживати заходів для їх запобігання і виявлення. Наприклад, можна застосовувати багатофакторний аналіз даних, використовувати реплікаційні (повторні) дослідження для перевірки результатів, а також забезпечувати високу якість збору й обробки даних. Серед найпоширеніших артефактів, які психологи визначили на основі свого досвіду, виокремлюють ефекти: плацебо, Хоторна, аудиторії, або соціальної фасилітації (ефект Роберта Зайонца), Пігмаліона (або ефект Розенталя), Фокса, першого враження, Барнума (ефект Форера).

(Копець Л. Класичні експерименти в психології : навч. посіб. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 283 с.: <https://westudents.com.ua/glavy/78169-rozdl-5-artefakti-psiologichnih-eksperimentiv.html>).

Артикуляція (від лат. articulo – розчленовую) – робота органів мови (губ, язика, м'якого піднебіння, голосових зв'язок), що здійснюється при виголошенні звуків мови. Довільні рухи органів мови, необхідні для правильної артикуляції будь-якого звуку, встановлюються членом тієї чи тієї мовної спільності за допомогою навчання та поступово стають звичними, автоматичними. Кожна мовна спільність має власну артикуляційну основу, тобто свою сукупність звичних навичок вимови. У соціальній психології термін «артикуляція» використовується для опису процесу формування і висловлення думок, ідей та почуттів. Цей термін використовується для

опису зв'язку між мовою та мисленням, де мова є засобом вираження та формування думок та ідей. Артикуляція є процесом, що передбачає активне висловлення своїх думок та ідей, а також спроможність так сформулювати свої думки, щоб інші люди зрозуміли їх. Це важливий аспект соціальної комунікації та міжособистісних відносин, оскільки артикуляція може впливати на сприйняття, поведінку та реакції інших людей. Успішність артикуляції залежить від кількох факторів, таких як культурний контекст, знання мови та культурних норм, рівень самооцінки і впевненості у собі. В інтелектуальних процесах провідна роль належить внутрішньому мовленню як активному артикуляційному процесу, хоча це і не завжди усвідомлюється людиною. Характерно, що діти будь-якої національності при опануванні мови і засвоєнні мовлення проходять аналогічні періоди. Спочатку в них настає період гуління: артикуляційний апарат ніби «налаштовується» на ймовірну мовленнєву діяльність. До кінця першого року життя вони вимовляють окремі слова. У дворічному віці діти нормального розвитку оволодівають реченнями з двох-трьох слів, до чотирьох років – вільно використовують різні частини мови, будують речення відповідно до правил граматики.

(Психологія мовлення і психолінгвістика : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Калмикова Л.О., Калмиков Г.В., Лапшин І.М., Харченко Н.В. ; за заг. ред. Л.О. Калмикової. Київ : Переяслав-Хмельницький педагогічний інститут, вид-во «Фенікс», 2008. 245 с. С. 28, 62).

Архетип (від грец. *arche* – початок і *typos* – образ) – в аналітичній психології К. Юнга термін, що позначає вроджені (успадковані) ідеї та образи, які є компонентами колективного несвідомого, спонукають індивіда відчувати певні відносини (почуття та думки) щодо будь-якого об'єкта чи ситуації (приклади: герой, мудрець). Концепція архетипів була запропонована швейцарським психологом Карлом Густавом Юнгом. Він уважав, що архетипи відіграють важливу роль у формуванні наших особистісних властивостей, у тому числі і соціальних. Архетипи, за Юнгом, лежать в основі загальнолюдської символіки сновидінь, міфів, казок та інших ство-

рінь фантазії. Архетипи в соціальних комунікаціях – змістова сутність колективного несвідомого, повторювані ментальні взірці, які створюють консолідовану парадигму репрезентування інформації та сугестії. Об'єднують людське несвідоме, тематизують медіадискурс, породжують сталі медіаобрази, визначають судження й оцінки суспільних подій, публічних постатей, окремих осіб. Дослідження архетипів у соціальній психології можуть допомогти краще зрозуміти, які ідеї та цінності є важливими для людей різних культур та епох, а також як вони впливають на індивідуальні, колективні поведінкові та психологічні прояви. Архетипи вивчаються як ментальні конструкти, що відображаються у мові, культурі та поведінці людей і можуть мати сильний вплив на формування нашої ідентичності, поведінки та взаємодії з іншими людьми. Вони можуть бути виявлені у стереотипах, уявленнях, сценаріях, інших аспектах соціального життя. Наприклад, архетип матері виявляється у міфах, казках як символ кохання, піклування та жертвності. Цей архетип може відобразитися в соціальних ролях матері, дружини та дочки. Вивчення архетипів може допомогти розуміти культурні та соціальні особливості людей і їхніх взаємодій.

(Грицюта Н.М. Архетипи в соціальних комунікаціях. Велика українська енциклопедія: https://vue.gov.ua/Архетипи_в_соціальних_комунікаціях).

Асертивність (англ. assertiveness, від лат. asserere – оголошувати, визнавати, захищати) – здатність людини впевнено обстоювати свої права, не порушуючи при цьому прав інших осіб. Полягає в умінні висловити свої думки, бажання, почуття у такий спосіб, щоб це не стало загрозою, покаранням, приниженням для іншої людини. Концепцію асертивності сформулював у 1950–1960-х рр. А. Солтер. Згодом розроблено тренінгові програми, що мають на меті навчити розрізняти асертивну, агресивну, неасертивну поведінку; виявити переваги та небезпечні аспекти асертивної поведінки; сформулювати і тренувати навички асертивності. Асертивність виявляється тоді, коли особа дає можливість найперше висловитися іншим; намагається зрозуміти їхні потреби й почуття, перш ніж висловитися; здатна прямо й чесно обговорювати проблемні ситуа-

ції та пропонувати рішення, прийнятні для всіх; вважає власні здібності й силу співмірними до інших людей; може брати відповідальність з урахуванням своїх можливостей і прав тощо. Дослідження асертивності дозволяє розуміти, як люди взаємодіють між собою та як вони впливають на інших. Асертивність є важливою складовою комунікативних навичок, оскільки допомагає людям ефективніше спілкуватися та розв'язувати проблеми в міжособистісних відносинах. Дослідження асертивності зосереджується на вивченні взаємозв'язку між нею та іншими показниками, такими як самооцінка, депресія, тривожність тощо, а також дозволяє краще розуміти й розвивати навички ефективної міжособистісної взаємодії, що є важливим аспектом у соціальній психології. Високий рівень асертивності пов'язаний з кращим психічним здоров'ям, здатністю до розуміння та керування емоціями, а також підвищує якість життя.

(Максимова Н.Ю. Асертивність. Велика українська енциклопедія: <https://vue.gov.ua//Асертивність>).

Асиміляція (від лат. *assimilatio* – уподібнення, злиття, засвоєння) – процес злиття етнічної, расової, соціальної, конфесійної чи іншої меншості з більшістю через сприйняття й засвоєння мови, культури, цінностей, норм поведінки останньої. Асиміляція може відбуватись як на індивідуальному, так і на колективному рівнях. *Соціальну асиміляцію* здебільшого позиціонують із процесом поступового засвоєння репрезентантами певної соціальної спільноти (групи, верстви, стану, страти тощо) соціокультурних рис, норм, цінностей, соціально-психологічних мотивацій і моделей поведінки інших, переважно вищих у суспільній ієрархії спільнот. Об'єктивною основою соціальної асиміляції є інтеграція та інтернаціоналізація всіх сторін життя суспільства. У сучасному суспільстві важливим чинником соціальної асиміляції стали процеси глобалізації, які ініціюють формування масової глобальної культури. *Етнічна асиміляція* – процес засвоєння представниками певного етносу мови, культури, звичаїв, традицій, норм і цінностей іншого етносу, в результаті чого відбувається поступова зміна етнічної самосвідомості. Найінтенсивнішу асиміляцію іноетнічної групи

спостерігаємо в однорідному суспільстві з міцними і сталими економічними, політичними та культурними зв'язками. Найповільніше етнічна асиміляція відбувається у суспільствах, де мігранти утворюють замкнені територіальні громади, що мають міцні й розгалужені зв'язки з етнічною батьківщиною. *Культурна асиміляція* є радикальним різновидом акультурації, яка передбачає зміну культури внаслідок контакту з іншими культурами. При цьому простежується суттєва зміна як їхньої внутрішньої культури (культурної самоідентифікації), так і зовнішньої поведінки (культурних норм) у напрямі отримання статусу представників нової для них культури. Асиміляція призводить до повної елімінації культурних відмінностей. Варто зазначити, що основну асиміляційну загрозу в Україні становить російський етнос (маємо на увазі асиміляцію в російську культуру та традицію).

(Дем'яненко Б.Л. Асиміляція соціальна. Велика українська енциклопедія: https://vue.gov.ua/Асиміляція_соціальна).

Асоціація (від лат. associatio – з'єднання) – відображає процес формування зв'язків між певними поняттями або стимулами в мозку людини. Цей процес впливає на сприйняття, мислення, пам'ять та прийняття рішень. Асоціації можуть бути позитивними, негативними або нейтральними, і вони формуються на основі досвіду та навчання. Асоціації також можуть впливати на поведінку й емоції людини, включаючи стереотипи, упередження та дискримінацію. В соціальній психології асоціацією можуть називати групу, учасники якої мають спільні інтереси. Розуміння процесу формування асоціацій є важливим для розробки стратегій, спрямованих на зміну поведінки та стереотипів, що можуть бути шкідливими для соціальних груп. Дослідження асоціацій допомагають розуміти, які фактори впливають на формування і зміну асоціацій, включаючи вплив культурних, соціальних та індивідуальних факторів. Знання про асоціації у соціальній психології можуть бути корисними в різних контекстах, таких як маркетинг та реклама, психотерапія, політика і соціальна робота. У психотерапії або консультуванні можуть використовуватися техніки, які допомагають змінювати негативні асоціа-

ції, що призводять до депресії, тривоги та інших психічних проблем. У загальному, вивчення асоціацій в соціальній психології допомагає краще розуміти механізми, які керують поведінкою та сприйняттям людей, що може бути корисним для розвитку соціальної політики і стратегій, спрямованих на поліпшення толерантності, рівності та взаєморозуміння між соціальними групами. Дослідження асоціацій можуть також виявитися корисними у контексті розробки програм психологічної підтримки для людей, які переживають дискримінацію і стигматизацію. Знання про те, які асоціації формуються в мозку людини, може допомогти розуміти, які слова, дії або зовнішні подразники можуть викликати певні емоції та реакції у інших людей. Це може сприяти розвитку емоційного інтелекту та кращого взаєморозуміння між людьми з різних соціальних груп.
(© Хавула Р.М., Гриник І.Я.).

Астенічні емоції (від грец. *astheneia* – безсилля, слабкість) – це поняття, яке використовується у соціальній психології для опису емоційного стану людини, що характеризується відчуттям слабості, втоми та безсилля, послаблення активності, стражданнями і зневірою. Ці емоції можуть виникати внаслідок різних факторів, таких як стрес, депресія, перевантаження роботою або недостатнього відпочинку і впливають на соціальну поведінку особистості. Одним з основних наслідків астенічних емоцій є зниження енергії та мотивації до дій. Це може призвести до зменшення продуктивності та здатності досягати поставлених цілей. Крім того, астенічні емоції можуть підвищувати ризик виникнення різних психологічних проблем, таких як тривожність, депресія, зниження ефективності роботи, втрата інтересу до розвитку та саморозвитку, зниження самооцінки й інші. Вивчення емоцій має важливе значення для розуміння взаємозв'язку між емоційним станом людини і її поведінкою. Дослідження показують, що астенічні емоції можуть впливати на сприйняття соціальної реальності, зокрема на сприйняття власної компетентності й успішності. Це може відобразитися у взаємодії з оточуючими та на рівні міжособистісних стосунків.

(Ляш О.П. Генеза емоційного інтелекту в юнацькому віці : дис. ... докт. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2020. 458 с. С. 410).

Атитюд (от фр. attitude – ставлення) – це загальна оцінка об'єкта, особи, групи, питання або події, внутрішній стан готовності людини до дії, що передує поведінці. Соціальні психологи вивчають, як формуються атитюди, як їх можна змінити та як вони впливають на поведінку. Завдяки атитюду соціальна поведінка індивідів і груп набуває відносно стійкого й цілеспрямованого характеру, що уможливорює її прогнозування. Водночас атитюди можуть зумовлювати певну інертність соціальної поведінки, нездатність суб'єкта змінити її з огляду на нові реалії, тверезо обміркувати ситуацію і коригувати її сприймання. У працях М. Сміта, Д. Брунера і Р. Уайта увиразнено три функції атитюда: 1) оцінки об'єкта – інформація, що надходить ззовні, співвідноситься з наявними у людини мотивами, цілями, цінностями й інтересами; 2) соціального пристосування – атитюд допомагає людині оцінити, як інші люди ставляться до соціального об'єкта; 3) екстерналізації (функція втілення) – установка стає «виразником» глибинних мотивів людини. Г.М. Андрєєва, яка пов'язує атитюд із задоволенням певних важливих потреб суб'єкта й виокремлює такі функції: 1) пристосувальну (утилітарну, адаптивну) – спрямовує суб'єкта до тих об'єктів, які слугують досягненню мети; 2) функція знання – атитюд дає спрощені вказівки щодо способу поведінки щодо конкретного об'єкта; 3) функція вираження (функція цінності, самореалізації) – атитюд є засобом звільнення суб'єкта від внутрішньої напруженості; 4) функція захисту – атитюд сприяє розв'язанню внутрішніх конфліктів особистості. Відповідно до трикомпонентної структури, атитюд складається з компонентів: когнітивного (думка про об'єкт); афективного (почуття, які відчуває людина стосовно об'єкта); поведінкового або конативного (поведінкові тенденції до об'єкта).

(Боснюк В.Ф., Дейнеко Н.В., Склярів С.О. Установка як оціночне відношення до соціальних об'єктів. International scientific and practical conference «Prospects for the development of psychology as a science in EU countries and Ukraine», 1–2 February 2019. Warsawa, Republic of Poland : Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2019. P. 108–111. P. 110).

Атмосфера спілкування – лінгво-психо-соціокогнітивні стосунки учасників комунікативного акту, комплексна категорія, що пов'язана з процесами міжособистісної взаємодії і характеризує стосунки учасників комунікації. Насамперед ідеться про емпатичні чинники інтерактивних процесів у комунікативному акті. Атмосферу спілкування формує сукупний вплив таких чинників взаємодії у процесах інтеракції мовленнєвої: лінгвістичних (тону, регістру, стилю, мовної та комунікативної компетенцій); нелінгвістичних (психологічних, фізіологічних, соціальних, контекстних, ситуативних тощо); когнітивних (сприйняття, осмислення, оцінок, рівня взаєморозуміння учасників тощо); інформаційних (тем і проблем обговорення, важливості інформації, правдивості чи неправдивості повідомлень тощо). Сформована у процесі спілкування атмосфера впливає на низку чинників міжособистісної взаємодії (тональність спілкування). Атмосфера спілкування може бути сприятливою чи несприятливою для взаємодії і досягнення мети спілкування. У соціальній психології досліджується взаємозв'язок між атмосферою спілкування та результатами спілкування, такими як ефективність спілкування і задоволення від спілкування. Також вивчаються різні фактори, які можуть впливати на атмосферу спілкування, такі як взаємодія між учасниками, контекст спілкування, індивідуальні риси учасників та способи комунікації. Знання про атмосферу спілкування може допомогти людям краще розуміти взаємодію між собою та іншими людьми та керувати нею, що є важливим у багатьох аспектах життя, включаючи роботу, освіту, взаємини в родині та суспільстві загалом.

(Бацевич Ф.С. Атмосфера спілкування. Велика українська енциклопедія: https://vue.gov.ua/Атмосфера_спілкування).

Атракція (від лат. *attrahere* – приваблювати, притягувати) – це особлива форма пізнання іншої людини, заснована на формуванні щодо неї стійкого позитивного почуття. Атракція у міжособистісних взаєминах характерна для тих випадків, коли хтось може винагородити індивіда чи допомогти йому задовольнити його потреби. До особистісних характеристик, які сприяють збільшенню

атракції стосовно будь-якої людини, найчастіше відносять її щирість, сердечність, компетентність і фізичну привабливість. Атракція зазвичай виникає у тих випадках, коли люди мають загальні установки, цінності, інтереси, особистісні властивості. Нерідко факторами, що сприяють атракції, є просторова близькість будь-яких індивідів. Так, між колегами по роботі, сусідами за місцем проживання нерідко виникає певна психологічна близькість. Атракція у міжособистісних відносинах проявляється у різноманітних формах симпатії, дружби та кохання. Атракція – особливий вид соціальної установки на іншу людину, в якій переважає емоційний компонент. Соціальна психологія вивчає атракцію як соціальну перцепцію (сприймання людини людиною). Здебільшого атракція є результатом тривалого формування взаємин, проте почасти може виникати майже миттєво між незнайомцями. Стимули виникнення атракції – сукупність зовнішніх ознак (риси і вираз обличчя, зовнішність, одяг) і внутрішніх якостей людини (характер, звички, погляди, цінності), поведінка, особистісний стиль. Атракція залежить від характеру стосунків між людьми (спільне проведення часу, взаємини, вчинки); обставин, за яких відбувається знайомство (емоційно насичені події сприяють атракції); внутрішньої готовності людини (відсутність бар'єрів до близькості) тощо. На атракцію істотно впливає попередній досвід індивіда, ранні емоційні переживання, враження, пов'язані зі значущими людьми, дитячі травми тощо.

(1. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра. Н.Ю. Волянчук, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська, І.О. Блохіна, М.О. Кононець, О.В. Москаленко, О.І. Боковець, Б.В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. С. 242; 2. Горностай П.П. Атракція (психологія. Велика українська енциклопедія: <https://vue.gov.ua/> Атракція_(психологія)).

Атрибут (від лат. *attributum* – приєднання) – основна або характерна властивість чогось. 1) фундаментальний аспект чи характеристика будь-якого відчуття, зі зникненням якого зникає відчуття. Наприклад, усі відчуття повинні мати якість (модальність), інтенсивність та тривалість; 2) термін «атрибут» використовується при

описі чи характеристиці будь-якої особистості. Теорія атрибуції – один із загальних теоретичних підходів у західній соціальній психології, пов'язаний із проблемами соціальної перцепції. Акт атрибуції полягає у тому, що індивід приписує ті чи ті характеристики (риси, емоції, мотиви) іншому індивіду чи якомусь соціальному об'єкту. У своїй основі теорія атрибуції виходить із положення, що минулий досвід індивіда відіграє важливу роль у процесах отримання й аналізу нових вражень. Початок розробки цієї проблематики поклав американський психолог Ф. Хайдер у 1958 р. Він був першим соціальним психологом, який на науковій основі почав аналізувати, як саме людина намагається зрозуміти причини поведінки інших людей. У зарубіжній соціальній психології теорія атрибуції виступає основою для дослідження широкого кола соціально-психологічних явищ. У дисертаційному дослідженні Л.М. Балецької атрибуція успіху розглядається як інтегральне поняття, що відображає взаємозв'язок особистісних характеристик, ціннісних орієнтацій та обраної особистістю поведінково-мотиваційної стратегії у певній професії. З огляду професійного самовизначення, атрибуція успіху надає суб'єктові можливість орієнтуватись у світі професій з метою реалізації особистих потенцій у діяльності, а також входження у професійну спільноту. Авторкою сконструйовано модель розвитку атрибуції успіху, яка складається із трьох блоків з відповідними психологічними характеристиками, а саме: 1) атрибуція слугує показником життєвої позиції людини щодо ключових екзистенційних даностей – свободи, відповідальності, спільності та єдності, передача відповідальності, залежності, самотності, а відтак, досягнення успіху розміщується у площині зумовленої і незумовленої долі; 2) атрибуція успіху є мірилом засвоєння культуральних взірців того соціального простору, в якому формується («соціалізується») професійна ідентичність; 3) атрибуція успіху містить у собі одночасно змістовний, ціннісний та оцінний компоненти, які перебувають у тісному функціональному зв'язку та слугують основними показниками виміру процесу самовизначення.

(Балецька Л.М. Психологічні особливості атрибуції успіху у професійному самовизначенні студентів вищих навчальних закладів : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07. Київ, 2014. 254 с. С. 183).

Атрибуція каузальна (від лат. *attribuere* – надаю, наділяю і *causa* – причина) – своєрідна суб'єктивна інтерпретація та оцінка людиною причин і мотивів поведінки інших на основі буденного життєвого досвіду. Основи теорії каузальної атрибуції закладено американським психологом Ф. Хайдером, відповідно до якої сприйняття індивідом поведінки інших людей значною мірою зумовлено тим, які причини він приписує цій поведінці – внутрішньому стану іншого або будь-яким зовнішнім факторам. Ф. Хайдер виділив п'ять рівнів атрибуції, залежно від рівня інтелектуального розвитку людини: причиново-наслідковий зв'язок – глобальна (людина відповідальна за все, до чого має стосунок); людина відповідальна за події, які відбулися з нею без її активності; людина відповідальна за те, що могла передбачити й чому могла запобігти, але не зробила цього; людина відповідальна за те, що мала намір зробити; усі вчинки пояснюються не тільки намірами, а й об'єктивними факторами. При поясненні поведінки іншої людини індивід може приписувати їй внутрішні причини (інтернальна атрибуція) чи зовнішні (екстернальна атрибуція). До внутрішніх (диспозиційних) причин можна віднести особистісні риси іншої людини, її здібності, установки, настрої, прагнення, стан здоров'я і все те, що формує відповідну схильність особистості до тих чи тих дій. При цьому передбачається, що індивід має свободу вибору дій. До зовнішніх (ситуаційних) причин належать особливості навколишнього соціального чи фізичного середовища, які, навпаки, обмежують можливості вибору індивідом своєї поведінки. Американські психологи виділяють низку параметрів, що використовуються при каузальній атрибуції. Деякі з них критикують дихотомічний підхід, що передбачає або інтернальність, або екстернальність. Зазначається, що часом одне чи інше з цих пояснень не завжди протилежні одне одному, а можуть бути взаємодоповнюваними. На основі виявлених закономірностей розробляються прийоми практичного використання каузальної атри-

буції з метою впливу на емоції, установки, мотивацію й ефективність діяльності людини. Каузальна атрибуція вивчається також як явище покладання або прийняття членами групи особистої відповідальності за успіхи та невдачі у спільній діяльності; показано, що в групах вищого рівня розвитку – колективах – це є адекватним реальному внескові членів колективу в результат діяльності.

(1. Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 87; 2. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 32).

Аудіальна форма комунікації, на перший погляд, дуже близька до вербальної, але насправді суттєво відрізняється від неї, тому що на відміну від вербальної форми комунікації (письмової) має зовсім інший канал сприйняття інформації – слуховий (усна комунікація) та існує лише в електронному просторі. З трьох складових звукової інформації, що лежать в основі аудіальної комунікації – звук, мова, музика, найбільш значущим є звук, який входить до складу слова і музики і виступає як універсальний засіб спілкування між людьми. Аудіальна комунікація (у вузькому сенсі – усна вербальна комунікація) з'явилася на першому етапі розвитку людства, коли людина для передачі інформації почала використовувати звуки голосу. Аудіальна комунікація передається через такі канали передачі інформації, як радіо, телебачення, кіно, інтернет. У соціальній психології досліджується, як аудіальна комунікація впливає на поведінку та сприйняття людьми. Наприклад, дослідження показали, що різноманітність музичних жанрів може впливати на наші настрої та емоційний стан. Також досліджується вплив звукових ефектів і голосу людини на сприйняття її повідомлення та настроїв навколишніх.

(Тарасова Н.С. Класифікація форм комунікації в епоху панування візуальних образів. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2014. № 1122. С. 33–38. С. 35).

Аудіально-вербальна форма комунікації базується на використанні словесних засобів передачі інформації. У соціальній психології досліджується вплив таких факторів, як темп мовлення, інтонація,

гучність та інші аспекти мовленнєвого процесу на ефективність комунікації і сприйняття повідомлень. Зокрема, відомо, що різні рівні гучності й інтонації можуть впливати на сприйняття емоційного забарвлення повідомлень. Дослідження аудіально-вербальної комунікації у соціальній психології має значний потенціал для підвищення якості міжособистісних взаємин та ефективності комунікації у різних сферах людської діяльності. У процесі аудіально-вербальної комунікації відбувається ускладнення текстової структури за рахунок підключення нового комунікативного каналу, а саме говоріння і слухання. Аудіально-вербальні комунікації мають електронний характер, а каналом їхнього поширення є передовсім радіо. Вони використовують слуховий канал сприйняття інформації, яку транслюють тексти в усній формі. Крім того, важливо досліджувати психологічні механізми, які лежать в основі сприйняття та інтерпретації словесних повідомлень, таких як засоби впливу на аудиторію, ефекти соціальної дистанції та переконання. У загальному розумінні, аудіально-вербальна комунікація є важливим аспектом міжособистісних взаємин, і її дослідження в соціальній психології дозволяє розуміти та покращувати якість комунікації між людьми.

(Тарасова Н.С. Класифікація форм комунікації в епоху панування візуальних образів. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2014. № 1122. С. 33–38. С. 36).

Аудіально-візуальна форма комунікації. Ця форма комунікації з'явилася разом з розповсюдженням кіно, яке є її основним каналом. Такий тип комунікації об'єднує у собі аудіальний тип, що сприймається через слуховий канал, та візуальний – через візуальний. Отже, вперше можемо говорити про змішаний (слух та зір) канал сприйняття інформації. Ще однією важливою особливістю такого комунікативного типу є «оживлення» візуального компонента, тобто для цього типу комунікації характерний синтез саме динамічного візуального компонента і усної вербальної мови. Про особливості означеного комунікативного типу говорить французький філософ Жиль Дельоз. У книзі «Кіно» він розглядає концепцію «образу-руху» та «образу-часу» в кінематографі, визначаючи такі

кінематографічні образи, як «час» і «рух» не як окремі феномени, а як єдність двох половин: фізичної (образ-рух) і психічної (образ-час). Але також важливо не забувати про еволюцію кіно, яку Дельоз бачить як зміщення пріоритету від образу-руху до образу-часу. Зміщення акцентів полягає у тому, що образ-рух передбачав посилення образу, який «не може говорити», тобто сильний образ, який говорить тільки візуально. Образ-час вже стосується звукового кінематографа, тобто візуалізація може бути не настільки виразною, якщо присутні, наприклад, діалоги. З аудіально-візуальним типом комунікації у рамках масової комунікації ми дуже часто зустрічаємося у повсякденному житті. Та найбільш поширена форма комунікації – комбінована.

(Тарасова Н.С. Класифікація форм комунікації в епоху панування візуальних образів. Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. 2014. № 1122. С. 33–38. С. 36).

Аутгрупа (від англ. out-group – поза групою) – група, до якої людина не належить і з якою себе не ідентифікує; усі особи, які розглядаються як аутсайдери, що виключені з власної групи, або опозиція. Першим розпочав вивчати соціальні утворення з позицій приналежності до них індивідів соціолог У. Самнер (1840–1910, США). У роботі «Народні звичаї» (1906) запропонував дихотомічний поділ соціальних груп на «ми-група» (we-group) та «вони-група» (they-group). Засвідчив наявність різних уявлень у членів групи про «своє» оточення та представників інших соціальних об'єднань: у «ми-групі» взаємини засновані на згуртованості та солідарності, натомість члени «вони-групі» сприймаються із ворожістю і відчуженням. Групові уявлення, цінності й оцінки, на думку У. Самнера, є визначальними: на цій підставі формується ставлення людей до інших соціальних груп. Аутгрупа може бути джерелом конфліктів та напруги між групами, а також може стати об'єктом дискримінації і насильства. У соціальній психології вивчається вплив соціального контексту на сприйняття та поведінку людей щодо аутгрупи, а також методи боротьби зі стереотипами й упередженнями. Загалом,

аутгрупа в соціальній психології є важливим аспектом дослідження міжособистісних взаємин та міжгрупової поведінки.

(Туленков М.В. *Аутгрупа*. Велика українська енциклопедія: <https://vue.gov.ua/Аутгрупа>).

Аутокорекція – когнітивно-мовний процес, складова комунікативної б стратегії, яка виявляється у постійному порівнянні адресантом перлокутивного ефекту власного мовлення із запланованими стратегічними цілями і виправлення наявних суперечностей шляхом уточнень, посилення чи послаблення ілокутивних сил повідомлень тощо. Аутокорекцію розглядають як процес самопізнання та самоконтролю, який використовується для підтримки соціальної гармонії і прийняття соціально прийнятних норм поведінки. Цей процес може включати в себе оцінку власної поведінки, спілкування з іншими людьми та виправлення помилок, які можуть бути виявлені. У соціальній психології досліджується, як аутокорекція впливає на соціальну поведінку і взаємовідносини між людьми. Дослідження показують, що люди, які здатні до аутокорекції, зазвичай виявляють більшу соціальну пристосованість і адаптивність. Вони також здатні краще контролювати свої емоції та виражати їх відповідно до ситуації. Крім того, аутокорекція може відігравати важливу роль у взаємодії між групами й уникненні конфліктів. Люди, які здатні до аутокорекції, зазвичай більш готові до вибачення та примирення, що сприяє збереженню соціальної гармонії і поліпшенню взаємин між людьми.

(Гур О.М. *Теоретичні і методичні засади формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності в процесі професійної підготовки*. Додатки до докторської дисертації. 13.00.04. Харків, 2019. 92 с. С. 5–6).

Аутсайдер (від англ. outsider – сторонній) – член певної соціальної групи, який через специфічну зовнішність, «особливу» думку (позицію), котрої він дотримується, або внаслідок демонстративної поведінки, відмінної від прийнятих групових норм тощо, стає винятком із нормальних внутрішньогрупових взаємодій. Аут-

сайдером може бути індивід або група людей, які внаслідок власного вибору, суспільного тиску або через їх несприйняття з боку соціального оточення опиняються за межами соціальних інститутів, характерних для даного суспільства (наприклад, роми, хіпі та ін.). У соціометрії аутсайдер – індивід, який унаслідок характерних рис, професійних або особистих якостей отримує нульову кількість виборів (негативну оцінку) з боку членів соціальної групи. Відчуття аутсайдерства може призвести до формування почуття відокремленості, відчуження та неприйнятності серед соціального оточення. Аутсайдер може бути відкинутий або виключений з групи через різні причини, такі як соціальне походження, релігійні переконання, сексуальну орієнтацію тощо. У соціальній психології вивчається вплив аутсайдерства на ментальне та фізичне здоров'я людини, а також на її поведінку і взаємодію з навколишніми. Дослідження показують, що аутсайдери часто стикаються з психологічним та фізичним насильством, дискримінацією і відчуттям безпорадності. У соціальній психології вивчаються також методи підтримки та допомоги аутсайдерам, які допомагають зменшити вплив соціальної відокремленості, поліпшити якість життя.

(Туленков М.В. Аутсайдер. Велика українська енциклопедія: <https://vue.gov.ua/> Аутсайдер).

Афект (від лат. affectus – хвилювання, пристрасть) – відносно короткочасний емоційний стан, що характеризується бурхливим переживанням. У стані афекту можуть виявлятися переживання і радості, і горя. Афект супроводжуються певними тілесними симптомами. Так, при гніві відбуваються посилення рухової іннервації (людина підвищує голос, збільшується жестикуляція), збудження діяльності серця (прискорене серцебиття), розширення периферичних судин (обличчя багряніє). Однак почасти (набагато рідше) афект може супроводжуватися прямо протилежним зовнішнім виразом – припиненням активності, затримкою рухів, короткочасною втратою мови. Для афекту характерне «звуження» свідомості, що призводить до послаблення самоконтролю над поведінкою. Основою афекту є переживання внутрішнього конфлікту, що виникає

внаслідок суперечностей між нахилами, прагненнями, бажаннями або між можливостями виконання і вимогами, які постають перед індивідом чи які він висуває щодо себе. Розвивається переважно в несподіваних, критичних і небезпечних ситуаціях, за неспроможності людини до адекватного виходу з них. Одним із наслідків афекту може бути часткова втрата пам'яті (амнезія) щодо подій, які безпосередньо передували стану афекту і відбувалися під час його прояву. У кримінальному праві злочин, скоєний у стані афекту, належить до обставин, що пом'якшують покарання. Діагностика афекту є одним з характерних завдань судово-психологічної експертизи емоційних станів. Афект може бути позитивним (радість, ентузіазм); негативним (гнів, страх); нейтральним (зацікавленість). Афект може бути неусвідомлюваним і усвідомлюваним. Неусвідомлюваний афект – безпосереднє переживання суб'єктом афективного тону певного емоційного стану (наприклад, відчуття захоплення від доброї звістки). Усвідомлений афект з'являється тоді, коли суб'єкт робить свої почуття об'єктом уважного розгляду (наприклад, подив від відсутності відчуття піднесення після отримання доброї звістки). Афект впливає на переживання людьми подій, їхнє поведінкове реагування і міжособистісні взаємини. Афективні реакції можуть бути вивчені через показники фізіологічної активності, емоційну експресію та вербальні описи емоційних станів людей. У соціальній психології вивчається вплив афекту на процеси сприйняття, мислення і прийняття рішень, а також на розвиток стереотипів, упреджень та міжгрупової поведінки.

(Андрієвська В.В. Афект. Велика українська енциклопедія: <https://vue.gov.ua//Афект>).

Афіліація (від англ. affiliation – приєднання, членство) – прагнення людини до дружніх зв'язків, створення теплих, емоційно значимих стосунків з іншими людьми, бажання бути прийнятою та перебувати у спільноті, товаристві. У результаті афіліації виникає кооперація, з'являються групи, формується дружба. Афіліація є також одним із компонентів любовних взаємин. Американський психолог Г. Мюррей (1893–1988) розглядав афіліацію основною

людською потребою. Тенденції до афіліації починають виявлятися з раннього періоду людського життя, коли у немовляти формується сильна прихильність до значущих дорослих людей. Лабораторні експерименти показують, що тенденції до афіліації зростають, коли люди відчують страх або невизначеність. Загалом афіліація є більш цінною для індивіда у тих випадках, коли він поєднується з людьми, які значущі для нього та (або) викликають симпатію. У соціальній психології вивчається вплив афіліації на формування міжособистісних відносин, взаємодію у групах та міжгрупові відносини. Афіліаційні потреби можуть бути задоволені через соціальні контакти, спільні інтереси та цінності, інші аспекти соціальної взаємодії. У соціальній психології вивчають, які фактори викликають потребу людини в афіліації, та як це впливає на міжособистісні взаємодії і поведінку, а також роль афіліації у здоров'ї та благополуччі людей, вплив соціальної ізоляції та самотності на психічне і фізичне здоров'я.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 69).

Б

Бажаність соціальна – це потреба особистості бути прийнятою та схваленою навколишніми людьми. У галузі психологічного тестування поняття соціальної бажаності протягом тривалого часу було предметом запеклих дискусій. Зокрема, спірними питаннями були визначення соціальної бажаності, її розповсюдження, проблем, які вона детермінує в інтерпретації психологічних тестів і методів її контролю. Окреслене поняття також розглядається фактором, що змінює самозвіти, зокрема відповіді на пункти особистісних опитувальників шляхом збільшення частоти тих самозвітів, які здаються випробовуваним більш привабливими, соціально прийнятними, що показують випробовуваних з найкращого боку. Вплив бажаності соціальної необхідно враховувати при розробці будь-яких опитувальників, тестів і шкал, де використовуються самозвіти. Існує низка заходів, які зменшують цей вплив, наприклад, скла-

дання кожного пункту опитувальника з двох альтернатив, рівних за бажаністю. Крім того, розроблено методики, що спеціально вимірюють схильність випробовуваного давати соціально бажані відповіді. Бажаність соціальна – це явище в соціальній психології, що описує прагнення людини бути прийнятою і схваленою навколишніми людьми. Це є важливим аспектом людської поведінки, оскільки ми живемо в соціальному середовищі і маємо потребу взаємодіяти з іншими людьми. Бажаність соціальна може бути спричинена багатьма факторами, такими як становище в суспільстві, бажання бути привабливою для інших людей, потреба відчувати себе важливим і цінним в очах інших. Ця потреба може бути задоволена за допомогою різних методів, таких як отримання підтримки від близьких людей, розвиток соціальних навичок та спільнот. Бажаність соціальна може мати як позитивні, так і негативні наслідки. Позитивні наслідки включають збільшення соціального статусу та відчуття задоволення від взаємодії з іншими людьми. Однак, негативні наслідки можуть включати психічний стрес, самоосуд, зменшення самооцінки та почуття незадоволення життям.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 36).

Базальна тривога – це постійний стан тривоги, який є складовою частиною психічного стану людини. Цей тип тривоги відрізняється від звичайних емоцій тривоги, таких як тривога перед екзаменом або важливим зверненням, тим, що існує постійно і не залежить від зовнішніх обставин. Карен Хорні, яка характеризує базальну тривогу як всепроникне почуття самотності, ізолюваності та безпорадності дитини в потенційно ворожому світі. Хорні вважала, що базальна тривога виникає внаслідок відсутності почуття безпеки у міжособистісних відносинах. Це становище є вихідним у її теорії розвитку особистості. Стратегії, з яких особистість намагається впоратися з базальною тривоگوю, стають фундаментальними компонентами особистості. Базальна тривога виникає на ранній стадії життя і може бути спричинена генетичними факторами, а також сімейним середовищем, недостатньою соціальною підтрим-

кою, втратою близької людини або важкими життєвими обставинами. Цей тип тривоги відображає глибинні страхи людини та впливає на її поведінку й емоційний стан. Базальна тривога може мати негативний вплив на різні аспекти життя людини, включаючи її стосунки з іншими людьми, професійну діяльність та загальний рівень самопочуття. Люди з базальною тривогою можуть бути більш схильні до страждання від депресії та інших психічних розладів. Психолог може допомогти людям з базальною тривогою зменшити її рівень та поліпшити якість їхнього життя. Дослідження базальної тривоги є важливим для психологів, оскільки цей стан може впливати на багато аспектів життя людини та спричиняти психічні розлади. І.А. Мудрак у своїй монографії констатує, що депривація, ізоляціонізм, інституціалізм, жорсткі пенітенціарні правила поведінки, загальна чітко виражена карна природа корекційної роботи з колоністами спонукає їх до переживання базальної тривожності як постійного неприємного гнітючого стану невпевненості, фрустрованості, депресивності тощо.

(Мудрак І.А. Психологічні особливості тривожності депривованих підлітків-колоністів : монографія. Луцьк : ПП Іванюк, 2014. 279 с. С. 149).

Базальні потреби – фундаментальні або первинні потреби, життєво необхідні для організму (наприклад, у повітрі, питті, їжі, сні, в безпеці). Неспроможність задовольнити базальні потреби може призвести до погіршення самопочуття, зниження ефективності та негативного впливу на психічне і фізичне здоров'я. Відповідно до піраміди потреб А. Маслоу, базальними потребами є фізіологічні, а вершину її займає прагнення самоактуалізації. Е. Фром наголошував, що прагнення людини подолати межі базальних потреб та вийти за рамки буденних бажань, і є тією головною рисою, котра відрізняє її від тварини. Зробити це можна лише в контакті з навколишніми людьми. Потреба у приналежності відображає бажання бути частиною спільноти та мати стійкі взаємини з іншими людьми. Потреба в автономії та самостійності відображає бажання контролювати своє життя та приймати важливі рішення, що стосуються власного життя та діяльності. Потреба в стимулюванні та

новизні відображає бажання відчувати стимулювання та захоплення від життя, а також бути відкритим до нових ідей та досвідів. Депривація базових потреб детермінує блокування потягу до життя та формування специфічного деструктивного характеру ставлення особистості до себе, навколишніх, діяльності, що виявляється у самодеприваційних тенденціях особистісного розвитку суб'єкта. Задоволення базових потреб забезпечує просування індивіда. Незадоволення базових потреб дитини на кожному етапі онтогенезу формує деструктивний результат розвитку: базальний страх, порушене почуття залежності, недовіри, самотності, провини, неповноцінності. (Брагіна К.І. Губристична мотивація як умова прояву емоційного інтелекту осіб літнього віку : дис. ... докт. філософ. : 053 психологія. Луцьк, 2022. 202 с. С. 40, 68).

Бар'єр психологічний – це стійка психічна налаштованість особистості, зафіксована на досягнутому результаті, що гальмує подальшу мобілізацію і використання духовного потенціалу людини. Визначаючи це поняття через функції, Паригін розуміє під психологічним бар'єром такі процеси, властивості і навіть стани людини загалом, які консервують прихований емоційно-інтелектуальний потенціал її активності. У науковій літературі бар'єр розглядають як психологічну перешкоду, яка заважає оптимальному перебігові процесів адаптації особистості до нових факторів зовнішнього середовища та зумовлюється або особливостями ситуації, або особливостями повідомлення, або особливостями особистості. У цьому визначенні бачимо інший погляд на локалізацію психологічних бар'єрів. Причини виникнення бар'єрів дослідник убачає в особливостях або особистісних характеристиках комунікатора і реципієнта. Бар'єр психологічний часто є причиною внутрішньо-особистісних конфліктів та фрустрації. Психологічні бар'єри, пов'язані з конфліктними ситуаціями, тому що продуктивний вихід з них вимагає від особистості впевненості, сприятливого емоційного стану, вольових зусиль. Попередження і подолання психологічних бар'єрів особистості, як свідчать матеріали численних досліджень, можна вирішувати у декілька способів: по-перше, удосконалення влас-

тивостей особистості, розвиток професійно важливих якостей; по-друге, формування психологічної готовності до певної дії чи діяльності; по-третє, аналіз внутрішніх перешкод та їх елімінація. Український психолог А.В. Массанов окреслює бар'єр психологічний у професійному самовизначенні особистості як перешкоду в психічній діяльності особистості, що зумовлена як внутрішніми, так і зовнішніми особливостями на шляху досягнення нею мети свого професійного самовизначення. До структурних компонентів психологічного бар'єру у професійному самовизначенні особистості належать стани, що пов'язані, з одного боку, з пасивністю мотиву; емоціями, несприятливими для перетворення мотиву у дієвий; браком раціональних доводів для активізації мотиву; неспроможністю волевим зусиллям досягти дієвості мотиву, з іншого – пов'язані з високим напруженням, емоційною нестійкістю, переоцінкою чи недооцінкою можливостей, невизначеністю мотивації, інтересів та захоплень.

(1. Засади когнітивної психології спілкування : монографія / В.П. Казміренко, В.М. Духневич: О.Ю. Осадько та ін. ; за наук. ред. В.П. Казміренка ; Національна академія педагогічних наук України, інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс ЛТД, 2013. 390 с. С. 354, 355; 2. Массанов А.В. Психологічні бар'єри в професійному самовизначенні особистості : дис. ... докт. психол. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Одеса, 2010. 409 с. С. 350).

Бар'єри соціальні – соціальні чинники, що ускладнюють проникнення індивідів у певні суспільства, класи, верстви чи соціальні групи, обмежують мобільність та відносини між спільнотами, закріплюють соціальну дистанцію між ними. Породжуються соціокультурними відмінностями і зумовлені належністю індивіда до тієї чи тієї економічної, професійної, мовної, етнічної, культурної та іншої спільноти чи низки спільнот одночасно. Бар'єри соціальні пов'язані з проблемою нерівності, ґрунтуються на відмінностях у статусах, рівні доходу, власності, влади, престижу, освіти тощо. Також зумовлюються соціальними установками певних соціальних груп, стереотипами, упередженнями, дискримінацією окремих категорій населення на основі ознак національної, расової чи соціаль-

ної належності, політичних і релігійних поглядів, статі, віку, детермінантами здоров'я тощо. Соціальні бар'єри виникають тоді, коли люди з різних соціальних класів не розуміють один одного через різницю у соціальному статусі, доходах, освіті та інших аспектах соціального життя. Наприклад, люди з різних соціальних класів можуть мати різні уявлення про культурні заходи чи політичні переконання. Соціальні бар'єри можуть мати серйозний вплив на міжгрупову взаємодію і спричиняти соціальну ізоляцію та дискримінацію. Наприклад, люди з менш розвинених економічних сфер можуть бути виключені з культурних заходів, до яких мають доступ лише багаті люди, що спричиняє відчуття соціальної ізоляції та нерівності. Крім того, соціальні бар'єри можуть формувати стереотипи та упередження між різними групами людей, що може знижувати якість міжгрупової взаємодії і спричиняти конфлікти. Щоб знизити соціальні бар'єри та забезпечити більш ефективну міжгрупову взаємодію, необхідно працювати над підвищенням рівня освіти та свідомості щодо різноманітності культур, етнічних груп, соціальних класів та економічних станів. Також важливо розвивати міжкультурні комунікаційні навички і підтримувати діалог між різними групами людей.

(Нехаєнко О.В. Бар'єри соціальні. Велика українська енциклопедія: https://vue.gov.ua/Бар%27єри_соціальні).

Бар'єри спілкування – пов'язані із комунікативними особливостями учасників взаємодії, мають соціальний або психологічний характер: словниковий запас комунікатора (мовленнєвих форм набуває 80 % інформації, яка перекодована на внутрішню мову); словниковий запас реципієнта (реципієнт сприймає 70 % інформації); обмеження уяви реципієнта (перекодування думки у слова – 30 % інформації); нездатність переведення почутого в образи уяви (60 % інформації); обмеження обсягу короткочасної й оперативної пам'яті. Під час монологічного спілкування (лекція, урок) у слухачів залишається у пам'яті близько 20 % інформації; вік, мовленнєві помилки, психологічна несумісність; соціальні, релігійні, професійні відмінності; різне світосприйняття; відсутність взаєморозуміння;

стереотипи; розбіжності у ціннісних установках; вживання архаїзмів. Бар'єри спілкування можуть виникати через особливі соціально-психологічні відносини, які склалися між партнерами (антипатія, недовіра тощо), а також через своєрідний «фільтр» довіри чи недовіри. Причому фільтр діє так, що тотально достовірна інформація може стати неприйнятною, а хибна, навпаки, – прийнятною. Засоби, які допомагають послабити дію фільтрів і прийняти інформацію, називаються фасцинативними (англ. fascination – зачарування). Засоби фасцинації відіграють роль додаткового фону, підсилювача інформації. Зразком фасцинації може слугувати музичний супровід повідомлення. До засобів фасцинації належать такі прийоми, як використання яскравих кольорів, емоційно зарядженого мовлення, спеціально підібраного музичного супроводу, застосування технік невербальної комунікації (наприклад, жестикуляція, міміка), використання інтригуювальних заголовків та історій, створення позитивного настрою у людей та інші. Подолання бар'єрів спілкування є актуальною проблемою для розвитку ефективних міжособистісних відносин і поліпшення взаємодії людей у різних соціальних групах. (Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 62).

Безпорадність набута – стан, що виникає у людини після досить тривалого аверсивного впливу, уникнути якого не вдається. Це модель для розуміння того, як з часом точка зору людини може стати песимістичною, що призводить до негативного сприйняття контролю над її обставинами. Люди із песимістичним стилем атрибуції (з набутою безпорадністю) швидше здаються, втрачають віру у свої сили і частіше впадають у депресію, ніж оптимістично налаштовані. Людина впадає в депресію, коли відчуває, що втрачає контроль над життям, коли не може контролювати соціальне підкріплення у житті і звинувачує себе за свій стан безпорадності. У сучасних реаліях нашого життя, що супроводжуються стресами, новими умовами, складними життєвими ситуаціями, серед населення досить поширеним явищем стає проблема безпорадності, емо-

ційних і депресивних розладів. Людині не вистачає внутрішньої енергії, і вона відчуває себе безпорадною перед обставинами, виникає відчуття непідконтрольованості подій – вона не відчуває себе суб'єктом своєї життєдіяльності. Безпорадність визначає собою всю поведінку і викликає стійку депресію насамперед в осіб, які: 1) вважають, що їхні невдачі спричиняються їхніми власними недоліками (наприклад, дефектами волі чи інтелекту), а успіхи, якщо і трапляються, залежать від вдалого збігу обставин або від дії інших людей; 2) думають, ніби їхні невдачі стосуються не тільки певних конкретних обставин, але й характерні для будь-яких інших життєвих ситуацій – не тільки в сьогоденні, але й у майбутньому; 3) мають уявлення про себе як про нездатних подолати запропоновані завдання або життєві труднощі, тоді як будь-яка інша людина може легко розв'язати ці завдання. Навпаки, впевненість, що завдання не зміг би ніхто виконати, перешкоджає розвитку безпорадності, а уявлення про те, що не вдається розв'язати завдання тільки тут і зараз і до того ж не зі своєї вини, запобігає її генералізації. Безпорадність не є постійним станом, і її можна подолати, знайшовши способи змінити свою ситуацію та збільшити свій контроль над життям. У соціальній психології безпорадність вивчається як психологічний механізм, що виникає внаслідок взаємодії людини з навколишнім середовищем, та який може бути подоланий різними методами, такими як психотерапія, тренування позитивного мислення, зміна оточення та соціальна підтримка.

(Дудник О.А. Набута безпорадність та депресія: особливості взаємозв'язку. Психологічний журнал. 2021. № 7. С. 37–45. С. 37).

Безпосередня комунікація – комунікація, що відбувається без будь-якого посередництва з використанням вербальних і невербальних засобів у межах візуального, тактильного та інших типів сприйняття співрозмовника, тобто «обличчям до обличчя». Така комунікація описує взаємодію між людьми без проміжних каналів комунікації. Дослідження показують, що безпосередня комунікація може бути більш ефективною в порівнянні з комунікацією, яка відбувається через посередників. Це може бути пов'язано з тим, що

безпосередня комунікація дає змогу людям отримувати більше інформації про настрій, емоції та інші необхідні сигнали від свого співрозмовника. Крім того, безпосередня комунікація може допомогти підвищити рівень взаєморозуміння та зменшити ризик непорозумінь і конфліктів. Однак з появою технологій, безпосередня комунікація стала менш поширеною, особливо серед молодших поколінь. Це може впливати на якість міжособистісних відносин та спричиняти збільшення ризику непорозумінь і конфліктів. Тому важливо зберігати й розвивати безпосередню комунікацію як важливий аспект міжособистісної взаємодії. Безпосередня комунікація може допомогти зменшити рівень стресу та тривоги, підвищити самооцінку і самоповагу. Проте важливо зазначити, що безпосередня комунікація також може мати негативний вплив, особливо в ситуаціях, коли вона є агресивною або насильницькою. Наприклад, це може статися під час конфліктів, у таких випадках безпосередня комунікація може підштовхувати до більш гострих форм взаємодії, що може спричинити погіршення взаємин. Важливо зберігати баланс між безпосередньою та опосередкованою комунікацією, щоб забезпечити найбільш ефективну і позитивну взаємодію між людьми.

(Тур О.М. Теоретичні і методичні засади формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності в процесі професійної підготовки. Додатки до докторської дисертації : 13.00.04. Харків, 2019. 92 с. С. 6).

Безробітний – людина у працездатному віці, яка володіє знаннями і здібностями до праці, готова до виконання роботи на професійному рівні, але не має робочого місця, хоч бажає працювати. Безробітний офіційно реєструється у службі зайнятості з метою пошуку підходящої роботи, шукає її і готовий приступити до виконання. У соціальній психології безробітність вивчається як складний феномен, який може мати серйозний вплив на індивіда та його поведінку. Безробітність може спричинити стрес, депресію, зниження самооцінки, а також зменшення соціального статусу і погіршення якості життя. Дослідження показують, що безробітність може мати негативні наслідки на фізичне і психічне здоров'я інди-

віда, а також впливати на його соціальні взаємини. Безробітність може також спричинити відчуття вини й неповноцінності, що може призвести до розвитку адаптаційних стратегій, таких як уникнення або залучення до небезпечних дій. Крім того, безробітність може мати негативний вплив на соціальну структуру й економіку, бо може зменшити виробничий потенціал та спричинити економічну нестабільність. У цьому контексті безробітність розглядається як важлива проблема, яку необхідно розв'язувати з точки зору соціального й економічного розвитку. Безробітність у соціальній психології є важливою проблемою, яка може мати серйозний вплив на індивіда та соціальну групу загалом, тому її розв'язання вимагає комплексного підходу та розробки ефективних стратегій. У науковій статті на тему «Психологічні особливості безробітного: аналіз сучасних досліджень» В.М. Івкін зазначає, що особистість, яка опиняється в ситуації безробіття, зазнає впливу безлічі різноманітних факторів, які визначаються психологією безробітного (організація часу, взаємовідносини з близькими, ставлення до доходу тощо), можуть бути усвідомлені безробітним та спрямовані на конструктивне подолання ситуації безробіття. З точки зору психологічного впливу безробіття на особистість у західній науковій літературі виокремлюються дві основні категорії досліджень: 1) психологічне здоров'я та психологічний добробут, що включають такі змінні, як позитивні емоції, досвід задоволення, негативні емоційні реакції, самооцінка, депресивні симптоми, провина, фізичні захворювання, психіатричні захворювання, перевтома, задоволеність життям, апатія, структуроване та цілеспрямоване використання часу, симптоми стресу; 2) сфери реакцій на ситуацію безробіття: як безробітні пояснюють умови життя, у яких вони опинилися, зовнішній локус контролю, орієнтація на зайнятість, робоча етика та робочі цінності, гнів, показники психологічного розвитку, самотність, нудьга, зміни в певних видах поведінки, форми і частота пошуку роботи. Вплив ситуації безробіття на особистість зумовлений депривацією одних потреб (матеріальне забезпечення, самоповага, спілкування тощо) та виникненням інших потреб (у робочому місці). Зазначені факто-

ри здатні призводити до суттєвих змін у психології безробітного. При цьому частина досліджень характеризує особистість у ситуації безробіття досить нейтрально, а інша частина – винятково за допомогою констатації різноманітних психологічно негативних явищ.

(Івкін В.М. Психологічні особливості безробітного: аналіз сучасних досліджень. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2017. № 4 (11). С. 36–42. С. 36).

Бесіда – у психології метод одержання інформації на основі вербальної комунікації; належить до методів опитування. Широко застосовується у соціальній, медичній, дитячій психології. Один з розповсюджених методів психологічного дослідження. Використовується для виявлення зв'язків, які цікавлять дослідника, на основі емпіричних даних, отриманих у живому двосторонньому спілкуванні з досліджуваним. Як правило, служить допоміжним методом, тому що при аналізі її ходу і результатів постає низка важких проблем, що стосуються відвертості випробовуваного та його ставлення до дослідника. Та й сам дослідник не вільний від суб'єктивності: хоча бесіда планується заздалегідь, у ході спілкування практично неможливо абстрагуватися від особистісного ставлення до випробовуваного. Можна сказати, що використання бесіди як основного методу можливе при відповідній кваліфікації психолога, яка дозволяє встановити контакт із досліджуваним, дати йому можливість максимально вільно висловитися й одночасно абстрагувати особисті відносини від змісту бесіди. Застосовується на різних стадіях дослідження як для первинного орієнтування, так і для уточнення висновків, отриманих іншими методами, особливо спостереженням. Метод бесіди дає змогу детально вивчити індивідуальні думки, почуття, переконання досліджуваного, особливо у тих випадках, коли інші методи є недостатньо ефективними. Крім того, використання цього методу дозволяє враховувати індивідуальні відмінності між людьми та їхні унікальні життєві обставини. Однак метод бесіди також має певні обмеження, зокрема пов'язані з його об'єктивністю та стандартизацією, що потребує від дослідників пильного ставлення до досліджуваної проблеми і вміння працювати зі збором

та аналізом даних. Основна проблема полягає у тому, що цей метод є досить суб'єктивним, оскільки залежить від того, наскільки точно дослідник формулює запитання та вміє працювати отриманою інформацією.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 38–39).

Брехливість особистості – як соціально-психологічне явище, розглядається українськими психологами А.С. Борисюком і З.Я. Ковальчуком як необхідної умови підтримання і збереження стосунків зі значущими іншими через застосування «суспільної маски»; як засіб захисту і реалізації інтересів особистості, визнаючи за її основну функцію можливість зберігати наявні комунікативні структури за розбіжних інтересів. Ученими визначено, що детермінанти брехливості в комунікації та її вплив на міжособистісну взаємодію вимагає врахування особистісних характеристик суб'єктів спілкування, системи їхніх стосунків та соціально-психологічного змісту ситуації взаємодії. Брехливість особистості передбачає розгляд функціональної єдності мотиваційних, емоційних, когнітивних, динамічних, регуляторних та результативних складових її прояву. Брехливість має вираження у поведінці особистості у вигляді сукупності вербальних і невербальних ознак, які можуть бути помічені й визначені у процесі комунікації. З'ясовано, що брехлива поведінка у дитячому віці формується на основі страху бути покараним. У підлітковому віці це формування відбувається на основі когнітивної (образ Я) й емоційно-оцінної складової (самооцінка). Прояв брехливості у юнацькому віці формується із розвитком самоствавлення, при цьому хлопці охочіше, ніж дівчата спотворюють інформацію у спілкуванні з братами, сестрами та іншими недорослими членами сім'ї, а дівчата виявляють більшу готовність спотворювати інформацію під час спілкування з романтичними партнерами. У період дорослості брехлива поведінка має місце як засіб адаптації та реагування на вікові кризи. При збільшенні рівня брехливості у досліджуваних зменшується дезадаптивність, зовнішній контроль, нетерпимість до невизначеності, надмірне прагне-

ння до конформності, відомість, залежність; натомість збільшується сприйняття себе, рівень домінування, розширюються мімічні прояви. (Майорчак Н.М. *Брехливість особистості в соціально-психологічному контексті: монографія*. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2018. 193 с. С. 166–167).

Брехня – феномен спілкування, що полягає у навмисному перекручуванні дійсного стану речей; найчастіше виражається у змісті мовних повідомлень, негайна перевірка яких є ускладненою або неможливою. Становить усвідомлений продукт мовної діяльності, що має на меті ввести реципієнтів (слухачів) в оману. Зазвичай брехня викликана прагненням домогтися особистих або соціальних переваг у конкретних ситуаціях. Характерно, що індивід неусвідомлено розцінює свою брехню як щось нестійке і тимчасове; звідси випливає прагнення до вигадування нових її підтверджень, а пізніше – до повного замовчування. Брехня у соціальній психології вивчається як процес, за допомогою якого люди свідомо викривляють факти, щоб створити сприятливішу картину світу для себе або інших. Одна з причин брехні – соціальний тиск, який змушує людей зміцнювати своє соціальне становище або виглядати більш привабливими в очах інших. Дослідження показують, що брехня може мати негативні наслідки для індивіда та соціальної групи загалом, позаяк порушує довіру та спричиняє конфлікти. Крім того, брехня може мати фізіологічні наслідки, такі як стрес та зниження самооцінки.

(Шагар В.Б. *Сучасний тлумачний психологічний словник*. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 43).

В

Валідність (від лат. *validus* – здоровий, міцний) – одна з найважливіших характеристик психодіагностичних методик і тестів, один з основних критеріїв їхньої якості, основний показник якості психодіагностичного вимірювання у психологічних дослідженнях, що віддзеркалює ступінь відповідності даних вимірювання об'єкту виміру. Проблема валідності виникає у ході розробки і практичного

застосування тесту, коли потрібно встановити відповідність між ступенем виразності певної властивості особистості та методом її вимірювання. Валідність вказує на те, що саме тест вимірює і наскільки добре він це робить. Визначення валідності тесту завжди вимагає постановки додаткових питань: валідність для чого? для якої мети? за яким критерієм? Що вищий коефіцієнт кореляції тесту з критерієм, то вища валідність. Розвиток факторного аналізу дав можливість створювати тести, валідні стосовно фактора, що проходить ідентифікацію. Тільки перевірені на валідність тести можуть використовуватися у професійній орієнтації, професійному доборі, в наукових дослідженнях. Наприклад, валідність будь-якого тесту здібностей може бути визначена шляхом кореляції з результатами подальшої діяльності індивідів. Так, якщо тест призначений для того, щоб вимірювати здібності до навчання у медицині, і використовується при відборі в медичне училище, то його валідність буде доведена високою кореляцією його даних з оцінками, які отримують студенти, зараховані до училища. Необхідний коефіцієнт кореляції, що дорівнює 0,70 і вище, свідчить про валідність тесту. Процес оцінки ступеня, у якому тест дійсно вимірює те, навіщо він призначений, називається валідизацією. Недостатня валідність може призвести до неточних та недостовірних результатів дослідження, що може підірвати його наукову обґрунтованість і придатність для подальшого застосування у практиці. Отже, валідність є важливим критерієм якості дослідження у соціальній психології та вимагає особливої уваги дослідників.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 44).

Валідність методики – у найзагальнішому значенні – міра відповідності між тим, що закладено в конкретну методику, й тим, що вона вимірює і наскільки достовірні дані можна отримати, користуючись нею. Валідність методики визначається кореляцією її результатів з іншими критеріями якості, що вимірюються наприклад, валідність методики оцінки рівня розвитку інтелекту визначається кореляцією результатів за методикою з успішністю виконання

відповідної діяльності, і свідчить, чи придатна така методика для вимірювання певних якостей, особливостей. *Валідність експерименту* – критерій якості експерименту, залежно від якого висновки, отримані в процесі його проведення, можуть бути розповсюджені на всю генеральну сукупність. Валідність експерименту дає змогу визначати, наскільки загальними можуть бути висновки, отримані шляхом дослідження обмеженої за часом і об'ємом вибірки. Розрізняють валідність експерименту внутрішню, наскільки закономірності певної вибірки характерні для всієї генеральної сукупності, і зовнішню, якою мірою незалежна змінна пов'язана із залежною. Чистота проведення наукового психологічного експерименту передбачає визначення його валідності.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 31).*

Велика соціальна група – це кількісно не обмежувана, складно організована спільнота людей, залучених до певної суспільної діяльності, що виділяється на підставі певних соціальних ознак: класової приналежності, статі, віку, національності. Основні характеристики великих соціальних груп: психічний склад як стабільне утворення (соціальний або національний характер, традиції, звичаї, ритуали, атрибути); емоційний склад як динамічне утворення (потреби, інтереси, настрої). На відміну від малих соціальних груп не вимагають обов'язкових особистих контактів. Орбан-Лембрик у своєму підручнику з соціальної психології розглядає наступну класифікацію великих соціальних груп: *глобальний* (людство); *субглобальний* (мегагрупа) – спільноти, організації, рухи, які мають світовий інтернаціональний характер (світові релігії, наддержавні організації типу ООН, НАТО, ЄС тощо); *соціетальний* – окремі суспільства та країни, їхнє населення (у випадку національної однорідності – нації); *субсоціетальний* – великі групи (професійні, релігійні, соціокультурні утворення, партії, громадські організації). Для вивчення великих соціальних груп у соціальній психології, окрім власних, застосовують методи з галузі етнографії, етнопси-

хології, соціології, мовознавства, психолінгвістики. Однією з форм використання цих методів є міжкультурні дослідження. Йдеться про порівняльні дослідження (порівнюють різні культури, соціальні групи). Вагомий внесок у дослідження психології великих соціальних груп зроблений французькою школою на чолі з С. Московічі. Передусім ідеться про концепцію «соціальних уявлень». Спираючись на соціальні уявлення, тобто на буденні уявлення якоїсь групи про ті чи ті соціальні явища (мається на увазі спосіб інтерпретації й осмислення повсякденної реальності), кожна група будує певний образ соціального світу, його інституцій, законів, влади тощо. Соціальні уявлення формуються на основі досвіду, діяльності групи, життєвих міркувань і, отже, є інструментом не індивідуального, а групового соціального пізнання.

(Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. Кн. 2 : Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія : підручник. Київ : Либідь, 2006. 560 с. С. 157).

Вербальний (від лат. *verbalis* – словесний) – спосіб передачі інформації, що передбачає цілеспрямований словесний спосіб обміну певними повідомленнями і здійснюється за допомогою звукової та письмової мови. *Вербалізація* – процес перетворення суб'єктивних образів у словесне мислення як результат взаємодії першої і другої сигнальних систем. *Вербальний контакт* фрагмент комунікативного процесу, обмежений початком та кінцем вербальної взаємодії двох або більше комунікантів у певний час і певному місці, у процесі якого вони організовують обмін комунікативними діями, спрямований на досягнення комунікативної мети, який зазвичай відбувається згідно з принципами та правилами комунікативного кодексу певної лінгвокультури. *Вербальне спілкування* – найдосліджуваніший різновид людської комунікації і найуніверсальніший спосіб передачі думки. *Вербальна комунікація* використовує як знакову систему людське мовлення, тобто систему фонетичних знаків. За допомогою мовлення здійснюються кодування й декодування інформації: комунікатор у процесі говоріння кодує, а реципієнт у процесі слухання декодує цю інформацію. Вербальну комунікацію розглядають в кількох аспектах: – гносеологічному – як обмін

інформацією між комунікантами; – онтологічному – як мисленнєво-мовленнєву діяльність, процес комунікації; – прагматичному – як процес реалізація комунікативних інтенцій мовців.

(Тур О.М. Теоретичні і методичні засади формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності в процесі професійної підготовки. Додатки до докторської дисертації. 13.00.04. Харків, 2019. 92 с. С. 7).

Взаємодія – процес безпосереднього або опосередкованого впливу об'єктів (суб'єктів) один на одного, що породжує їхню взаємну зумовленість і зв'язок та здійснюється за допомогою соціальної діяльності. Виступає як інтегрувальний фактор, що сприяє утворенню структур. Особливість взаємодії – її причинова зумовленість. Кожна зі сторін взаємодії виступає як причина іншої та як наслідок одночасного зворотного впливу протилежної сторони, що визначає розвиток об'єктів та їхніх структур. Якщо при взаємодії виявляється суперечність, то вона виступає джерелом саморуху і саморозвитку структур. Серед різновидів взаємодій розрізняють: діадичну взаємодію, співробітництво, суперництво, педагогічну взаємодію, соціальну взаємодію. Дослідження взаємодії між людьми включає у себе вивчення таких аспектів, як взаємодія у групах, взаємодія між різними культурами і гендерами, взаємодія між батьками й дітьми, взаємодія у романтичних стосунках та інших сферах життя. Основною метою досліджень взаємодії є визначення факторів, які впливають на ефективність комунікації між людьми, а також встановлення й аналіз спільних понять та цінностей, які визначають ефективну взаємодію між людьми. Дослідження взаємодії у соціальній психології також орієнтовані на чинники, що впливають на ефективну взаємодію між людьми, які можуть бути причиною конфліктів, на способи їх уникнення, а також на розуміння процесів взаємодії між людьми, які можуть виникати у різних ситуаціях та залежати від контексту взаємодії. Наприклад, вивчається вплив соціальних ролей на взаємодію між людьми, включаючи роль влади та статусу в групі, взаємодію між старшими і молодшими колегами, а також взаємодію між співробітниками та керівництвом в організа-

ціях. Важливим завданням є розробка стратегій та методів взаємодії, які дають змогу поліпшити комунікацію та взаєморозуміння між людьми, зокрема в міжкультурному контексті. Загалом дослідження взаємодії у соціальній психології є важливим напрямом, який уможлиблює краще розуміння процесів комунікації та взаємодії між людьми, що сприяє розвитку ефективних стратегій та методів взаємодії, зменшенню числа конфліктів та поліпшенню взаєморозуміння у різних сферах життя.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 46).

Взаємодія групова – процес безпосереднього або опосередкованого впливу множинних об'єктів (суб'єктів) один на одного, що породжує їхню взаємну обумовленість і зв'язок; відбувається як між частинами груп, так і між цілими групами. Виступає як фактор інтеграції, що сприяє утворенню структур. Відомі такі види групової взаємодії, як співдружність, конкуренція і конфлікт. Так, у ході взаємодії між членами новоствореної групи з'являються ознаки, що характеризують цю групу як взаємозалежну стійку структуру певного рівня розвитку. Структурованість групи проявляється у статусних відносинах, у дії визнаних усіма членами групи норм поведінки та взаємодії, у групових цілях і цінностях. Групова взаємодія – це атрибутивна ознака групової діяльності, її процесуальна сторона, система безпосередніх, взаємозумовлених дій учасників певної реальної соціальної групи, спрямованих на реалізацію цілей групової діяльності. Як виду соціальної взаємодії, груповій взаємодії притаманні аналогічні ознаки: предметність (наявність спільної, групової мети); ситуативність (регламентованість певними обставинами, тривалість, інтенсивність, норми та впливи взаємодії); рефлексивність (багатозначність); експлікованість (можливість спостереження конкретних дій суб'єктів взаємодії). Групова взаємодія досліджується у контексті як малих груп, так і масштабних соціальних процесів, таких як міжгрупові відносини, політичні рухи та міжкультурна взаємодія. Краще розуміння групової динаміки може сприяти поліпшенню співпраці між людьми у групах,

зменшенню числа конфліктів та забезпеченню успішної роботи та спільних досягнень.

(Саркісова О.Ю. Сутність поняття «групова взаємодія» як соціальної, психологічної та педагогічної категорії. 2013. С. 59–62).

Взаємодія міжособистісна – у широкому розумінні – випадковий або навмисний, приватний або публічний, тривалий або короткочасний, вербальний або невербальний особистий контакт двох і більше людей, що приводить до взаємних змін їхньої поведінки, діяльності, відносин і установок. У вузькому розумінні – система взаємозумовлених індивідуальних дій, пов'язаних циклічною причинною залежністю. Основні ознаки міжособистісної взаємодії: предметність – наявність мети (об'єкта); експлікованість – доступність для стороннього спостереження і реєстрації; ситуативність – досить жорстка регламентація конкретними умовами тривалості. Розрізняють два основні типи взаємодії міжособистісної: 1) співробітництво (кооперація) – коли просування кожного і партнерів до своєї мети сприяє або хоча б не перешкоджає реалізації цілей інших; 2) суперництво (конкуренція) – коли досягнення мети одним із тих, хто взаємодіють, утруднює або виключає здійснення цілей інших учасників. Дослідження у галузі взаємодії міжособистісної дають змогу розуміти, як взаємодія впливає на сприйняття, мотивацію і емоційний стан людей, як вона формує спосіб мислення й поведінки і як вона може бути використана для досягнення спільних цілей. Загальні принципи взаємодії міжособистісної можуть бути застосовані у багатьох сферах, таких як робоче середовище, освіта, міжособистісні взаємини. Дослідження взаємодії міжособистісної є важливим для розвитку ефективних стратегій спілкування, які можуть сприяти досягненню успіху.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 47).

Вибірка (або вибіркова сукупність) – обмежена за чисельністю група об'єктів (у психології – досліджуваних, респондентів) відібрана відповідно до певної процедури і з певною метою (наприк-

лад, для опитування) у такий спосіб, щоб вона була репрезентативна для цієї популяції, тобто представляла її характеристики. Чисельність (обсяг) вибірки залежить від ступеня однорідності чи різноманітності об'єктів дослідження. Що більше вони однорідні, то менша чисельність забезпечує статистично достовірні висновки. Випадкова вибірка формується так, що кожен представник генеральної сукупності має однакову ймовірність потрапляння у вибірку сукупності. Стратифікована вибірка формується так, щоб кожна підгрупа генеральної сукупності, яка відповідає цілям дослідження була представлена у вибірці пропорційно своєму розміру, але її представники відбираються у випадковому порядку. Репрезентативність вибірки – інакше кажучи, її наочність – це здатність вибірки представляти досліджувані явища досить повно – з точки зору їх мінливості в генеральній сукупності. Добре спроектована вибірка дає змогу отримати достовірну інформацію про популяцію, яку досліджують, і проводити узагальнення результатів дослідження на цілу популяцію.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 25).

Визнання – висока оцінка іншими людьми результатів діяльності особистості, що дає їй задоволення і викликає почуття самоповаги. Цей феномен є важливим аспектом соціальної психології, який вивчає процес визнання та оцінки соціальної цінності людини в різних соціальних контекстах. Потреба у визнанні є однією основних потреб у піраміді потреб А. Маслоу. Дослідження у цій області допомагають краще розуміти, які критерії використовуються для оцінки соціальної цінності, як вони впливають на сприйняття та поведінку людей та як можуть бути використані для досягнення успіху і задоволення в соціальних відносинах. Легітимність соціальна – визнання, схвалення суспільством (соціальними групами, інститутами) функціонування того чи того типу соціальних відносин, а також діяльності соціальних груп, інститутів, завдяки чому встановлюється, як правило, стан відкритості реалізації їх інтере-

сів. Визнання важливе для формування самооцінки і самоідентифікації людини. Бути визнаним й оціненим позитивно може збільшити впевненість у собі та своїх здібностях, а також сприяти бажанню досягнення успіху. З іншого боку, невизнання або негативне ставлення до людини може спричинити погіршення самопочуття, втрату мотивації та зниження самооцінки. Люди, які відчують визнання та прийняття, зазвичай мають більш позитивні взаємини з іншими людьми, більші шанси на успіх у різних сферах життя та здатність досягати мети спільно з іншими людьми.

(Соціальна психологія : навч.-метод. комплекс / Н.М. Ануфрієва, Т.М. Зелінська, О.Л. Туриніна. Київ : МАУП, 2006. 200 с. С. 176, 182).

Виховання – процес свідомого цілеспрямованого і систематичного формування особистості, що здійснюється під впливом соціальних інститутів з метою підготовки її до виконання соціальних функцій та ролей, до життєдіяльності у різних сферах соціальної практики. У процесі виховання формуються потреби і стосунки, ставлення особистості, її бажання, інтереси, прагнення, ідеали, світогляд і переконання, здійснюється цілеспрямований, планомірний та систематичний вплив на духовний і фізичний розвиток особистості з метою її підготовки до життєдіяльності у певному суспільстві. Виховання – це процес соціалізації, що включає в себе передачу цінностей, та залежить від культурних, економічних, політичних та інших чинників, що впливають на соціальний контекст, у якому зростає особистість. Виховання може бути позитивним або негативним, залежно від того, які цінності та норми передаються, а також формальним (у школі, університеті) та неформальним (у сім'ї, серед друзів). *Особистісно-орієнтоване виховання* – процес створення необхідних психолого-педагогічних умов активізації суб'єктивної діяльності особистості, що залежать від онтогенетичних закономірностей її розвитку на різних вікових етапах. Головна мета особистісно-орієнтованого виховання – перетворення об'єкта виховання на активного суб'єкта виховання, діяльності шляхом створення такої системи виховних впливів, яка максимально враховує його психологічні закономірності й індивідуальні особливості. Основ-

ними принципами особистісно-орієнтованої виховної технології є: цілеспрямованого створення емоційно збагачених виховних ситуацій; особистісно розвивального спілкування; використання співпереживань як психологічного механізму у вихованні особистості.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 116).

Відповідальність – здійснюваний у різних формах контроль над діяльністю суб'єкта з позицій виконання нестандартних, не прийнятих у суспільстві норм і правил. Розрізняють зовнішні форми контролю, що забезпечують покладання відповідальності за результати його діяльності (підзвітність, карність), і внутрішні форми саморегуляції його діяльності (почуття відповідальності, почуття обов'язку). Відповідальність особистості перед суспільством характеризується свідомим дотриманням моральних принципів та правових норм. Відповідальність як риса особистості формується у ході спільної діяльності як результат інтеріоризації соціальних цінностей, норм та правил. Відповідальність, на думку академіка АПН України І.Д. Бега, передбачає визнання людиною єдиної активної причетності до соціального і природного світу, і це визнання є не стільки результатом оцінки особистості іншими людьми, скільки її власним переконанням, моральним принципом, підсумком самоусвідомлення. Відповідальна людина має право стверджувати: я відповідаю всім своїм життям, кожний мій акт і переживання є моментом мого життя як відповідальності. Внутрішній світ відповідальної особистості завжди відкритий для соціальних потреб, пріоритетів, людських цінностей. В українській науковій думці ґрунтовне вивчення відповідальності уперше реалізував М.В. Савчин. Учений проаналізував взаємозв'язок відповідальності з такими особистісними утвореннями, як спонукальна сфера та самосвідомість, відзначив роль неусвідомлюваного у відповідальній поведінці індивіда. Він також охарактеризував когнітивний, емоційно-мотиваційний та поведінковий компоненти відповідальності, виділивши її психологічні механізми (емоційне переключення, мотиваційне опосеред-

кування, конкретні механізми прийняття особистістю обов'язку тощо). На думку М.В. Савчина, для функціонування відповідальності важливе значення мають моральні конструкти свідомості як специфічні засоби моральної інтерпретації реальності, крізь призму яких суб'єкт сприймає дійсність і себе у ній, а також свобода, яка є основною умовою відповідального життя людини.

(Актаєва М.Г. Психологічні чинники формування громадянської відповідальності у юнацькому віці : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2017. 263 с. С. 21, 26, 249).

Віра – установка, стан свідомості, когнітивний і емоційний стан людини, який відображає її уявлення про світ, переконання та оцінки життєвих ситуацій. Віра може бути спрямована на різні об'єкти, включаючи релігійні, соціальні, політичні й інші. Раціональна віра полягає у знанні і виявляється у переконанні. Віра може становити і несвідому впевненість у чомусь, не засновану на тому чи тому конкретному знанні. Віра – обов'язковий компонент будь-якої релігії. Віра перевищує силу зовнішніх фактичних і формально психологічних доказів. У психології віра розуміється як віра-почуття, віра-переконання, віра-характеристика свідомості, віра-ставлення, віра-готовність та віра-установка, віра як мотиваційна тенденція особистості. Релігійна віра як частковий вияв віри пов'язується із впевненістю в реальне існування Бога, надприродного трансцендентного світу. Психологічними характеристиками віри є сконцентрованість на Бозі, постійне зростання і збагачення релігійного почуття, повага до себе та інших, служіння вищій ідеї (ідеї Бога), усвідомлення власної недосконалості та переконаність у тому, що віра збагачує особистість, інтернальність і протистояння конформізму, орієнтованість на теплі міжособистісні взаємини, потреба у спілкуванні з Богом, категоричність мислення, толерантність, реалізм, виконання захисних функцій, сповненість почуттям благоговіння й любові. Довіра визначається як почуття або переконання щодо якоїсь особи, що ця людина надійна; на неї можна покластися відносно істинності того, що вона говорить або робить. Віра в людей має певний вплив на ставлення майбутніх психологів

до конкретних осіб, які входять до її соціально-психологічного простору. «Віра в людей» не змінюється від ступеню диференціації ставлення до людини, якій довіряю найбільше, і до людини, яка не виправдала довіри. Уявлення майбутніх психологів про те, що людина за своєю природою схильна до співробітництва підсилюються за рахунок надійності та приязні до іншої людини, незалежно від того, чи виправдала вона довіру, чи ні.

(Кузнецов О.І. Психологічний аналіз феномену віри у науковому пізнанні. Психологія і особистість. 2017. № 1 (11). С. 289–295).

Внутрішньогруповий фаворитизм (від латів. favor – прихильність) – тенденція сприяти членам своєї групи на противагу членам інших груп (наприклад, даючи першим вищі оцінки, розподіляючи винагороди тощо). Внутрішньогруповий фаворитизм (солідарність) може бути обумовлений реальною загрозою, більш повним усвідомленням власної групової приналежності (ідентичності) та непроникністю групових меж. Водночас ситуації конкуренції та протистояння між групами створюють соціально-психологічні умови виникнення внутрішньогрупового фаворитизму. При цьому аутгрупа як така може не погрожувати, а сприйматися як ворожа інгрупою помилково – внутрішньогруповий фаворитизм все одно виникає. Також із цим явищем пов'язують ефект «ми» і «вони» як тенденцію сприяння членам своєї групи. Слушним, але дещо суперечливим є твердження, що груповий фаворитизм посилюється при порівнянні з іншою групою (групами) за критеріями, які є значущими для неї так само, як і для групи, з якою її порівнюють, та надають можливість однозначного порівняння. Також цей феномен пов'язують з підвищенням значення для членів групи членства в ній. Серед негативних проявів фаворитизму маніпулювання поясненням причин успіхів і невдач та ухилення від відповідальності. Внутрішньогруповий фаворитизм може бути спричинений різними факторами, такими як спільна ідентичність, групова приналежність та соціальна норма. Цей феномен може мати як позитивні, так і негативні наслідки, залежно від того, як він впливає на взаємодію між групами. З одного боку, внутрішньогруповий фаворитизм може зміц-

нювати взаємодопомогу в групі, підвищувати самооцінку та допомагати у досягненні спільних цілей. З іншого боку, цей феномен може вести до дискримінації і конфліктів між групами, зменшувати можливості співпраці та спільної роботи. Тому вивчення внутрішньогрупового фаворизму в соціальній психології дозволяє краще зрозуміти процеси соціальної ідентичності та взаємодії між групами, а також розробляти стратегії для підвищення ефективності співпраці та міжгрупового взаєморозуміння.

(Коробанова О.Л. Психологічні особливості групових феноменів в інформаційно-цифровому просторі. Institute of Social and Political Psychology of NAES of Ukraine. 2019. С. 1–9. С. 3).

Внутрішньоособистісний конфлікт – психологічний стан більш або менш тривалої дезінтеграції особистості, що зумовлений загостренням суперечностей у її ціннісно-мотиваційній сфері і виражається розузгодженістю поглядів, ставлень і дій щодо себе, інших і світу загалом (Т.М. Маланьїна). При більш глибоких конфліктах основною темою переживань стає Я особистості, її самоцінність. Внутрішньоособистісний конфлікт – стан незадоволеності людини обставинами життя, пов'язаний із наявністю в неї суперечливих інтересів, прагнень, потреб, що породжують афекти й стреси. Саме внутрішньоособистісні конфлікти спонукають людину до розвитку, акцентують її увагу на тому, які якості необхідно розвинути для поліпшення ефективності власного життя і діяльності. Метою подолання внутрішньоособистісних конфліктів є відновлення та забезпечення внутрішньоособистісної узгодженості, рівноваги і душевного комфорту. Основними механізмами подолання внутрішньоособистісних конфліктів визначено: вибір між суперечливими тенденціями та трансформацію складових конфлікту, прикладом чого є когнітивне переструктурування або розвиток тих особистісних якостей, які зумовлюють виникнення конфлікту. У перетворенні складових конфлікту значну роль відіграють також неусвідомлені психологічні захисти. Ефективність форм і способів подолання залежить від індивідуально-особистісних властивостей,

типу конфлікту, його структурної складності, впливу на психіку та реальну поведінку людини.

(Маланьїна Т.М. Психологічні особливості подолання вчителями внутрішньо-особистісних конфліктів : автореф. дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2011. 22 с. С. 7).

Вплив – у психології процес і результат зміни індивідом поведінки іншої людини, її установок, намірів, уявлень, оцінок тощо у процесі взаємодії з ним. Розрізняють вплив спрямований і ненаправлений. Механізм першого – переконання і навіювання. При цьому суб'єкт ставить завдання домогтися певного результату від об'єкта впливу. Ненаправлений вплив подібного спеціального завдання не має, хоча ефект впливу виникає, часто виявляючись у дії механізмів зараження і наслідування. Розрізняють також: 1) вплив прямий – коли суб'єкт відкрито пред'являє об'єктові впливу свої домагання і вимоги; 2) вплив непрямий – безпосередньо спрямований не на об'єкт, а на середовище, що його оточує. Критерії корисності впливу – загальнолюдські цінності й інтереси суспільства. Вплив може бути позитивним або негативним, залежно від того, чи сприяє він досягненню мети, поліпшенню стану або навпаки. Український психолог О.В. Давидова у дисертаційному дослідженні розглядає «вплив» як процес і результат зміни поведінки іншої людини, її установок, намірів, уявлень, тощо. *Вплив соціальний* – зміна поведінки, ціннісних установок, знань, орієнтацій особистості за допомогою дії інших індивідів, групи. Відповідно до класифікації соціальний вплив може бути примусовим, нагороджувальним, інформаційним, експериментальним, референтним. Вплив соціальний є одним з елементів соціальних технологій. У соціальній психології вивчається багато різних форм впливу, таких як конформізм, соціальна фасилітація, соціальна індукція та інші. Дослідження впливу дають змогу краще розуміти, які фактори впливають на поведінку та як можна використовувати ці знання для поліпшення як соціального, так і індивідуального благополуччя.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 65; 2. Давидова О.В. Психологічні особливості впливу педаго-

гічних стереотипів на професійну діяльність учителя : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2017. 246 с. С. 39).

Вчинок – свідомо дія, оцінювана як акт морального самовизначення людини, у якому вона утверджує себе як особистість – у своєму ставленні до іншої людини, до себе самої, групи або суспільства, до природи загалом. Вчинок – основна одиниця соціальної поведінки. У ньому проявляється і формується особистість людини. Реалізації вчинку передують внутрішній план дії, у якому представлений свідомо вироблений намір, є прогноз очікуваного результату та його наслідків. Вчинок може бути виражений: 1) дією або бездіяльністю; 2) позицією, вираженою у словах; 3) ставленням до чого-небудь, що проявляється у жесті, погляді, тоні мовлення, смислового підтексті; 4) дією, спрямованою на подолання фізичних перешкод та пошук істини. Український психолог В.А. Роменець, побудував оригінальну концепцію вчинку, базовану на його розгляді у широкому гуманітарному контексті, й започаткував у психологічній науці вчинкову парадигму, згідно з якою вчинок стає не тільки предметом, а й методичною основою для вивчення психіки. У вчинку він вбачав сутнісне ядро людського буття, зі спроможністю до вчинку пов'язував можливість високого злету людської душі і людського духу. Наукові формули, що становлять теоретично-методологічне підґрунтя філософсько-психологічної теорії вчинку В.А. Роменця, такі: у вчинку як у «вузловому осередку буття» виявляється активна творча взаємодія людини і світу; буття у своїй сутності розкривається як «усезагальний вчинок», у ставленні до якого і людина, і сам «великий світ» виявляються у певному розумінні залежними феноменами; вчинок – результат взаємного переходу особистості та макрокосмосу, і цей перехід виявляє себе як творчий акт; вчинок є основною ланкою, осередком будь-якої форми людської діяльності; розробка загальної теорії психіки передбачає визначення вчинкової дії та післядії як усезагального комунікативно-творчого акту, який здійснюється між людиною і світом. Головний зміст післядії – усвідомлення людиною свого вчинку і його наслідків для себе та інших. Дію завершено, але вчинок ще не

завершується, на етапі післядії підсумок зробленого стає основою нових кроків уперед.

(1 Шагар В.Б. *Сучасний тлумачний психологічний словник*. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 67); 2. Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2*. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. І. Франка, 2015. 104 с. С. 4).

Г

Гендерна роль – специфічний набір закріплених у суспільстві вимог і очікувань, які суспільство пред'являє до осіб чоловічої й жіночої статі, та прояв диференціації діяльності, статусів, прав та обов'язків індивідів залежно від статевої приналежності. Гендер – це стать як продукт виховання, впливу культури або «соціальна стать» Соціально-культурна роль чоловіка чи жінки, що визначає їхню роль у суспільстві і його інститутах (сім'ї, культурі, освіті тощо). Гендерні ролі є різновидом соціальних ролей, вони нормативні, відбивають певні очікування суспільства та проявляються у поведінці. На рівні культури вони існують у контексті певної системи статевої символіки та стереотипів маскулінності і фемінності. Маскулінність та фемінність складають нормативні уявлення про соматичні, психічні та поведінкові властивості, притаманні чоловікам і жінкам; це соціально-психологічні конструкти, зміст яких визначається уявленнями про «чоловіче» та «жіноче». Гендерна ідентичність розглядається як продукт і процес засвоєння суб'єктом конструктів маскулінності та фемінності, як наявність у суб'єкта певною мірою визначених маскулінних і фемінних рис. Дослідження гендерних ролей дозволяють краще розуміти, як вони формуються і як можуть бути змінені, що може мати велике значення для досягнення рівності статей та поліпшення як соціального, так і індивідуального благополуччя. Формування тендерних ролей особистості – це складні й різноманітні процеси, які підлягають багатьом закономірностям і на їх шляху виникають багато суперечностей, проблем, дисгармоній. Знання цих закономірностей має допомогти уникнути цих суперечностей розвитку. Це шлях не лише до гармонійності розвитку тендерної сфери людини, а й до гармо-

нійності особистості загалом, до гармонійності її стосунків з особами протилежної статі і з соціальним світом взагалі.

(1. Іванченко С.М. Багатовимірна модель гендера. Соціальна психологія. 2007. № 4. С. 157–173. С. 157; 2. Карнаух Л. Психологічні аспекти формування гендерних ролей особистості в період дошкільного дитинства. Studia Zarządzania I Finansów Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu. 2018. Nr 14. С. 121–127. С. 127).

Героїзм – це акт соціальної активності, який має двокомпонентну структуру: свідомий і несвідомий рівень. Філіп Зімбардо у фундаментальній праці «Ефект Люцифера» зазначає, що героїзм і статус героя завжди є соціальними атрибутами, звання героя надають людині інші. Для того, щоб вчинок назвати героїчним (а людину – героєм), має бути соціальна згода у тому, наскільки визначною і значимою у своїх наслідках є ця дія. Визначення героїзму завжди залежать від культури і від часу. У феномені героїзму чітко простежується вольовий і моральний компоненти, а когнітивний не домінує, він є лише допоміжним засобом для побудови стратегії дій, але для прийняття рішень використовується поверхнево. Навпаки, занадто раціональні та завбачливі особистості вкрай рідко здійснюють героїчні вчинки. У сучасній психології героїзм фрагментарно розглядають у психології екстремальних ситуацій, який є станом і триває незначний проміжок часу. У визначенні поняття «герой» є чотири найпоширеніші трактування: 1) герой – це людина, яка здійснила подвиг, проявила особисту мужність, готовність до самопожертви; 2) герой – це людина, яка в певну історичну добу слугує еталоном поведінки, носієм суспільно привабливих рис, так званий національний герой. У разі прийняття суспільством він має особливий вплив на молодь; 3) типовий представник певної епохи, який уособлює риси конкретного соціального класу, але його недолік – в обмеженості впливу на соціальні групи; 4) головний персонаж художнього твору. В одному із визначень героїзму, запропонованому психологом Беккером, фізичний ризик зазначено як його визначальну рису, а герої – це «люди, які вирішили піти на ризик заради однієї або декількох інших осіб, попри можливість заги-

нути або завдати серйозної шкоди своєму здоров'ю». Загально-прийнята на цей момент концепція героїзму наголошує насамперед на фізичних ризиках, але при цьому не надає належної уваги іншим аспектам героїчних учинків, наприклад, шляхетності мети, ненасильницьким діям, самопожертві. Героїзм зосереджує нашу увагу на найкращих рисах людської натури. Проаналізувавши людські чесноти, послідовники позитивної психології створили набір із шести основних категорій добродісної поведінки, які визнають майже в усіх культурах. Це такі категорії: мудрість і знання, хоробрість, людяність, справедливість, помірність і духовність. Серед них хоробрість, справедливість і духовність – основні ознаки героїзму. Духовність передбачає переконання і дії, що виходять за межі особистості. Багатовимірні концепції героїзму, що в тією чи тією мірою враховують ідеї хоробрості, справедливості і духовності, опрацював Селігман із колегами як частину їх класифікації чеснот і сильних сторін. Ф. Зімбардо зазначає, що виявом героїзму може бути наполеглива поведінка попри очевидну тривалу загрозу здоров'ю або серйозні фінансові наслідки, попри ризик втрати суспільного або економічного статусу, попри переслідування. Героїчний вчинок можна визначити за наявністю чотирьох головних ознак: а) він має бути здійснений добровільно; б) він має бути пов'язаний із ризиком або потенційною самопожертвою, наприклад, із загрозою загибелі, очевидною загрозою фізичному здоров'ю, або ж довгостроковою загрозою здоров'ю загалом, шансом серйозного погіршення якості життя; в) він повинен здійснюватися заради людини або багатьох людей, чи суспільства загалом; і г) вчинок не має бути пов'язаний із очікуванням додаткової вигоди у момент здійснення. Створена К.М. Васюком структурна модель демонструє, що в структурі героїчної поведінки особистості містяться як особистісні, так і ситуативні чинники, а для її реалізації необхідна наявність одночасно повного набору відповідних моральних і вольових якостей. Також героїчна поведінка в усій своїй повноті здатна розкритися тільки на фоні стресової події, екстремальної ситуації, яка є непересічною для індивіда. Героїчний сценарій завжди розгортається

ся за типом переможця і є певною мірою компенсаторним механізмом раннього досвіду. Особлива роль у цьому процесі відводиться певній стресовій події, яка створює комплекс неповноцінності та запускає механізм реалізації героїчного сценарію як засобу самоствердження особистості й відновлення позитивної самооцінки, яка була порушена внаслідок впливу стресового чинника. Усе вищезгадане демонструє важливість дослідження героїзму у соціальній психології, оскільки героїчні дії можуть стати прикладом для інших людей у групі і можуть підвищувати рівень соціальної солідарності, моральної та соціальної відповідальності і здійснювати значний вплив на соціальні процеси. Особливий приклад колективного героїзму виник в Україні 24 лютого 2022 р., коли весь український народ об'єднався у боротьбі проти повномасштабної російської агресії.

(1. Зімбардо Ф. Ефект Люцифера. Чому хороші люди чинять зло. Київ: Yakaboo Publishing, 2019. 592 с. С. 561; 2. Васюк К.М. Методологічні аспекти дослідження героїзму в структурі особистісного сценарію. Науковий вісник Херсонського державного університету: збірник наукових праць. Серія: Психологічні науки. Херсон, 2017. Вип. 2. Т. 1. С. 57–61. С. 59).

Гідність – уявлення про цінність людини як особистості, ставлення людини до самої себе на основі адекватної самооцінки і ставлення до інших людей. Гідність є формою прояву самосвідомості і самоконтролю, на яких ґрунтується вимогливість людини до самої себе, усвідомлення особистістю соціального значення своїх моральних і ділових якостей, свого положення, статусу в групі, команді в суспільстві. Гідність включає право людини на повагу, визнання її прав і одночасно передбачає усвідомлення нею свого обов'язку і відповідальності перед суспільством. Людина з почуттям власної гідності не відступається від своїх обов'язків, обіцянок і зберігає мужність у важких життєвих ситуаціях. Низький рівень гідності може викликати почуття неповноцінності та неприйнятності для інших людей, що може спричинити депресію та інші психічні проблеми. Високий рівень гідності може сприяти позитивному самопочуттю і самовизначенню, а також сприяти більш успішній соціаль-

ній адаптації та міжособистісним відносинам. Гідність може бути визнана одним із ключових понять, пов'язаних із поняттям самооцінки, а також з питаннями самоідентифікації та ідентифікації зі значимими групами і соціальними категоріями. Український психолог О.М. Швець у дисертаційному дослідженні розробив програму становлення гідності особистості в освітній взаємодії та вивчає гідність як особистісну диспозицію, яка передбачає певний рівень особистісного розвитку і властивий кожній людині феномен само-свідомості, здійснює саморегуляцію поведінки відповідно до міри усвідомлення переживання ідеї автентичної самоцінності людини. Рівень особистісної гідності визначений характеристиками активності, гнучкості, автентичності, ґрунтує готовність до діяльності, зокрема, пов'язаної з подоланням труднощів, здатність до самостійного визначення, вільного життєвого вибору та відповідальності за свій вибір. Гідність розглядається як складне інтегративне особистісне утворення, що забезпечує перманентний розвиток людини і послідовне досягнення нею значущих результатів у соціальній сфері, сфері інтелектуальних досягнень, а також зоні особистісного і духовного розвитку. Становлення особистісної гідності визначається динамікою системи міжособистісних взаємин в освітньому просторі у взаємозв'язку з розвитком особистості, розкриттям її унікальних здібностей і можливостей.

(Швець О.М. Психологічні чинники становлення особистісної гідності в освітньому просторі : автореф. дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.01 – загальна психологія, історія психології. Київ, 2021. 24 с. С. 18).

Гіпотеза (від грец. hypothesis – основа, припущення) – наукове припущення, сформульоване дослідником щодо наявності чи відсутності емпіричних зв'язків, залежностей між об'єктами та явищами, що вивчаються. Гіпотеза завжди формулюється так, щоб вона підлягала перевірці на емпіричній основі, після чого може бути або підтримана або, навпаки, відкинута. Відмова від гіпотези, нездатної пояснити якесь явище, викликає потребу у створенні нової гіпотези. Зазвичай гіпотеза передуює розробці теорії. У соціальній психології гіпотези використовуються для формулювання теорій та розробки

досліджень. Гіпотези можуть стосуватися різних аспектів людської поведінки та мислення, наприклад, впливу соціуму на поведінку, формування стереотипів, роль емоцій у прийнятті рішень тощо. Перевірка гіпотез може здійснюватись за допомогою різних методів дослідження, таких як експерименти, опитування і спостереження, соціометрія, референтометрія. Результати досліджень можуть підтверджувати чи спростовувати гіпотези, що дає змогу розширювати наше розуміння людської поведінки та мислення і вдосконалювати теорії соціальної психології.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 23).

Готовність – активно-дійовий стан особистості, установка на певну поведінку, мобілізованість сил на виконання завдання і пов’язується з необхідністю визначення рівня можливостей людини до ефективного здійснення того чи того виду діяльності. У складі готовності як синтезі властивостей особистості, виділяють такі елементи: позитивне ставлення до діяльності, інтереси, схильності; характерологічні риси; психічний стан; цілі; певні мотиви; здібності; володіння знаннями, уміннями і навичками; наполегливістю і рішучістю здійснити дії. Наприклад, розвиток психологічної готовності особистості до батьківства в аспекті її підготовки до сімейного життя, виконання функцій батьківства, готовність до виконання власної соціальної ролі у сім’ї, яка є пріоритетною цінністю будь-якої сучасної держави, зацікавленої у збереженні свого населення, зміцненні міжнародного статусу і всіх соціокультурних інститутів. Готовність – це комплексна внутрішня характеристика особистості, яка відображає її готовність до різних видів діяльності та взаємодії з іншими людьми. У соціальній психології готовність вивчається як важливий фактор, який впливає на соціальну поведінку людини та її адаптацію до соціального середовища. Готовність може бути спрямована на різні види діяльності, включаючи академічну, професійну та соціальну, а також на різні взаємодії з іншими людьми. Утруднюють відчуття готовності пасивне ставле-

ння до завдання, безтурботність, байдужість, відсутність плану дій і наміру максимально використати свій досвід. Недостатність готовності призводить до неадекватних реакцій, помилок, невідповідності функціонування психічних процесів тим вимогам, що ставляться ситуацією. До структури готовності особистості до професійної діяльності входять такі компоненти: мотиваційний (ставлення до професії, інтерес до неї); орієнтаційний (уявлення про особливості і зміст професійної діяльності, про її вимоги до особистості працівника); операційний (володіння способами і прийомами професійної діяльності, необхідними знаннями, вміннями та навичками); вольовий (самоконтроль, саморегуляція, вміння керувати собою у процесі виконання професійних обов'язків); оцінний (самооцінка своєї професійної підготовки і її відповідності вимогам діяльності).

(Кокун О.М. Зміст та структура психологічної готовності фахівців до екстремальних видів діяльності. Проблеми екстремальної та кризової психології : збірник наукових праць. Харків : УЦЗУ, 2010. Вип. 7. С. 182–190. С. 184).

Громадська думка – це стан масової свідомості, викликаний ставленням різних соціальних прошарків суспільства до певних подій. Її зміст зумовлений загостренням інтересу до актуальних, дискусійних проблем. Громадська думка може проявлятися у низці функцій: регулює і пропонує певну поведінку; виражає й відтворює оцінювання подій і фактів тощо. Функції громадської думки: регулятивна (регулювання поведінки); пізнавальна (інформованість людей, накопичення певних даних, уявлень і міркувань); спонукальна (збудження активності, спонука до дії); оцінювальна (висловлення ставлень, оцінок); згуртування (поєднання індивідуальних думок в одну); демонстрування (екстраполяція ставлень, оцінок поведінки, справи); формувальна (вироблення поглядів, оцінок подій та явищ життя); впливу (впливає на сприйняття, переробку інформації, на прояв якостей і досвіду індивіда). Стосовно форм прояву громадської думки, то вони такі: оцінка, скарга, порада, схвалення, побажання, невдоволення, осуд, несхвалення, незгода, протест. За структурою громадську думку поділяють на моністичну і плюралістичну. Виникаючи на різних рівнях суспільної свідомості (у науці, ідео-

логії тощо), громадська думка може бути адекватною чи неадекватною реальності, містити реальні чи ілюзорні уявлення. До структури громадської думки входять як елементи раціонального знання, так і уявлення, тобто узагальнення багатьох чуттєвих вражень, котрі виникають часто у результаті роботи уяви. При цьому важливо підкреслити, що фрагментарність уявлень може й дезорієнтувати громадську думку. Громадська думка тісно пов'язана з поведінкою, позаяк важлива її особливість – спрямованість на практичні дії. Важлива риса громадської думки – розгляд будь-якої події, явища з позицій схвалення чи осуду, тобто з погляду оцінки. Отже, відтворення дійсності у громадській думці має переважно оцінний характер. (Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 65).*

Група – обмежена розміром спільність людей, що виділяється, або яку виділяють із соціального цілого за певних ознак: характеру діяльності, соціальної або класової приналежності, структури, композиції, рівня розвитку тощо. Члени групи перебувають у взаємодії та співпрацюють між собою з метою досягнення спільної мети або задоволення спільних потреб. Найбільш розповсюджені класифікації груп: 1) за розміром: групи великі, малі, мікрогрупи (діади, тріади); 2) за суспільним статусом: групи формальні (офіційні) і неформальні (неофіційні); 3) за безпосередністю взаємозв'язків: групи реальні (контактні) та умовні; 4) за рівнем розвитку: а) групи низького рівня розвитку: асоціації, корпорації, групи дифузійні; б) групи високого рівня розвитку – колективи; 5) за значимістю: групи референтні та групи членства. Розмір, структура і склад групи визначаються цілями і завданнями діяльності, до якої вона залучена або заради якої створена. Зміст спільної діяльності членів групи опосередковує всі процеси внутрішньогрупової динаміки: розвиток міжособистісних відносин, сприйняття партнерами один одного, формування групових норм і цінностей, форм співробітництва і взаємної відповідальності. Відносини, що сформувалися в групі, впливають на ефективність її діяльності. Група – традиційний пред-

мет соціально-психологічних досліджень у яких вивчаються процеси, що розвиваються всередині групи, і сама група як цілісний суб'єкт діяльності, що взаємодіє з іншими групами включений до системи суспільних відносин. Дослідження груп дозволяють розуміти, які фактори впливають на ефективність групової діяльності, які ролі відіграють її члени та як здійснюється процес прийняття групових рішень.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 81).

Групова динаміка (від грец. dynamis – сила) – це галузь соціальної психології, яка досліджує психічні процеси, що відбуваються у малих групах. Мала група має власні механізми, що забезпечують їй збалансованість між силами, які ведуть до її змін, розвитку і стабілізації. Групова динаміка – це сукупність групових процесів, які відображають увесь цикл життєдіяльності групи та її етапи: утворення, функціонування, розвиток, розпад, а також ті прийоми та методи, які дають змогу вивчати внутрішньогрупові процеси в умовах лабораторного експерименту. Уперше поняття «групова динаміка» було використано К. Левінім у статті «Експерименти в соціальному просторі», що була опублікована в одному з американських наукових журналів у 1939 р. Основні теоретичні принципи групової динаміки такі: група є ціле, яке існує у великому соціальному «полі» з багатьма перехресними динамічними зв'язками; група є дещо більше, ніж сума її членів; вона має власну структуру і свої цілі; критерієм визначення групи є взаємозалежність її членів; група є «динамічним цілим», зміна у будь-якій її частині приводить до зміни цілого; кожен член групи існує у соціальному полі, де всі індивідуальні проблеми безпосередньо пов'язані з груповими; кожна група має певні структурні (тип організації, рівень єдності й диференціації частин) і динамічні властивості (групові цілі, групова ідеологія, яка представлена системою цінностей). Виокремлюють три психологічні механізми групової динаміки: *розв'язання внутрішньогрупових суперечностей* (між зростаючим прагненням індивідів до самореалізації й тенденцією інтеграції із групою, між

поведінкою лідера групи й очікуваннями його послідовників); *ідіо-синкразійний* кредит (надання групою високостатусним її членам можливості відхилитися від групових норм); *психологічний обмін* (надання групою більш високого психологічного статусу індивідам у відповідь за більш високий їхній внесок у її життєдіяльність).

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 28–30).*

Групова згуртованість – це процес формування особливого типу зв'язків у групі, що дають змогу перетворити зовнішньо задану структуру на психологічну спільноту, системний психологічний організм, який живе за своїми законами. У руслі соціометричного дослідження малих груп згуртованість пов'язується з таким рівнем розвитку міжособистісних відносин, який характеризується високим відсотком виборів на основі взаємних симпатій. Соціометрія запропонувала спеціальний «індекс групової згуртованості», який обчислюється як відношення загального числа взаємних позитивних виборів до числа можливих виборів. Згідно з моделлю когнітивістської концепції Л. Фестінгера, існує чотири основні детермінанти згуртованості: якою мірою учасники розглядають певну групу як можливість задоволення своїх потреб і цілей; якою мірою сама група (її цілі, перспективи, становище в організації, престижність членства у ній та ін.) має властивості, що спонукають людей брати участь у її діяльності; як кожен окремих член групи оцінює наслідки свого членства у цій групі (позитивно, негативно і якою мірою); як люди оцінюють своє членство в цій групі порівняно з досвідом участі у діяльності інших груп. У соціальній психології існує також програма дослідження згуртованості, що пов'язана із працями Т. Ньюкома, котрий увів поняття «згода» для розгляду згуртованості. Порівняно з підходами Дж. Морено і Л. Фестінгера, він висунув нову ідею про необхідність виникнення схожих орієнтацій членів групи щодо якихось значимих для них цінностей. *Дифузна група* – спільність, у якій немає згуртованості як ціннісно-орієнтаційної єдності та спільної діяльності, здатної опосередку-

вати відносини її учасників (початковий рівень розвитку групи). Групова згуртованість може впливати на групову динаміку та рішення, зроблені групою. Використання методів підвищення групової згуртованості може сприяти підвищенню ефективності групової діяльності та досягненню спільних цілей групи.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 40–41).*

Групова сумісність – соціально-психологічний показник згуртованості групи, що виражає можливість безконфліктного спілкування і погодження дій індивідів в умовах спільної діяльності. Згідно зі стратометричною концепцією групової активності групова сумісність реалізується на *нижчому рівні*, основою його є психофізіологічна сумісність темпераментів і характерів, сенсомоторна узгодженість індивідів при виконанні спільних дій, згуртованість, яка виражається в інтенсивності комунікативних внутрігрупових зв'язків і у взаємності соціометричних виборів; *більш високому рівні*, який характеризується узгодженістю функціонально-рольових очікувань осіб групи стосовно того, що саме, з ким і в якій послідовності повинен робити кожен, реалізуючи суспільно-значущу і єдину для всіх мету; *вищому рівні*, який відтворює предметно-цільову і ціннісно-орієнтаційну єдність. Групова та міжособистісна сумісність є передумовою і показником згуртованості групи, а та, зі свого боку, – одним із процесів групової динаміки, мірою потягу індивідів один до одного та до групи загалом, характеристикою ступеня їх єдності. Всі критерії сумісності можна розділити на три групи: 1) поведінкові (вибір партнера для спілкування, відносин, ефективність взаємодії, низька конфліктність, узгодженість рольової поведінки); 2) емоційні (задоволеність результатом і процесом взаємодії, міжособистісними відносинами, позитивні міжособистісні почуття); 3) когнітивні (високе взаєморозуміння, позитивні уявлення про взаємодію). Групова сумісність може відігравати важливу роль в багатьох контекстах, таких як робота, навчання, спорт, політика та соціальні ініціативи. Наприклад, коли люди працюють разом над

проектом, групова сумісність може сприяти підвищенню ефективності, зниженню конфліктів та зростанню мотивації. У спорті, де командна гра є важливою складовою успіху, групова сумісність може допомогти гравцям розвивати співпрацю, зміцнювати командний дух та досягати більш високих результатів. Загалом, групова сумісність є важливою концепцією у соціальній психології, яка допомагає розуміти, які фактори впливають на ефективність групової роботи та як їх можна оптимізувати.

(Кошонько Г.А. Теоретичні засади дослідження подружньої сумісності як психологічного феномена. Теорія і практика сучасної психології. 2019. № 2. Т. 1. С. 155–160. С. 57).

Групоутворення – перетворення у ході спільної діяльності реальної і спочатку дифузійної людської спільності на об'єднання взаємозалежних осіб, що взаємодіють між собою, – групу певного рівня розвитку. Різновид групоутворення – колективоутворення – перетворення групи на колектив, коли вона проходить у своєму розвитку кілька стадій, що характеризуються не тільки зовнішніми змінами (часом існування, кількістю комунікацій, відносинами влади і підпорядкування, кількістю соціометричних виборів та ін.), але і певними феноменами міжособистісних відносин (ціннісно-орієнтаційна єдність, колективістські самовизначення й ідентифікація, мотивація міжособистісних виборів, референтність та ін.), що виникають на базі спільної діяльності, соціально цінної та особистісно значимої для всіх членів групи. Стадії, які група проходить у процесі групоутворення, типологічно поєднуються у п'ять позицій: 1) *групи дифузні* – спільності, де люди є тільки співприсутніми (пасажери в автобусі, екскурсія, слухачі курсів у перший день занять та ін.) і де відсутність опосередкування міжособистісних взаємин зумовлена відсутністю спільної діяльності; 2) *асоціації просоціальні* – наприклад, дружні компанії, що можуть стати групою високого рівня розвитку, якщо їх об'єднає соціально значима спільна діяльність; 3) *групи і колективи*, де міжособистісні відносини опосередковані соціально цінною діяльністю; 4) *асоціальні асоціації* (наприклад, група агресивно налаштованих підлітків), де опосеред-

кування міжособистісних відносин будь-якою діяльністю є мінімальним – при максимально асоціальних факторах, що опосередковують; 5) *асоціальні корпорації* (наприклад, мафія чи банда), де є антисоціальна діяльність, що опосередковує всі міжособистісні відносини, засновані на страху, пригніченні й приниженні. Групоутворення може бути ініційоване зовнішніми чинниками, такими як спільні ресурси, небезпека, конфлікти, а також внутрішніми чинниками, такими як бажання досягти спільної мети, підтримувати взаємодію та спілкування, створювати соціальну підтримку і безпеку. Окреслений феномен можна досліджувати за допомогою соціально-психологічних методів, таких як експерименти, спостереження й опитування, що уможлиблюють вивчення явищ, пов'язаних з груповою динамікою та взаємодією її членів.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 85).

Гуманізм (від лат. *humanus* – людський, людяний) – система установок високого рівня свідомого ставлення особистості до навколишніх людей і живих істот, що проявляються у свідомості й емоціях категоріями любові, співчуття, співучасті, сприяння, допомоги, милосердя, прощення. Проявляється у глибокій повазі до людини та її гідності, в активній боротьбі проти усіх форм людиноненависництва. Як властивість особистості, містить у собі знання життя, морально-політичні якості, позитивне ставлення до людей, їхнього життя і діяльності, людинолюбство і душевну теплоту. Гуманність – риса характеру особистості, що проявляється у людяності, почутті любові до людей, повазі до їх гідності. Гуманність реалізується в процесі діяльності і спілкування людей через допомогу, співчуття, підтримку, супровід. Гуманізм і гуманність у соціальній психології орієнтовані на поліпшення життя людей і дослідження аспектів людської поведінки та діяльності, які сприяють розвитку людського потенціалу. Гуманістична психологія акцентує увагу на значущості людської індивідуальності, саморозвитку, взаємодію з іншими людьми та здатності до самоактуалізації. Гуманістичні підходи в соціальній психології спрямовані на підвищення якості життя лю-

дей та їх задоволення основними потребами, такими як любов, самореалізація й самовдосконалення. У соціальній психології гуманізм використовується як основа для розробки методів та технологій, що уможлиблюють підвищити якість взаємодії між людьми і розвитку їх потенціалу.

(Шагар В.Б. *Сучасний тлумачний психологічний словник*. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 86).

Д

Девіантна поведінка (лат. *deviatio* – відхилення) – дії людини (девіанта), які порушують офіційно встановлені в суспільстві чи неофіційні в певній соціальній групі моральні та правові норми, що призводять до її покарання, ізоляції, виправлення або лікування. Соціальними передумовами девіантної поведінки: патологія соціальних потреб; алкоголізм і наркоманія у родині; конфліктні ситуації (міжособистісний конфлікт); незадоволення запитів людей у сфері споживання; розрив між потребами у матеріально-товарних цінностях або послугах та можливостями їх реалізації; зубожіння населення; прогалини у вихованні тощо. *Психолого-педагогічна допомога* особистості, схильної до девіантної поведінки, – це комплекс соціально-психологічних і педагогічних заходів, що спрямовані на виявлення і виправлення умов, які сприяють проявам девіантної поведінки; створення передумов попередження відхилень у поведінці, зокрема, через пропаганду здорового способу життя; створення сприятливого соціально-психологічного клімату в мікросоціальному оточенні дитини; створення можливостей для самореалізації особистості у суспільстві тощо. Виокремлюють *первинну* та *вторинну* профілактику девіантної поведінки особистості. Первинна профілактика – це комплекс засобів та заходів, які спрямовані на попередження девіантних форм поведінки саме тоді, коли вони ще не виникають. Вторинна профілактика – це спеціально організована робота фахівців (психологів, педагогів, соціальних працівників) щодо зменшення проявів та наслідків девіантної поведінки, власне профілактично-корекційна робота. *Профілактично-корекційна* робота психолога з особистостями, схильними до девіацій, спрямова-

на на реалізацію таких функцій: виховну (поновлення позитивних якостей, що переважали до появи девіантної поведінки); компенсаторну (формування прагнення компенсувати певні соціальні недоліки, активізація діяльності у тій сфері, де особистість може досягти успіху, реалізувати потребу в самоствердженні); стимулювальну (активізація позитивної суспільно корисної діяльності через зацікавлене емоційне ставлення до особистості); коригувальну (виправлення негативних якостей особистості, коригування мотивації, ціннісних орієнтацій, атитюдів, поведінки); регулятивну (забезпечення впливу учасників міжособистісної взаємодії для зміни ступеня участі особистості у груповій діяльності з поступовим переходом до саморегуляції та самоконтролю). *Психологічна корекція девіантної поведінки* передбачає психологічне втручання в особистісний простір для стимулювання позитивних змін, послаблення або усунення тих форм поведінки особистості, що перешкоджають її соціальній адаптації.

(Христюк О.Л. Психологія девіантної поведінки : навчально-методичний посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2014. 192 с. С. 6, 130).

Деіндивідуалізація – це процес, що відбувається у соціальних групах, коли індивідуальні особливості та ідентичність людини зникають, а вона стає частиною анонімної маси. Характеризується втратою самоусвідомлення у ситуаціях, які забезпечують анонімність і не концентрують уваги на окремому індивіді. Основна причина деіндивідуалізації полягає у тому, що в ситуації, коли людина відчуває себе анонімною частиною групи, вона втрачає особисту відповідальність та індивідуальний контроль над своєю поведінкою. Це може призвести до зниження моральних стандартів та зростання імпульсивної, агресивної і девіантної поведінки. Такі фактори, як соціальна ізоляція, анонімність, конформізм та стереотипні уявлення про групу, можуть сприяти деіндивідуалізації. Це може призвести до того, що люди стають більш насильницькими й агресивними, демонструють більшу толерантність до ненормальної поведінки та менше критично ставляться до соціальних норм. Історія має багато прикладів того, як групи людей здійсню-

вали жахливі дії, котрі ніхто з них ніколи б не здійснив наодинці. У Європі натовпи футбольних фанатів періодично здійснюють напад один на одного і б'ють кийками. У США божевільні фанати на рок-концертах іноді до смерті затоптували один одного. Члени натовпу віряють, що зможуть уникнути покарання, сприймають свої дії як групові. Учасники вуличних безладів, що стали знеособленим натовпом, не соромляться красти, нехтують відповідальністю. У певних ситуаціях люди схильні до того, щоб відкинути нормативні обмеження, втратити відчуття індивідуальної відповідальності, відчувати те, що Л. Фестінгер та Ньюкомб назвали «деіндивідуалізацією». Дослідники вказують на обставини, коли присутність інших (або однакова уніформа і маскувальний одяг) приводить до того, що люди починають відчувати себе менш відповідальними за свої дії, оскільки знижується імовірність того, що кожна окрема людина буде виділена з натовпу й покарана. Дослідження деіндивідуалізації дає змогу краще розуміти, як і чому люди можуть ставати більш агресивними та насильницькими у групових ситуаціях, а також як можна запобігти деіндивідуалізації та зменшити девіантну поведінку в групах.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. III).

Деліквентна поведінка – це поведінка, яка полягає у вчиненні особистістю дрібних правопорушень, за які її не притягують до відповідальності. Може виявлятися у формі бешкетування, хуліганства, коли, наприклад, особистість бажає розважитися, але обирає для цього неприйнятні форми насамперед унаслідок недоліків у своєму вихованні. У соціальній психології цей термін використовується для опису поведінки, що виходить за рамки соціальних норм та може призводити до порушення громадського порядку. До деліквентної поведінки можна віднести у певних випадках і вияви вандалізму як форми руйнівної поведінки, спрямованої на безглузде знищення культурних і матеріальних цінностей. Головна відмінність між девіантною поведінкою та деліквентною поведінкою

полягає у тому, що делінквентна поведінка завжди порушує закон та має негативні наслідки для суспільства, тоді як девіантна поведінка може бути відносно безшкідливою та не порушувати закони, але все ж виходити за межі соціально прийнятих норм. У соціальній психології досліджуються механізми, що сприяють делінквентній поведінці, а також розробляються стратегії для її запобігання і контролю. До таких стратегій можуть входити соціально-психологічна реабілітація та ресоціалізація, які передбачають залучення до процесу реабілітації позитивних взаємин з дорослими, підтримку позитивної самоідентичності та розвиток різних навичок, таких як емоційний контроль і розуміння наслідків власних дій.

(Христюк О.Л. Психологія девіантної поведінки : навчально-методичний посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2014. 192 с. С. 22).

Депривація соціальна (англ. deprivation, лат. deprivation – втрата, позбавлення) як вид психічної депривації – це зниження дієспроможності психіки особистості з причин недорозвинення або несформованості чи руйнування певних психічних параметрів через незадоволення суб'єктом тих чи тих соціальних потреб, необхідних для його нормальної життєдіяльності й розвитку. Соціальна депривація може відбуватися у формі самоізоляції, ситуативної ізоляції, спеціізоляції або інтроізоляції, уявної або реальної нестачі. За проявом ці форми можуть мати як відкритий, так і прихований характер. Самоізоляція, як форма соціальної депривації, виявляється у добровільному відокремленні, відмежуванні суб'єкта від впливу соціального середовища (пустельництво, чернецтво та ін.); ситуативна ізоляція – у відокремленні, відмежуванні людини від соціального середовища унаслідок впливу ситуативних соціальних чинників (космонавти, хворі, учасники війни, геологи, потерпілі від повені та ін.); спеціізоляція – у цілеспрямованому ізолюванні людей від соціального середовища (засуджені); інтроізоляція – у внутрішньому, психічному відмежуванні, відчуженні, відокремленні себе від впливу зовнішнього середовища. Депривація соціальна внаслідок незадоволення певних груп соціальних потреб поділяється на такі підвиди: а) за змістом потреб на: соціально-просторову, вікову,

престижу, самоствердження, втрати сенсу, свободи вибору, соціо-прошаркову, гендерну, безнадійності, статуснорольову, невизнання, комунікації та взаємодії; б) за чинниками соціального впливу на: сімейну, дошкільну, шкільну, вуличну, спеціалізовану (школи-інтернати, колонії тощо), студентську, культову (конфесії, секти), етнічну, суспільну, професійну; в) за часом: короткотривалу, затяжну, довготривалу, довічну; г) за волевиявленням: добровільну, вимушену, примусову; д) за ступенем усвідомлення: усвідомлену, частково усвідомлену, неусвідомлену; е) за ступенем ізоляції: цілковиту, часткову, відносну. На розвиток депривації соціальної значною мірою впливає соціально-психологічний стан суспільства, рівень його розвитку та процес соціалізації конкретної особистості.

(Терлецька Ю.М. Вплив соціальної та економічної деривації науково-педагогічних працівників на їх професійну діяльність : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07. Івано-Франківськ, 2014. 350 с. С. 8, 37).

Дискримінація міжгрупова (від лат. *discriminatio* – розрізнення) – установлення відмінностей між власною й іншою групами, цей процес набуває особливого оцінного забарвлення, властивого міжгруповому сприйняттю загалом. У певних умовах міжгрупові відмінності можуть штучно підкреслюватися і перебільшуватися. Найпоширенішим результатом міжгрупової дискримінації є тенденція до встановлення позитивно оцінюваних відмінностей на користь власної групи, хоча досить частими є також приклади зворотної тенденції – встановлення позитивно оцінюваних відмінностей на користь якої-небудь іншої групи. У крайніх вираженнях перша тенденція призводить до виникнення напруженості й ворожості в міжгрупових відносинах, друга – до послаблення внутрішньогрупових зв'язків, до девальвації внутрішньогрупових цінностей, дестабілізації і дезінтеграції групи як такої. Дискримінація міжгрупова – це форма соціальної поведінки, в якій група людей ставиться вище за інші групи на підставі різних ознак, таких як раса, національність, релігія, стать та інші. Розрізняють міжгрупову дискримінацію як психологічне явище, в основі якого лежать когнітивні механізми встановлення тотожності та відмінності, а також

як соціальне явище, зумовлене радше не психологічними факторами, а соціальними, економічними, політичними та ін. За висновками Г. Теджфела, причина міжгрупової дискримінації криється не в характері взаємодії, а в усвідомленні належності до своєї групи, наслідком чого є прояв ворожості щодо осіб іншої групи, тобто цей феномен виникає, навіть коли власні інтереси особистості абсолютно не зачіпаються і не пов'язані з актом сприяння чужої групі, не існує ніякого міжгрупового змагання і немає ніякої попередньої або актуальної ворожості між групами. Міжгрупова дискримінація може виникати на підставі різних факторів, таких як соціальні стереотипи, негативні емоції, страх та нетерпіння до інших груп, конкуренція за ресурси і багато іншого. Такі стереотипи можуть бути виробленими взагалі за рахунок інформації, яку люди отримують про інші групи зі ЗМІ, виховання та оточення. Ці стереотипи потім можуть стати частиною самоідентифікації людей, що веде до дискримінації та взаємної ворожості між групами.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 94).

Дисципліна – це соціально обумовлена поведінка людей, яка відповідає нормам права і моралі, що склалися в суспільстві, а також вимогам тієї чи тієї організації. Розрізняють дисципліну внутрішню (самодисципліну) і зовнішню, стимульовану позитивними чи негативними санкціями; загальнообов'язкову і спеціальну – обов'язкову лише для членів певної організації чи певної категорії осіб (трудова, фінансова, військова тощо). Дисципліна – це функція, елемент соціальної системи, засіб ефективного досягнення соціальних та технічних цілей, що не дає можливості системі розвиватися. Дисципліна є атрибутом будь-якої соціально-професійної діяльності, це – стан соціального управління. Виділяють дві сторони дисципліни: об'єктивну – порядок, без якого не може існувати організація, і суб'єктивну – виконання обов'язків, здійснення прав. За видами соціальних норм дисципліну можна розподілити на політичну, економічну, фінансову, трудову тощо. Дисципліна в конкретній організації, фірмі є показником рівня організованості, «морального здо-

ров'я» колективу і поділяється на: виконавчу (виконання кожним співробітником своїх обов'язків), активну (використання співробітником своїх прав при виконанні обов'язків) і самодисципліну (виконання своїх обов'язків і прав на основі самоуправління). Дисципліна особистості має велике значення у багатьох сферах життя, таких як освіта, виховання, професійна діяльність та міжособистісні взаємини.

(Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 79).

Діада – найменша мала група, яка складається з двох осіб (наприклад, друзів, закоханих) і характеризується деякими унікальними рисами. Вона є неміцною, руйнується із вибуттям одного члена. Члени діади мають підтримувати стійкі стосунки між собою, інакше група перестане існувати. Діада передбачає позитивну, тіснішу, упорядкованішу взаємодію між її членами, ніж група будь-якого іншого типу. Водночас у ній сприятливіші умови для глибшого емоційного задоволення, ніж у будь-якій іншій групі. Вихідною і головною одиницею міжособистісного спілкування є діада – парний соціально-психологічний зв'язок (у малій групі кожний спілкується з кожним, без посередників). Сукупність діад утворює систему міжособистісних зв'язків на рівнях групового й міжгрупового спілкування. Особистість не може одночасно перебувати у безпосередньому спілкуванні з великою кількістю людей і тому зв'язки між групами відбуваються через їх окремих представників. Діада може виникати між різними людьми в різних ситуаціях, таких як дружба, романтичні стосунки, бізнес-партнерство або взаємодія між батьками та дітьми. У діаді кожен партнер має великий вплив на іншого, а проблеми, які виникають в діаді, можуть бути пов'язані з нерівністю взаємодії, нерівною розподілом відповідальності та іншими факторами, які можуть впливати на стабільність відносин між партнерами. Діада може також бути першим етапом взаємодії між людьми, який може привести до створення більших груп або спільнот. Якщо дві людини знаходять спільну мову та формують певний рі-

вень взаєморозуміння та підтримки, то вони можуть почати привертати інших людей до своєї взаємодії і формувати більші групи.

(Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавр / Н.Ю. Воляннюк, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська, І.О. Блохіна, М.О. Кононець, О.В. Москаленко, О.І. Боковець, Б.В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. С. 69).

Дія – відносно автономний елемент у структурі діяльності, спрямований на досягнення певної усвідомленої мети. Дія може бути як зовнішньою, що виконується у розгорнутій формі за участю рухового апарату і органів чуття, так і внутрішньою, що виконується подумки. Дія є одиницею діяльності і має подібну діяльності психологічну структуру: мета – мотив – спосіб – результат. Але, на відміну від діяльності, дії не мають власного мотиву, а підпорядковуються мотиву тієї, зміст якої утворюють. Залежно від психічних актів, що домінують у способах, розрізняють дії: сенсорні, моторні, вольові, мисленні. Дія у процесі вправ стає автоматизованою навичкою, підконтрольною свідомості, але може стати і непідконтрольним її автоматизмом (шкідливою навичкою). Дії бувають практичними, що викликають зміни у реальній дійсності, і пізнавальними, що призводять до виникнення нових образів та уявлень. У психологію уявлення про дію, як специфічну одиницю діяльності, було введено С.Л. Рубінштейном і О.М. Леонтьєвим. До соціальної дії можна віднести лише деякі види поведінкових актів, саме ті, які є осмисленими комплексами вчинків, які здійснюються задля досягнення певної мети.

(Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синавський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 82).

Діяльність – специфічно людська форма активного ставлення до навколишнього світу, регульована свідомістю як вищою інстанцією, внутрішня і зовнішня активність, що спричиняється потребою і регулюється свідомо поставленою метою. Діяльність включає як внутрішню (психічну), так і зовнішню (фізичну) форми активності людини. Першорядною умовою діяльності є наявність у людини

усвідомлюваної та відповідним чином мотивованої мети. У цьому полягає принципова відмінність діяльності від поведінки, яка може бути і усвідомлюваною, і несвідомою, мотивованою і невмотивованою. Розглядаючи структуру діяльності, відзначимо, що усвідомлена людиною більш-менш загальна (іноді віддалена) мета зазвичай поділяється на низку окремих, більш конкретних завдань, що виникають перед нею у міру руху до мети. Виконання цих завдань ґрунтується на тих чи тих діях, а будь-яка предметна дія складається з певних довільних рухів. Поряд із усвідомлюваною метою до структури діяльності включають також засоби її досягнення, результат і сам процес. Метою діяльності тієї чи тієї людини може виступати не лише зміна навколишнього світу, а й самої себе. Основним видом діяльності є праця, що виступає фактором формування та розвитку психіки. На кожному етапі вікового розвитку певна діяльність (наприклад, спілкування у підлітковому віці) набуває провідного значення у формуванні нових психічних процесів і властивостей особистості. Дослідження показали (Г.С. Костюк, О.М. Леонтьєв, С.Л. Рубінштейн та ін.), що протікання і розвиток психічних процесів та властивостей суттєво залежать від змісту й структури діяльності, від її мотивів, мети і засобів здійснення. Водночас дослідники виявили, що на основі зовнішніх матеріальних дій, шляхом їх послідовних змін і скорочень формуються внутрішні, ідеальні дії, які здійснюються у розумовому плані й забезпечують людині всебічну орієнтацію у навколишньому світі.

(Психологічний словник / авт-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 82–83).

Довіра – переконаність у тому, що інший (інші) поводитиметься відповідно до наших очікувань. У психології довіру відносять до емоційної сфери психіки та розглядають як психічний стан (почуття), що може породжувати багато інших почуттів, станів, соціальних установок. Довіру розглядають як прагнення вірити в добрі наміри та інтенції інших людей і розглядається як один з ключових елементів успішної комунікації та взаємодії у соціальному оточенні. На думку багатьох психологів та соціологів, ступінь початкової

довіри до інших людей та соціальних інститутів, набутих у дитинстві, дуже важливий для встановлення тривалих соціальних відносин. У різних напрямках психологічної науки довіра найчастіше розглядається умовою існування будь-якого іншого явища: це довіра до світу, довіра до інших і довіра до себе. Український психолог С.В. Шевченко у дисертаційному дослідженні встановила, що основою для формування означених видів довіри є «базальна довіра», яка виникає на ранніх стадіях онтогенетичного розвитку особистості. У сучасній психологічній науці більшість науковців розглядають довіру до себе як гіпотетичний конструкт, який дозволяє людині зайняти певну ціннісну позицію стосовно самої себе, світу і, виходячи з цієї позиції, будувати власну стратегію життєдіяльності. Довіра до себе розуміється як цілісне багатоаспектне утворення особистості, що визначає особливості самоорганізації й самореалізації майбутнього психолога як у сфері стосунків і спілкування з іншими людьми, так і в обраній професійній галузі. Дослідження довіри в соціальній психології включають у себе аналіз різних факторів, що впливають на рівень довіри, таких як особистісні характеристики, взаємодія з іншими людьми, культурні і соціальні чинники, і допомагає розуміти процеси формування соціальних взаємин, урегулювання конфліктних ситуацій та побудови ефективної комунікації між людьми. Розуміння довіри та її ролі у соціальній взаємодії може бути корисним в багатьох сферах життя, включаючи навчання (довіра до викладача), бізнес, політику, виховання та міжнародні відносини. Створення довірливих взаємин є важливим елементом успішної комунікації та взаємодії між людьми, може допомогти в розвитку ефективних стратегій співпраці та врегулювання конфліктів.

(Шевченко С.В. Психологічні особливості розвитку довіри до себе у майбутніх психологів : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2018. 260 с. С. 205).

Духовність – система усвідомлених і осмислених найвищих нематеріальних цінностей, найвища самореалізація людини шляхом їх засвоєння. Духовність виражається у багатстві духовного світу

особистості, її ерудиції, розвинутому інтелекті й емоційних запитах, людяності, моральності, у двох фундаментальних рисах – пізнавати і жити, діяти «для інших». Духовність – це пов'язаність людини у своїх найвищих прагненнях з моральністю суспільства або з Богом. Духовність несумісна з жорстокістю, егоїзмом, орієнтацією на матеріальні вигоди. Духовний світ особистості – осмислена система психологічних рис, індивідуальних особливостей, яка в своїй цілості виражає міру усвідомлення особистістю сутності буття, свого місця і призначення в суспільстві й проявляється у характері її ставлення до світу, до людей і до самої себе. Духовний світ особистості не існує без духовного життя суспільства. Він є специфічною, індивідуально неповторною формою прояву духовності. У ньому проявляються чуттєвий і раціональний рівні суспільної свідомості, усіх його форм, суспільна психологія й ідеологія. М.В. Савчин сформулював духовну парадигму психологічної науки та психологічної практики. У дисертаційному дослідженні М.П. Бліхар духовність розглядається як важливий елемент аналізу сучасного суспільства, основа духовного світу особистості, значуща складова діяльнісно-поведінкової активності людини, цінність, складова духовного досвіду, змінна у часі властивість людини. Духовні цінності розуміються як продукт передусім внутрішньої діяльності; орієнтири, що визначають сенс життя особистості, групи, суспільства; складова нормативно-моральної регуляції особистісної поведінки; вершинні досягнення людства і внутрішні переконання.

(1. Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 87; 2. Бліхар М.П. Духовні цінності студентської молоді в сучасному українському суспільстві : дис. ... канд. соціолог. наук : 22.00.04. Львів, 2018. 271 с. С. 3).

Е

Експектація – (від лат *expectatio* – чекання) – поняття соціально-психологічної теорії, яким позначають очікування певного способу вербальної і реальної поведінки індивіда в малій групі, а також система очікувань, вимог щодо норм виконання індивідом соціальних ролей. У процесі міжособистісного спілкування со-

ціальні очікування набувають характеру мотивів поведінки. Система експектації зафіксована у свідомості індивіда, перетворюється на одну із центральних ланок його ціннісної орієнтації. Експектації як один з регуляторів групової взаємодії забезпечують можливість пристосування індивіда до інших членів групи і зумовлюють стабільність групи. Експектація є різновидністю соціальних санкцій, що упорядковують систему стосунків і взаємовідносин у певній групі, має неформалізований і не завжди усвідомлений характер. Експектація виступає як мотив поведінки індивіда і відіграє регулювальну роль у групі: з одного боку, право очікувати від навколишніх поведінки, відповідної їхній рольовій позиції, а з іншого – обов'язок поводити себе відповідно до очікувань інших людей. У психологічній науці простежуються взаємозв'язки експектацій з такими феноменами, як апперцепція, антиципація та іншими категоріями психології. Експектації у ділових переговорах є уявною та мовномисленнєвою формою антиципації. Досліджуване явище належить до внутрішнього, не завжди усвідомлюваного, особистісного компонента переговорів і суттєво впливає на стиль ведення переговорного процесу та його успішність. Дослідження експектацій у соціальній психології допомагають розуміти, як очікування впливають на сприйняття та поведінку людей у соціальних ситуаціях, допомагають вивчити, як люди реагують на відмінності між їхніми очікуваннями і реальністю. Розуміння експектацій може бути корисним у різних сферах життя та може допомогти у побудові ефективної комунікації, поліпшенні міжособистісних відносин та управлінні взаємодією з оточенням.

(1. Попович І.С. Соціально-психологічні очікування в людських взаєминах. Херсон : ВАТ «ХМД», 2009. 277 с. С. 247; 2. Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 91).

Експектометрія (від лат. *expecto* – чекаю і грец. *μέτροω* – вимірюю) – метод, який створений на базі соціометрії і належить до методик соціометричного типу. Експектометричний метод дає змогу визначити не тільки кількісні показники і побудувати графічну

структуру міжособистісних взаємин у малій групі, виходячи із кількості і змісту взаємних виборів її членів за певним соціометричним критерієм, але й дає можливість відобразити очікувану структуру міжособистісних взаємин. Очікувана структура міжособистісних взаємин дає змогу глибше проаналізувати динаміку групового життя, порівняти реальний і прогнозований перебіг подій. Експектометрію застосовують у поєднанні із соціометрією. Членам досліджуваної групи пропонується відповісти на заздалегідь підготовлене запитання, що може стосуватися ділової сфери, особистісних стосунків чи дружніх взаємин. Дослідження дає можливість простежити симпатії, антипатії, емоційно-ціннісне ставлення один до одного, до лідерів, «середнячків», «ізольованих». Кожен респондент, крім відповіді на запитання і здійснення заздалегідь визначеної кількості виборів, що особливо важливо, здійснює очікувані вибори. Експектометрія допомагає визначити такі характеристики соціально-психологічних очікувань: коефіцієнт очікувань; груповий коефіцієнт очікувань; експектометричний статус; рівень адекватності самоочікувань коефіцієнт взаємоочікуваних виборів; коефіцієнт групової згуртованості. *Експектометричний (очікуваний) статус* – це відношення кількості самоочікуваних виборів до можливої кількості очікувань власного вибору респондента. *Коефіцієнт взаємоочікуваних виборів* – це відношення кількості взаємних очікувань респондента до можливої кількості взаємоочікуваних виборів. Експектометричний статус, на відміну від соціометричного, це завжди прогноз, сподівання, чекання, і тому його можна назвати очікуваним чи прогнозованим статусом. Для регулювання міжособистісних взаємин, і взагалі управління процесом навчально-виховної роботи, важливо знати соціально-психологічні очікування курсантів і вміти здійснювати на них вплив, тобто оптимізувати їх. Експектометричний статус індивіда на відміну від соціометричного статусу (Дж. Морено), гностичного статусу (І.П. Волков) враховує єдність, що передбачає узгодженість трьох аспектів: інтелектуального, емоційноціннісного та регулятивного. Експектометричний статус, завдяки очікуваним виборам, володіє високими прогностичними і

динамічними характеристиками. Експектометрія в поєднанні із соціометрією дозволяє визначати реальний зміст міжособистісної взаємодії, а також здійснювати прогноз – очікуваний перебіг подій у малій групі.

(1. Попович І.С. Соціально-психологічні очікування в людських взаєминах. Херсон : ВАТ «ХМД», 2009. 277 с. С. 247; 2. Попович І.С. Експектометрія – методика дослідження соціально-психологічних очікувань. Наукові записки Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України / за ред. С.Д. Максименка. Київ : ВД «ТРОЯ», 2008. Вип. 36. С. 275–284. С. 282).

Експеримент – один із основних методів пізнання, за допомогою якого у контрольованих і керованих умовах досліджуються явища дійсності. У соціально-психологічних дослідженнях спрямований на виявлення змін у поведінці людини при маніпулюванні факторами (змінними), що визначають цю поведінку. На відміну від спостерігача дослідник створює необхідні для виникнення процесів, явищ умови. Суттєва риса експерименту – суворе виділення одного фактора, що досліджується або його варіацій, і реєстрація тих змін, що пов'язані з дією такого фактора. Оскільки у психології абсолютна ізоляція фактора неможлива, його виділення здійснюється зазвичай підбором і порівняним вивченням двох ситуацій, двох груп досліджуваних. За формою проведення виділяють *лабораторний* і *природний* експеримент. Лабораторний експеримент проводиться у спеціально організованих штучних умовах, що покликані забезпечити чистоту експерименту. Природний експеримент проводиться у звичних умовах у рамках звичної для досліджуваного діяльності (наприклад, гра, урок, семінар), причому досліджувані не знають, що вони беруть участь у дослідженні. За рахунок цього досягається чистота експерименту. Основними методами природного експерименту є спостереження й бесіда з досліджуваним, результати яких якісно обробляються. Перевагою природного експерименту є можливість виключити ту напругу, яка може виникнути у лабораторного експерименту, що випробовується у ситуації. Варіантом природного експерименту є психолого-педагогічний експеримент або експериментальне навчання, в якому психологічні

особливості школярів, що підлягають формуванню, відбувається у процесі навчання й виховання. Істотним недоліком природного експерименту є неминуча наявність неконтрольованих перешкод, тобто факторів, вплив яких не встановлено і не може бути кількісно вивірено. За метою розрізняють *констатувальний* і *формувальний* експеримент. Констатувальний експеримент часто називають діагностичним зрізом даних про стан досліджуваного явища. Таких зрізів може бути декілька: початковий, проміжний, кінцевий. Мета констатувального експерименту – вимірювання наявного рівня розвитку, отримання первинного матеріалу для організації формувального експерименту. Останній експеримент ставить своїм завданням активне формування або виховання тих чи тих характеристик психіки, рівнів діяльності та ін.; використовується для формування особистості, забезпечуючи поєднання психологічних досліджень із педагогічними пошуками і проектуванням найбільш ефективних форм навчально-виховної роботи і професійного навчання. Основною позитивною якістю експерименту є те, що тут можна спеціально викликати якийсь психічний процес, простежити залежність психічного явища від зовнішніх умов, що змінюються.

(Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 91).

Екстремальні умови – стан зовнішнього і внутрішнього середовища, що вимагає від людини максимального напруження фізіологічних і психічних функцій, які різко виходять за межі норми. Екстремальні умови у найзагальнішому розумінні – це робота і поведінка в умовах, що різко виходять за межі оптимуму, викликають перевантаження, необхідність прийняття швидких і відповідальних рішень і навіть спричиняють загрозу життю. Відхилення від оптимальних умов діяльності й поведінки вимагають підвищеного вольового зусилля і викликають напруження. Екстремальними умовами, що викликають підвищення напруженості, можуть бути: фізіологічний дискомфорт; підвищена трудність завдань; підвищена вартість помилкових дій; дефіцит часу на обслуговування; дефіцит інформації для прийняття рішень; недостатність інформації (сен-

сорна депривація); інформаційна перевантаженість; одноманітність виконуваних дій, підвищені вимоги до концентрації та стійкості уваги; підвищена ймовірність виникнення аварійної ситуації; підтримка готовності робочих функцій при відсутності діяльності; трансформація мотиваційної структури (вибір критеріїв для прийняття рішення) та ін. Екстремальні умови можуть впливати на діяльність і поведінку людини як позитивно, мобілізуюче, так і негативно, аж до повної дезорганізації. Екстремальні умови здійснюють вплив на психологічний стан людини, зокрема, на стрес, тривогу, депресію та інші психічні стани. Дослідження екстремальних умов можуть мати практичне значення для розробки програм психологічної підтримки, психологічного супроводу та інтервенцій для людей, які пережили екстремальні умови. Такі програми можуть сприяти поліпшенню психологічного стану людей та сприяти зменшенню наслідків від екстремальних ситуацій.

(Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Снявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 95).

Емпатія (від грец. *empathia* – співпереживання) – один з механізмів міжособистісної перцепції, який характеризується здатністю розуміти почуття та емоції іншої людини, домінуванням емоційного сприймання навколишньої дійсності над її осмисленням. Термін увів у психологію Е. Тітченер, який узагальнив ідеї про симпатію. Розрізняють такі види емпатії: емоційна – заснована на механізмах проєкції та наслідування моторних і афективних реакцій іншого; когнітивна – яка базується на інтелектуальних процесах – порівнянні, аналогії та ін.; предикативна – що проявляється як здатність передбачати афективні реакції іншого в конкретних ситуаціях. Як особливі форми емпатії виділяють: співпереживання – переживання тих самих емоційних станів, що відчуває інший, через ототожнення її ним; співчуття – переживання власних емоційних станів у зв'язку з почуттями іншого. Важливою характеристикою процесів емпатії, що відрізняє її від інших видів розуміння, таких як ідентифікація, прийняття ролей, децентрація та ін., є слабкий розвиток рефлексивної сфери, замкнутість у рамках безпосеред-

нього емоційного досвіду. Установлено, що здатність до емпатії звичайно зростає з поглибленням життєвого досвіду; емпатія легше реалізується при схожості поведінкових й емоційних реакцій суб'єктів. В американській соціальній психології є гіпотеза, відповідно до якої переживання людиною емпатії щодо будь-кого викликає альтруїстичні мотиви допомоги цій іншій особі. Існує низка досліджень, які доводять, що емпатія сприяє просоціальній поведінці.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 129; 2. Демчук О.О., Дружиніна І.А. Термінологічні аспекти емпатії. Актуальні проблеми психології : збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Том XIV: Методологія і теорія психології. Випуск 1. Київ – Ніжин : Видавець «ПП Лисенко М.М.», 2018. С. 95–102).

Ергономіка (від грец. *ergon* – робота і *nomos* – закон) – наукова дисципліна, яка комплексно вивчає трудову діяльність людини з метою її оптимізації, що сприяє підвищенню її продуктивності, а також забезпечує необхідні зручності й зберігає сили, здоров'я і працездатність людини. Під оптимізацією мається на увазі досягнення відповідності між фізіологічними і психологічними можливостями людини, з одного боку, і технічними засобами, що використовуються, а також умовами навколишнього виробничого середовища (фізичного, соціального) – з іншого. Таким чином, основним об'єктом ергономіки є система «людина – техніка – середовище». Міждисциплінарне вивчення людини або групи людей в умовах їхньої діяльності із застосуванням технічних засобів становить зміст ергономіки як наукової дисципліни. Завдання ергономіки – вивчення особливостей тієї чи тієї трудової діяльності та проектування з урахуванням отриманих даних оптимальних умов її здійснення; розробка теоретичних основ проектування діяльності людини з урахуванням специфіки використання нею технічних систем і навколишнього середовища; дослідження закономірностей взаємодії людини з технічними системами і навколишнім середовищем, що визначають якість і ефективність її діяльності; висування і перевірка гіпотез про перспективи розвитку праці людини і пов'язаних з

нею технічних систем і факторів зовнішнього середовища; створення методів дослідження, що забезпечують безпеку, ефективність і задоволеність працею людини; пошук, виявлення й опис факторів, які демонструють зв'язок якості праці людини з ергономічними параметрами технічних систем і зовнішнього середовища. Звідси випливає необхідність звернення до положень та методів низки наук – психологічних, біологічних, медичних, технічних, соціальних тощо. Ергономіка когнітивна – розділ ергономіки, в якому вивчаються і проєктуються інтерфейси «людина – інші компоненти робочої системи» (особливо програмне забезпечення) на основі вивчення діяльності людини, її мислення, пам'яті, уявлення тощо. Соціальна психологія в ергономіці досліджує взаємодію між людьми та технікою з точки зору психологічних процесів і поведінки людей. Дослідження в ергономіці можуть допомогти розробляти ефективні технічні рішення й організаційні зміни, які сприятимуть підвищенню продуктивності та зниженню психологічного напруження працівників, а також сприятимуть розробці більш безпечних технічних рішень і зниженню ризику професійних захворювань та травм, пов'язаних з робочими умовами.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 132; 2. Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 102).

Етнічна група (грец. *etnikos* – народний) – тип великої соціальної групи, що формується і розвивається природно-історичним шляхом. Вона може існувати як реальна (компактна) сукупність людей, яка завдяки відносній цілісності є самостійним суб'єктом історичного і соціального процесу, і в розсіяному (дисперсному) стані входити до більш чисельних етнічних спільностей як їх структурне утворення. Одну етнічну групу незалежно від території проживання відрізняють від інших етнічних груп спільні культура, мова і психічний склад, до якого належить і самосвідомість. Саме ці ознаки передовсім визначають етнічну ідентифікацію людини. Головною умовою виникнення етносу є спільна територія і мова. В

історичному плані головними типами етнічних спільностей є плем'я, народність, нація. Характеризуючи компоненти психології етнічних груп, часто говорять про «національний характер», «національну психологію», «національні почуття», хоч усі ці утворення є окремими випадками виявів суспільної психології людей, котрі належать до етнічної групи, тобто мають уживатися терміни «етнічний характер», «етнічна психологія» та ін. Дослідження психології етнічних груп започаткував В. Вундт, який інтерпретував поняття «народ» як етнічну спільноту. Соціальна психологія вивчає, як етнічні групи взаємодіють між собою та які фактори впливають на цю взаємодію, зокрема, стереотипи, дискримінація, соціальний контакт. Етнічні конфлікти та насильство можуть бути наслідком соціальних і психологічних факторів, таких як стереотипи, недовіра, непорозуміння між етнічними групами. Найбільшим етносом в Україні є українці (титульним), проте його дискримінаційне становище останніх століть суттєво знизили престиж та статус української мови і культури, історії тощо. Останніми роками спостерігаємо позитивні тенденції відродження української традиції у державотворенні, посилення контролю з боку держави за дотриманням мовного законодавства, освітнього процесу тощо. Соціальна психологія може допомогти в розумінні та зменшенні етнічної напруги, сприяти взаєморозумінню між етнічними групами, забезпечити більш гармонійне функціонування різноманітних культур у суспільстві.

(Коваленко А.Б., Корнєв М.Н. Соціальна психологія : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с. С. 186).

Етнічна самосвідомість – це складний інтегративний процес пізнання та емоційно-ціннісного ставлення особистості до себе й до інших як суб'єктів конкретного етносу, носіїв його суб'єктивних (психологічних) і об'єктивних (соціальних) ознак, згідно з якими вона регулює власну поведінку у процесі внутрішньоетнічних і міжетнічних взаємодій. Структура етнічної самосвідомості особистості виступає як поєднання трьох складових – когнітивної, афективної й конативної, що взаємодіють і взаємодоповнюються, оцінкою рівня сформованості яких виступають такі критерії: усвідомлення

себе та інших суб'єктами етнічного розвитку – когнітивний компонент; емоційне ставлення до себе та до інших як суб'єктів певного етносу – афективний компонент; реалізація етнічності у поведінкових проявах повсякденної життєдіяльності – конативний компонент. Етнічна самосвідомість характеризується високим, середнім та низьким рівнями розвитку. При цьому характерним є переважання, незалежно від вікових особливостей, показників середнього та низького рівнів етнічної самосвідомості. Розвиток етнічної самосвідомості детермінується певними психологічними (етнічна ідентичність та етнічна толерантність) як внутрішніми умовами та соціальними чинниками (складові етнічної культури – мова, традиції, релігія, освіта) як зовнішніми умовами, які й визначають динаміку розвитку етнічної самосвідомості особистості. Психологічними механізмами розвитку етнічної самосвідомості як складної інтегративної властивості особистості виступають: етнічна рефлексія та етнічна ідентифікація, які, активізуючи психологічні чинники, визначають, передусім, динаміку афективного та когнітивного компонентів етнічної самосвідомості, а етнічна інтеракція та етнічна афіліація, активізуючи соціальні чинники, визначають динаміку конативного компонента етнічної самосвідомості.

(Ставицький Г.А. Психологічні та соціальні чинники розвитку етнічної самосвідомості в юнацькому віці : автореф. дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2016. 23 с. С. 16).

Етнічні стереотипи (етностереотипи) визначаються як спрощені, схематизовані, емоційно забарвлені і надзвичайно стійкі образи певних етнічних груп або спільнот, які легко переносяться на усіх представників цих груп. Виникнення етнічних стереотипів пов'язане з розвитком етнічної самосвідомості, усвідомленням власної приналежності до певної етнічної групи. Етнічні стереотипи складаються завжди у певному соціальному контексті і, коли набувають стійкої форми упереджень, тобто стандартного і негативно забарвленого емоційного характеру, легко можуть бути використані як засоби розпалювання національної ворожнечі. Під етнічними стереотипами розуміють відносно стійке уявлення про моральні, ро-

зумові, фізичні якості, притаманні представникам різних етнічних спільнот. Виокремлено такі види етнічних стереотипів: автостереотипи та гетеростереотипи. *Автостереотипи* – це думки, судження й оцінки, що стосуються власної етнічної спільноти. Особливістю автостереотипів є прагнення етнічної спільноти внести до їхнього змісту щось від ідеалу, підкреслити найбільш самобутні риси національного характеру. Автостереотипи можуть призвести до етноцентризму – свідомої чи несвідомої переваги свого народу і своєї культури перед чужими. Автостереотипи, як правило, складають комплекс позитивних оцінок. Але іноді серед етнічних меншин трапляються і негативні самооцінки. Подібні групи з низьким статусом можуть погоджуватися з їх відносно більш низьким становищем у суспільстві. У цих випадках вони схильні розвивати негативні автостереотипи і позитивні *гетеростереотипи*. Останні – це сукупність оцінних суджень про інші народи, про представників певної чужої етнічної групи. Гетеростереотипи можуть бути як позитивні, так і негативні, залежно від історичного досвіду взаємодії цих народів. До структури етностереотипу належать такі компоненти: – ядро, що складається із системи уявлень про зовнішність представників цієї етнічної групи, її історичне минуле, особливості способу життя, трудові навички; – мінливі судження щодо моральних і комунікативних характеристик цієї етнічної спільноти, що тісно пов'язані з ситуаціями міжетнічних і міждержавних відносин. Етнічні стереотипи допомагають виконувати такі етносоціальні завдання: захист території етнічних кордонів, перевага співвітчизників (одноплемінників) перед прибульцями (мігрантами), що базується на посиленні почуття солідарності зі своїми і почуття ворожнечі (часом непримиренної) у ставленні до іноплеменників. На соціальному рівні етнічний стереотип має дві функції: ідеологізує (формування та збереження групової ідеології, що пояснює поведінку групи) й ідентифікує (створення і збереження позитивного образу «ми», формування якого відбувається насамперед за допомогою ритуалів та невербальних засобів). Основна небезпека етнічних стереотипів полягає у тому, що вони сприяють появі національних забобонів –

нічим не виправданої негативної думки та ставлення до чужого народу або окремих його членів, схильність негативно діяти щодо людей чужого народу. Соціально-психологічний аналіз формування етнічних стереотипів, який пояснює механізм їх виникнення в ситуаціях міжетнічного спілкування, може зробити певний внесок у боротьбу з такими негативними явищами.

(1. Семенів Н. Етнічні стереотипи: чинники формування та їх використання засобами масової інформації. Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології». 2018. № 42. С. 170–190. С. 175; 2. Корнієнко О.М. Етнічні стереотипи в міжетнічній комунікації. Світогляд-Філософія-Релігія : зб. наук. праць. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. Вип. 9. С. 59–69. С. 66).

Етнопсихологія (від грец. *ethnos* – народ, плем'я) – міждисциплінарна галузь знання, що вивчає і розробляє: проблеми національного характеру; проблеми національних особливостей світосприймання; закономірності формування і функції національної самосвідомості, етнічних стереотипів. Створення спеціальної дисципліни – психології народів було проголошено всередині ХІХ ст. М. Лацарусом і Г. Штейнталем, які трактували «народний дух» як особливе, замкнуте утворення, що виражає психічну подібність індивідів однієї нації; їхню самосвідомість. Зміст «народного духу» мав розкриватися шляхом порівняльного вивчення мови, міфології, моралі та культури. У сучасній етнопсихології виділяється низка самостійних напрямів: порівняльні дослідження етнічних особливостей психофізіології, когнітивних процесів, пам'яті, емоцій, мовлення та ін. (які теоретично і методично є невід'ємною частиною відповідних розділів психології загальної і соціальної); культурологічні дослідження, спрямовані на з'ясування особливостей символічного світу і ціннісних орієнтацій народної культури (нерозривно пов'язані з відповідними розділами етнографії, фольклористики, мистецтвознавства тощо); дослідження етнічної свідомості і самосвідомості (запозичають понятійний апарат і методи з відповідних розділів соціальної психології, що вивчають соціальні установки, міжгрупові відносини та ін.); дослідження етнічних особливостей соціалізації дітей (понятійний апарат і методи яких найближчі до

соціології та дитячої психології). Оскільки властивості національної культури і властивості індивідів, що складають етнос (етнічну спільність), не тотожні, між культурологічними і психологічними дослідженнями в етнопсихології завжди є певні розбіжності. Абстрактні, необгрунтовані висновки про психологічні особливості народів здатні образити національні почуття. Тут гострою проблемою є надійність тестів і експериментальних процедур, які застосовуються для дослідження етнічних спільностей. Розробки етнопсихології, особливо її соціально-психологічних аспектів, мають важливе значення для інтернаціонального виховання. В етнопсихології особлива увага приділяється вивченню психологічних причин етнічних конфліктів, з'ясуванню ефективних шляхів їхнього розв'язання, а також виявленню джерел росту національної самосвідомості, розвитку його в різних соціальних і національних середовищах.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 133).

Ефект – сильне враження, яке хтось або щось справляє на когось. Процес сприйняття індивідом іншого, особливо перше враження, багато в чому залежить від дії ефектів сприйняття, а саме: ореолу («гало-ефект»), новизни й первинності. Якщо в процесі тривалого спілкування взаємини між людьми стають індивідуальними, які важко якось схематизувати, тоді на перших етапах спілкування значну роль відіграють різні узагальнені схеми, стереотипи сприйняття вчинків і почуттів іншої людини. «Ефект ореолу» полягає у формуванні специфічної установки на особистість через приписування їй певних якостей: інформація, отримана про якусь людину, категоризується певним чином, а саме – накладається на той образ, що вже був створений заздалегідь. Цей образ, який існував раніше, виконує роль «ореолу», що заважає бачити дійсні риси й прояви об'єкта сприйняття. Загальне сприятливе враження приведе до позитивних оцінок і невідомих якостей індивіда й, навпаки, загальне несприятливе враження сприяє перевазі негативних оцінок. У дослідженнях ефекту ореолу виділяються три основні фактори

виникнення оцінної помилки і, відповідно, три схеми формування першого враження, які визначаються присутнім у ситуації знайомства з певним фактором: перевершеності партнера, привабливості партнера і схожістю об'єкта сприйняття із суб'єктом. *Ефект первинності*» полягає у тому, що в ситуації сприйняття незнайомої людини перша інформація про неї виявляється найбільш значимою. У соціальній психології ефект первинності вивчається при взаємному сприйнятті людей і належить до значимості певного порядку надходження інформації про людину для формування уявлення про неї. У результаті всі наступні відомості про неї, що суперечать створеному образу, відкидаються як випадкові та нехарактерні. *«Ефект новизни»* пов'язаний із наданням найбільшого значення новій інформації у ситуації сприйняття знайомої людини.

(Москаленко В.В. *Соціальна психологія : підручник. Видання 2-ге, виправлене та доповнене. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 688 с. С. 493).*

Ж

Жест (від фр. geste – рух, жест) – виразний рух руки, що має спочатку імпульсивно-інстинктивний характер і зрозумілий через безпосереднє відношення, що існує між рухом і внутрішнім станом, який він виражає. Жести поділяють на *вказівні й образотворчі*: перші вказують на предмет, другі зображують предмет або дію рукою. Безпосереднє виразне значення жестів завдяки асоціації може перейти в умовне, символічне значення; такий штучний жест треба відрізнити від природного. Ті й інші жести при свідомому вживанні стають засобом невербального спілкування, створюється мова жестів, використовувана глухонімими, дітьми, що не володіють мовою, примітивними народами. За теорією В. Вундта, таким самим шляхом розвинулася звукова мова з природних виразних звукових жестів. Щоб стати жестом, дія має сприйматися кимось ще й повідомляти яку-небудь інформацію цій людині. Якщо не брати до уваги випадкових, які не мають соціального значення жестів, що передають побічні повідомлення, їх можна поділити на три загальні категорії. *Символічні жести* (symbolic gestures), такі як хресне знамення чи віддання честі прапору, позначають певну традиційну подію чи

ідею. *Іконічні жести* (iconic gestures) мають схожість з тією річчю, для зображення якої вони призначені, наприклад, форма чаші може відтворюватися долонями. *Експресивні жести* (expressive gestures) включають такі поведінкові прояви, як посмішка, вираз презирства та невдоволення. Символічні жести, що часто замінюють мову, зазвичай усвідомлюються людьми, що їх використовують, і існують у специфічних групах. До груп, які виробили власну систему кінетичної мови, належать американські індіанці. Жести можуть не тільки замінювати мовлення, але й уточнювати і доповнювати зміст самого висловлювання, виконуючи тим самим функцію метакомунікації. Наприклад, докладання правої долоні до серця означає щирість і засвідчує правдивість слів людини, що використовує цей жест. Сфера вивчення жестів багато в чому перетинається з областю вивчення невербальної поведінки та комунікації. Аналіз жестів забезпечує нас цінною інформацією відповідно до того чи досліджуються вони з психологічної, або культурної точки зору і дозволяють глибше проникнути в «мову» комунікації як щодо її сенсу, так і щодо її стилю. Дослідники виокремлюють кілька груп жестів що відтворюють внутрішній стан індивіда, з яким відбувається спілкування: *жести відкритості та відвертості*, що свідчать про щирість співрозмовника, його прагнення вести відкритий діалог; *жести підозри та таємничості*, що вказують на недовіру партнера по взаємодії, спроможності сприймати ним інформацію та довіряти співрозмовнику; *жести захисту*, що є ознаками сприйняття загрози існуванню індивіда, або він випробовує наявний дискомфорт у процесі спілкування; *жести роздумів та оцінки*, коли співрозмовник знаходиться в стані роздумів або вирішення значущої для нього проблеми; *жести сумнівів і невпевненості*, що свідчить про внутрішню нестабільність суб'єкта спілкування; *жести незгоди*, що є невербальними знаками витіснення внутрішньої заборони на власну думку; – *жести підготовленості* – це невербальні знаки прагнення людини якнайшвидше закінчити розмову або зустріч. Інтенсивність жестикуляції залежить від емоційного стану індивіда, його типу темпераменту, а американський психолог М. Аргайл з'ясував, що

частотність жестикуляції індивідів має істотну різницю у представників з різних соціокультурних середовищ. Дослідник установив, що протягом однієї години фіни жестикулюють 1 раз, французи – 20, італійці – 80, а мексиканці – 180.

(Гарькавець С.О., Волченко Л.П. Спілкування в педагогічному процесі : навчальний посібник. Житомир : ТОВ «Видавничий дім Бук-Друк», 2021. 100 с. С. 71).

Життєва перспектива – реальний життєвий потенціал особистості, закладений її минулим досвідом, рівнем її розвитку, її наявними здатностями, що й становить реальну рушійну силу, гарантуючи успішність її майбутнього. Окреслене поняття вивчається у дисертаційному дослідженні Ю.В. Норчука як соціально-адаптаційний механізм, заснований на інтеріоризації наявних цінностей, смислів, у контексті професійного або особистісного самовизначення, життєтворчості, становлення. До системи уявлень про життєвої перспективи входять: оптимістичність, диференційованість, довготривалість, реалістичність, узгодженість, а також мрії, фантазії, тривоги, побоювання. Зміна функціональної складової життєвих перспектив полягає в ослабленні функцій ціннісної, цільової, стратегічної і тактичної регуляції завчасної стійкості особистості, а також функції позитивного підкріплення. О.В. Павленко у дисертаційному дослідженні зазначає, що формою усвідомлення особистістю власних перспектив є прогнозування, проєктування та програмування. Людина бачить свої життєві перспективи як загальну спрямованість можливих найважливіших подій. Виходячи із власної моделі світу та ситуації теперішнього, особистість здійснює процедуру проблематизації реальності або дійсності, тобто створює прогноз щодо власного майбутнього. Побудова життєвої перспективи передбачає створення проєкту власного життя, тобто нової предметності свого життя. Проєктування передбачає: висування цілей та складання життєвих планів, заснованих на ціннісних орієнтаціях особистості; аналіз можливостей реалізації встановлених цілей та емоційну готовність до подій, що плануються, проєктуються чи прогножуються. Майбутнє як виконання завдання й досягнення мети у невизначеній

ситуації сьогодення, оформлюється в свідомості особистості як програма пошуку рішення. На кожному етапі життєвого шляху перспектива повинна змінюватися та коригуватися відповідно до ситуації сьогодення та попереднього рівня досягнень особистості. Усвідомлена й узгоджена життєва перспектива особистості визначає перехід від стихійного способу життя до такого, який вона буде створювати задачно та власноруч. Саме наявність такої перспективи перетворює людину з об'єкта впливів змінюваних життєвих обставин на суб'єкт власного життя і життєдіяльності. Дослідження життєвих перспектив військовослужбовців привертають увагу в ситуаціях переламних моментів у суспільстві, зокрема події українського сьогодення піднімають виклики щодо спроможності військових пов'язувати власні життєві орієнтири із загальнодержавними цінностями. Саме в такі часи завчасна готовність військовослужбовця до виконання професійних військових обов'язків може детермінувати психологічну готовність та змобілізованість, або навпаки, її недостатня усталеність призводить до деформації та регресії.

(Павленко О.В. Досвід як чинник становлення життєвої перспективи особистості : автореф. дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.01. Київ, 2019. 27 с. С. 8).

Життєвий вибір у дисертаційному дослідженні І.А. Сербін-Жердецької визначається як базова позиція суб'єкта у процесі його взаємодії зі світом, що проявляється у важливій точці життєвого шляху, є суб'єктивним процесом і результатом мотивованого ранжування цінностей, незмінно супроводжується певними відчуттями (емоціями), вольовими зусиллями і когніціями. У науці виділяються такі види життєвих виборів: професійні, особистісні, вибори у різних варіантах теорії прийняття рішення як особлива задача, елемент цілепокладання, смислова організація особистісного досвіду, технологічна процедура, смисловий вибір або вибір у контексті теорії життєвих світів, екзистенціальні, моральні, соціальні вибори. Ці вибори не завжди відображають психологічний зміст загального конструкту як психологічного феномену. Виокремлено такі теоретичні моделі життєвих виборів: свідомоперетворювальна (дозволяє особистості бути найбільш аутентичною, сприяє адекватній орієн-

тації у життєвих обставинах, аналізу ситуації та використанню її у своїх цілях); ілюзорно-оптимістична (передбачає ситуативне здійснення виборів, без передбачення можливих наслідків, підкоряючись актуальній потребі в конкретній ситуації або образу бажаного майбутнього) та витискувально-захисна (вибір здійснюється з метою уникнення реальної проблеми, створення зовні благополучної ситуації). У психологічній науці категорія «стратегія вибору» трактується як: система перспективних уявлень і орієнтації особистості; система цілей, планів і ціннісних орієнтації, сукупність планів і окремих програм особистості, сформованих на основі її темпоральних орієнтацій; загальна модель або спосіб життя; основний внутрішній напрям; спосіб здійснення зрілого особистісного вибору, різновид життєвих перспектив, явище діяльності мозку для декодування суб'єктивного досвіду та ін.

(Сербін-Жердецька І.А. Психологічні особливості життєвих виборів особистості : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07. Одеса, 2016. 181 с. С. 155).

Життєві плани особистості є системою її рішень, що зумовлені особистими потребами, рівнем духовності та психологічними настановами. У дисертаційному дослідженні М.І. Гладкевич змістове наповнення життєвих планів особистості стосується її життєвих виборів (професійних, сімейних тощо), цінностей, потреб. Серед життєвих планів виокремлюють оптимальні й неоптимальні, що залежать від їх раціональності або нераціональності, адекватності чи неадекватності, стабільності або нестабільності. Оптимальність життєвих планів особистості залежить і від сили мотивації та чіткості стратегії їх реалізації. Життєві плани особистості вирізняються конкретністю. Вони можуть конструюватися у межах віддаленої та близької часової перспективи. Завдяки цьому життєві плани особистості трансформуються у мотиви життєдіяльності й поведінки. Конструювання життєвих планів особистості потрібно розглядати у контексті об'єктивних умов і суб'єктивного характеру її життєдіяльності. Життєві плани особистості пов'язані з її життєвим простором, життєвим шляхом, життєвою стратегією, життєвими і часовими перспективами, життєвим стилем і життєвими

цілями. Однак найтіснішим є їх зв'язок із життєвими цілями, адже засобами їх досягнення є життєві плани. Основними психологічними умовами розвитку особистості як суб'єкта життєдіяльності та конструювання життєвих планів, є такі: здатність особистості рефлексувати про об'єктивно та суб'єктивно зумовлені події свого життя у різних часових вимірах; ціннісно-сміслові ставлення особистості до навколишньої дійсності; усвідомлене ставлення особистості до себе як сучасника своєї епохи і самостійного активного «конструктора» власного життя і життєвих планів; здатність до прогнозування власного майбутнього, до складання життєвих планів і життєвої самореалізації; – здатність визначати власні життєві цілі та життєві плани, з огляду на власне «Я»; узгодженість життєвих цілей і планів із індивідуальними особливостями особистості (цінностями, переконаннями, ставленнями (до особистого досвіду, об'єктивних життєвих подій), мотивами, прагненнями долати труднощі, потребами, вольовими якостями); – глибокі знання про життя; об'єктивне ставлення особистості до непередбачуваних і незалежних від неї подій.

(Гладкевич М.І. Психологічні умови формування життєвих планів у юнацькому віці : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07. Київ, 2019. 227 с. С. 188).

Життєвий шлях – це унікальна, своєрідна драма буття особистості, кожен акт якої є результатом зіткнення безлічі індивідуально-неповторних характерів і життєвих обставин, соціальних і природних умов існування. Життєвий шлях органічно поєднує біологічне й історичне, соціальне й індивідуальне. Категорія життєвого шляху особистості стає найбільш узагальнювальною й ефективною, насамперед через той факт, що вона дає можливість звернути головну увагу на здатність людини бути особистістю, бути самостійною, на її здатність до самоактуалізації, на те, що, в решті-решт, тільки вона сама є творцем власної біографії, головним режисером своєї унікальної долі. За одних і тих самих умов одна людина може відігравати в житті творчу роль, набуваючи все більше можливостей до самостійності, незалежності від можливих негативних впливів життя, від негативних зовнішніх обставин, натомість інша всі свої

сили витрачає на те, щоб пристосуватися до традиційних обставин, до загальноприйнятих норм, прислухаючись до свого оточення більше, аніж до себе, маючи тематику життя, яку можна назвати регламентувальною. Дефініція «життєвий шлях» дає підставу вказати на залежність від минулого людини, яке безпосередньо або опосередковано впливає на неї, а також від об'єктивних умов, у яких протікає її життя. Це дає можливість врахувати той факт, що вплив минулого людини та умов її існування на її майбутнє має багатоаспектний, багатовимірний і багатоваріантний характер, впливаючи на сьогодення своїми планами, мріями, можливими перспективами і можливостями їх досягнення. Життя пропонує людині безліч можливостей, які вона використовує відповідно до свого минулого, досвіду, самостійності, відповідальності. Поняття «життєвий шлях» допомагає розширити розуміння умов існування людини за рахунок їх включення до більш широкого культурно-історичного контексту, до певної низки суспільно-історичних подій, ритмів традицій, звичаїв і ритуалів, які стосуються найближчого соціального оточення, етносу, генерації, держави, поєднуючи біографічне з історичним. Таким чином, життєвий шлях особистості необхідно визнати загальнонауковою системною категорією, що описує події індивідуального життя людини з точки зору взаємодії суб'єкта активності з його життєвими обставинами, у яких ця активність якраз і здійснюється. Під життєвими обставинами розуміють природні та соціальні чинники, з якими прямо або опосередковано взаємодіє особистість. У психологічному розумінні життєвий шлях особистості – це складна, системно-понятійна багатомірна категорія, що передбачає розкриття індивідуальної історії людини, сукупність подій та обставин індивідуального розвитку особистості.

(Панок В.Г. Життєвий шлях особистості як категорія прикладної психології. Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Психологічні науки. 2014. Вип. 2.12 (103). С 146–151).

Життєстійкість є ключовим ресурсом для продуктивного здійснення особистості в динамічних і складних умовах сьогодення, здатність і готовність свідомо діяти в непередбачуваних ситуаціях

підвищеної складності, сприймати негативні події як досвід і успішно засвоювати його. О.М Швец у дисертаційному дослідженні на тему «Психологічні чинники становлення особистісної гідності в освітньому просторі», стверджує, що життєстійкість визначає характеристики активності, гнучкості, автентичності, готовності до діяльності, пов'язаної з подоланням труднощів, здатності до самостійного визначення, вільного життєвого вибору та відповідальності за свій вибір. Означені характеристики пов'язані із рівнем особистісної гідності, яка і виявляється у життєстійких переконаннях, життєтворчій стратегії життя, життєстійкому узгодженні при врегулюванні важких життєвих ситуацій. О.А. Чиханцова у докторській дисертації заторкує питання психології життєстійкості особистості. Учена визначає життєстійкість як інтегральну особистісну характеристику людини, особистісний ресурс, що забезпечує їй успішність подолання життєвих труднощів та здатність витримувати стресову ситуацію, зберігаючи внутрішню впевненість, збалансованість, не знижуючи успішності діяльності. Феномен життєстійкості – це особистісний конструкт, що сприяє успішному пристосуванню людини до змін навколишнього світу в прагненні до досягнення психологічного благополуччя та самореалізації, а також виконує важливу буферну функцію, перешкоджаючи деструктивному розвитку. Також розкрито механізми зниження психічного напруження і розвитку життєстійкості: адаптивний (сприяє конструктивному подоланню труднощів); дезадаптивний (забезпечує можливість швидкого зниження емоційної напруги в ситуації стресу; самоусунення, тобто ігнорування проблеми, заперечення проблеми, фантазування тощо); розвивальний (сприяє різнобічному осмисленню проблемної ситуації, включення її до більш широкого контексту самовдосконалення та самореалізації і полягає у позитивній інтерпретації ситуації, що забезпечує збереження психологічного здоров'я і благополуччя особистості в будь-якій ситуації).

(1. Швец О.М. Психологічні чинники становлення особистісної гідності в освітньому просторі : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.01. Київ, 2021. 236 с. С. 78; 2. Чиханцова О.А. Психологія становлення життєстійкості особистості : дис. ... докт. психолог. наук : 19.00.01. Київ, 2021. 430 с. С. 371).

Зараження – механізм психологічного невербального або, рідше, емоційно яскраво забарвленого впливу на людину, групу або масу людей; процес прямої передачі емоційного стану від одного індивіда до іншого на психофізіологічному рівні контакту поза межами власного смислового впливу. Більш-менш помітне зараження можливе тільки за наявності у тих, кого заражають певної контагіозності (Б.Ф. Поршнєв), тобто заражуваності як особливої властивості (стану) психіки, що поведінково проявляється у готовності до наслідування. Зараження може розглядатися як поєднання навіювання і наслідування, причому останнє виявляє себе і як умова зараження, так і його наслідок. Зараження може мати різний ступінь довільності: від мимовільного до цілеспрямованого. За наявності зворотного зв'язку між суб'єктом і об'єктом зараження, воно може зростати внаслідок взаємної індукції, набувати форми циркулюючої реакції, особливо помітної у натовпі. Зараження здійснюється вербальними (слово, лозунги, інтонація, ключові фрази) і невербальними (міміка, жести, дії, музика та ін.) засобами. Зараження поділяють на навмисне й ненавмисне. Ефективність зараження пов'язується з якостями суб'єкта зараження (наявність харизми, сильна привабливість, навички експресивної поведінки тощо), особливостями аудиторії (ступінь зараження й готовність до наслідування) і відношеннями між ними (віра, залежність аудиторії від об'єкта зараження). Зараження соціально-психологічне – сукупність способів і результатів інформаційно-психологічного впливу на людину, групи людей і особливо маси, що виділяється поряд з навіюванням, переконанням, інформуванням. Зараження соціально-психологічне має цілеспрямований характер і здійснюється у сфері несвідомого. У процесі соціально-психологічного зараження відбувається передавання від суб'єкта до суб'єкта психологічного стану – екстазу, паніки, азарту, тривоги, радості, відважності тощо, що безконтрольно сприймаються і відтворюються людьми у ситуації їх безпосереднього спілкування.

(Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 109–110).

Збори – це одна з форм спілкування за організаційним аспектом взаємодії і є поширеною формою обговорення спільної проблеми, для досягнення спільної мети або виконання спільної дії. Людей на зборах об'єднують певні інтереси (партійні збори, збори громадськості з метою висунення кандидата в депутати тощо). Як і до інших форм спілкування (індивідуальні і групові бесіди, розмови телефоном, наради, переговори, конференції, мітинги, дискусії), до зборів готуються заздалегідь. Ця акція складається з трьох етапів: підготовчого (передбачає висвітлення проблеми), обговорення питання та ухвалення рішення. Передумовами успішного проведення зборів є здатність промовців орієнтуватися на слухача та його проблеми, вміння помічати реакцію у залі. Виступ оратора, який виступає тільки з метою послухати самого себе, може не мати успіху, адже він не врахував інтересів слухачів, їхніх бажань. Збори в соціальній психології є важливим поняттям, оскільки вони можуть впливати на поведінку та мотивацію людей. Наприклад, великі масові збори можуть створювати відчуття солідарності та єдності серед учасників, що може підвищувати їх мотивацію для досягнення спільної мети. Однак збори також можуть мати негативні наслідки, такі як конфлікти серед учасників або виникнення групової думки, яка не відображає думок всіх учасників. Дослідження зборів допомагають розуміти, як люди співпрацюють та взаємодіють у групах та як ці групи можуть впливати на поведінку й мотивацію. Також важливо розуміти, як збори можуть бути організовані та управлятися, щоб максимально використовувати їх позитивний вплив і зменшувати можливі негативні наслідки. Окрім того, в соціальній психології вивчається вплив лідерів на збори та їх учасників. Лідер може мати значний вплив на групу, визначати напрям руху, створювати атмосферу співпраці та довіри серед учасників. Однак лідер також може змінювати думки і погляди учасників, визначати їхні підходи до розв'язання проблем та зменшувати індивідуальну свободу вибору.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 58).

Звичаї – соціально успадковані стереотипні способи поведінки, які постійно відтворюються у певному суспільстві або соціальній групі і є звичними для їх членів. Звичай – це неписані правила поведінки, він полягає в неухильному дотриманні сприйнятим із минулого канонам. Існують особливі звичаї, які мають моральне значення і пов’язані з розумінням добра та зла у певній соціальній групі або суспільстві. Зміст звичаїв окреслює чітку організованість спільного існування через: загальноприйнятий порядок, правила, які здавна існують у громадському житті й побуті якого-небудь народу, суспільної групи, колективу тощо; уклад суспільного життя нації, народу; культура, побут; узвичаєну організованість відзначення яких-небудь подій, свят і т. ін., пов’язаних зі здійсненням певних дій і уживанням належних атрибутів, предметів та ін.; узвичаєні, звиклі способи, дії, моделі поведінки; звички; ввічливість, пристойність у поведінці, манерах, дії; правила гідної поведінки, прийняті в конкретному середовищі. Через звичай можливо: описати соціально-психологічне мислення у ситуації соціального життя в статисті; визначити специфіку соціально-психологічного мислення при уявленнях про сакральний зміст соціального життя; охарактеризувати становлення й розвиток соціально-психологічного мислення в обставинах усталеного досвіду соціального життя. Одним із механізмів формування та збереження звичаїв є соціалізація – процес передачі соціальних норм і цінностей від батьків, вихователів та інших членів соціальної групи до дітей та нових учасників групи. Вивчення звичаїв у соціальній психології допомагає розуміти вплив культурних і соціальних чинників на поведінку та психологію людей.

(Жорнова О.І. Звичаєвість соціального життя як науковий конструкт соціальної психології (на прикладі дискурсу культуротворчості). Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки. 2013. Вип. 18. С. 138–146. С. 139).

Здоров'я – це стан повного фізичного, душевного і соціального благополуччя, а не лише відсутність хворіб чи фізичних дефектів. Здоров'я є базовою цінністю людини впродовж життя, тобто виступає як прижиттєва властивість, що, звісно, має і вікову своєрідність. Здоров'я є гармонійною сукупністю структурно-функціональних даних організму, адекватних навколишньому середовищу і забезпечує оптимальну життєдіяльність, а також повноцінну діяльність. У широкому розумінні здоров'я визначається можливостями організму адаптуватися до нових умов з мінімальними затратами ресурсів і часу. Невід'ємною складовою загального здоров'я є психічне здоров'я. *Здоров'я психічне* – характеризується відсутністю хворобливих психічних проявів і забезпечує адекватну умовам дійсності регуляцію поведінки та діяльності. Зміст поняття не вичерпується медичними і психологічними критеріями, у ньому завжди відбиті суспільні й групові норми і цінності, що регламентують духовне життя людини. Основні критерії психічного здоров'я: адекватний віковий рівень зрілості особистісної, емоційно-вольової і пізнавальної сфер; адаптивність у мікросоціальних взаєминах; здатність до самоуправління поведінкою, розумного планування життєвих цілей і підтримки активності в їхньому досягненні. Виокремлюють такі складові психічного здоров'я: усвідомлення та почуття безперервності, сталості й ідентичності свого фізичного та психічного «Я»; почуття сталості й ідентичності переживань в однотипних ситуаціях; критичність до себе та власної психічної діяльності, її результатів; адекватність психічних реакцій силі і частоті впливів середовища, соціальних обставин та ситуацій; здатність керувати своєю поведінкою відповідно до соціальних норм (правил, законів); здатність планувати власну життєдіяльність і реалізовувати її; здатність змінювати спосіб поведінки залежно від зміни життєвих ситуацій та обставин. М.В. Савчин зазначає, що здоров'я людини охоплює духовний, моральний, соціальний, психічний, психологічний і тілесний складники. Психолог твердить, що здорова особистість повинна володіти фундаментальними здібностями, основними серед яких є: 1) здатність любити життя, світ, людей; любов має бути не

просто взаємною, безкорисливою, а й обов'язково жертвовною, без винятків; 2) здатність володіти зовнішньою й внутрішньою свободою, брати відповідальність на себе, що передбачає розвиток здатності вибору на користь добра, любові, свободи; поєднання свободи й відповідальності; знання й усвідомлення своєї необхідності, пов'язаної з вірою, добром, любов'ю, відповідальністю; відносною незалежністю від життєвої необхідності цього світу (повсякденності); 3) внутрішня налаштованість на безумовне творення добра й неминучу боротьбу зі злом; 4) володіння сенсом життя, готовність свідомо відповісти на запитання «Для чого я живу?», здатність узгодити усвідомлений смисл з реальною спрямованістю життя, власними ресурсами й схильностями.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 159; 2 Савчин М.В. Здоров'я людини. Духовний, особистісний і тілесний виміри. Дрогобич : Посвіт, 2019. 232 с. С. 49).

I

Ідентифікація (від лат. *identificare* – ототожнювати) – ототожнення себе з іншими людьми, внаслідок чого засвоюються цінності, норми, ідеали іншої особистості, один з механізмів міжособистісної перцепції. Поняття, введене З. Фройдом, далеко поширилося за рамки психоаналізу, зокрема в соціальній психології. Ідентифікація розглядається як найважливіший механізм соціалізації, що проявляється у прийнятті індивідом соціальної ролі при входженні в групу, усвідомленні ним групової приналежності, формуванні соціальних установок і т. д. Сучасне розуміння ідентифікації охоплює декілька сфер психічної реальності, що перетинаються: 1. Переважне розуміння – як процес і результат самоототожнення з іншою людиною, групою, образом або символом на підставі сталого емоційного зв'язку, а також включення їх у свій внутрішній світ і прийняття як власних норм, цінностей і зразків. Відкрите наслідування як слідування зразкові найбільше проявляється в дошкільному віці. 2. Упізнання чого-небудь або кого-небудь. У цьому значенні термін використовується у психології загальній і юридичній, де розуміється як процес зіставлення, звірення одного об'єкта з іншим на під-

ставі будь-якої ознаки або властивості, у результаті чого встановлюється їхня подібність або відмінність. Завдяки ідентифікації відбувається розпізнавання образів, створення узагальнень, їх класифікація, аналіз знакових систем тощо. Коли об'єктом ідентифікації є людина, то виступає як процес упізнання тієї якості, на підставі якої можна: віднести особистість до деякого класу або типу – наприклад, ідентифікація злочинця; визнати особистість цілісною й ідентичною самій собі. Уявлення, бачення суб'єктом іншої людини як продовження самої себе; наділення її своїми рисами, почуттями, бажаннями (наприклад, батьки, які очікують від дитини здійснення власних честолюбних задумів). Розуміння й інтерпретація іншої людини шляхом ототожнення себе з нею. Тут ідентифікація є емоційно-когнітивним процесом неусвідомлюваного ототожнення індивідом себе з іншим суб'єктом, групою, зразком; механізмом постановки себе на місце іншого, що проявляється у вигляді заглиблення, перенесення індивідом себе в поле, простір, обставини іншого індивіда і приводить до засвоєння його особистісних змістів. Це дозволяє моделювати смислове поле партнера по спілкуванню, забезпечує взаєморозуміння і викликає сприятливу поведінку. Як механізм взаєморозуміння – це спосіб розуміння іншого через усвідомлене або несвідоме уподібнення його характеристикам самого суб'єкта. У психоаналізі ідентифікація розуміється як несвідоме ототожнення, уподібнення себе іншій особистості, внаслідок чого з'являється наслідування в поведінці та ін.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 159).

Інтеграція групова – стан групи, що характеризується: а) упорядкованістю внутрішньогрупових структур; б) узгодженістю основних компонентів системи групової активності; в) сталістю субординаційних взаємозв'язків між ними; г) стабільністю і спадковістю їхнього функціонування; д) іншими ознаками, що свідчать про психологічну єдність і цілісність соціальної спільності. Ієрархічно організована сукупність внутрішньогрупових процесів, що забезпечують досягнення вищеназваного стану. Проявляється у

відносно безперервному й автономному існуванні групи, що передбачає наявність процесів, які перешкоджають порушенню психологічної цілісності групи. Відсутність інтегративних властивостей неминуче призводить до розпаду будь-якої спільності. Інтеграція містить у собі те загальне, що сприяє розвитку тенденції до об'єднання в тому чи іншому аспекті. Соціальна інтеграція – прийняття індивіда іншими членами групи. Процес встановлення оптимальних зв'язків між відносно самостійними мало зв'язаними між собою соціальними об'єктами (індивідуумами, групами, соціальними класами, державами) і подальше їх перетворення на єдину, цілісну систему, у якій узгоджені й взаємозалежні її частини на основі спільних цілей, інтересів. Цей процес досліджується з точки зору взаємодії між людьми, їхнього сприйняття один одного та системи ставлень у групі. Основні питання, які вивчаються у контексті інтеграції групової, включають у себе фактори, що впливають на ступінь інтеграції, роль лідерства та соціального впливу в групі, і вплив групи на індивідуальну поведінку й ідентичність. Дослідження інтеграції групової уможливають краще зрозуміти динаміку групових відносин та допомагають у розробці стратегій для поліпшення співпраці і взаємодії у групах.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 178).

Інтеракція – це процес взаємодії між людьми під час спілкування, планування спільної діяльності, організація спільної діяльності, психологічний вплив один на одного. Соціально-психологічні концепції, які надають великого значення міжособистісній взаємодії, спілкуванню (інтеракції) при поясненні широкого загалу явищ, включаючи розвиток особистості. Базуються на сучасній західній соціальній психології, а саме на теорії символічного інтеракціонізму американського науковця Джорджа Міда. Її основні тези зводяться до таких: становлення «Я» (особистості індивіда) відбувається у ситуаціях спілкування й взаємодії людей; ситуація спілкування розкривається як система взаємно орієнтованих реакцій, розгорнутих у часі. Адекватною і найчастіше досліджуваною моделлю

таких ситуацій є гра. У ній людина вибирає собі як партнера «значущого іншого» і орієнтується у діях і реакціях на його поведінку, відповідно до того як і сама сприймається «значущим іншим». Центральна думка інтеракціоністської концепції полягає у тому, що основним механізмом формування особистості у взаємодії з іншими є встановлення контролю дій з боку того уявлення про особистість, яке складається в інших. На відміну від психоаналізу для інтеракціоністів вихідною позицією аналізу є не окремий індивід, а соціальний процес, що розглядається як інтеракція людей у групі або у суспільстві. Інтеракція характеризує такі компоненти спілкування, що пов'язані із взаємодією людей, з безпосередньою організацією їхньої спільної діяльності, вона може проявлятися у загальному вигляді як два типи взаємодії: кооперація й конкуренція. Інтерактивне навчання – навчання, побудоване на взаємодії учнів з навчальним оточенням, навчальним середовищем, які виступають сферою досвіду, що освоюється. Педагог не дає готових знань, але спонукує учнів до самостійного їх пошуку. Таким чином, взаємодія (*інтеракція*) в соціально-психологічному плані – аспект спілкування, що виявляється в організації людьми взаємних дій, спрямованих на реалізацію спільної діяльності, досягнення певної спільної мети. Дослідження інтеракції допомагають краще зрозуміти, які фактори впливають на міжособистісні відносини та взаємодію між людьми в різних ситуаціях.

(Коваленко А.Б., Корнєв М.Н. *Соціальна психологія : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с. С. 91*).

Інтерв'ю (англ. interview – зустріч, бесіда) – спосіб одержання соціально-психологічної інформації за допомогою усного опитування. У порівнянні з анкетуванням передбачає більшу свободу для опитуваного при формулюванні відповідей, більшу їх розгорнутість. Це діалог між співрозмовниками, де один з них є основним контактером і працює за попередньо продуманим планом, який може змінюватися залежно від ситуації. Основні види інтерв'ю: стандартне (формулювання і послідовність питання визначаються заздалегідь); нестандартне (передбачає загальні особливості взає-

модії, коли зміст питань залежить від конкретної ситуації, не регламентовані темою і формою бесіди); напівстандартне (має орієнтовну кількість питань, вибір яких залежить від ситуації спілкування). Межі між цими видами нечіткі й залежать від складності проблеми, мети й етапу дослідження. Основні особливості взаємодії в інтерв'ю: між чоловіками, як правило, частіше складаються неофіційні стосунки; чоловіки більше схильні працювати з чоловіками, а жінки – з обома статями; чоловіки більш критичні до співрозмовника. Ступінь свободи учасників визначається наявністю і формою запитань; рівень одержуваної інформації – різноманітністю і складністю відповідей. Питальники для інтерв'ю створюються за типом соціологічних анкет, які ставлять за мету одержання розподілу типових відповідей у великій кількості питань. Такий підхід потрібний лише на першій стадії дослідження, для початкового орієнтування у проблемі. Питальники можуть дати цінні результати для подальшого уточнення досліджуваних властивостей і висування нових гіпотез. У ході бесіди інтерв'юер може потрапити в одну з таких ситуацій: респондент (опитуваний) знає, чому він зробив або зробить так, а не інакше; респондентові бракує інформації про причини своєї дії; інтерв'ю ставить за мету одержання симптоматичної інформації, хоча респондентові вона такою не здається. У конкретній ситуації можливе застосування різних методів інтерв'ювання. У першому випадку досить використовувати упорядкований, строго спрямований питальник. У двох інших – потрібні методи, що передбачають співробітництво респондента під час пошуку необхідної інформації.

(1. Шагар В.Б. *Сучасний тлумачний психологічний словник*. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 182; 2. Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій*. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 28).

Інтерпретація – у найширшому сенсі, пояснення значення чого-небудь. У психоаналізі пояснення значення матеріалу вільних асоціацій і сновидінь, за допомогою чого розкриваються несвідомі конфлікти, виявляються приховані бажання, які їх підтримували. *Інтерпретація діагностичних даних* – комплексний пізнавальний

процес, за допомогою якого на основі кількісного і якісного аналізу діагностичних даних та іншої інформації (продукти діяльності, особливості поведінки, анамнестичні дані та ін.) робиться висновок про невидимі психічні процеси, стани і властивості особистості, про умови змін розвитку, про патогенез або ж етимологію психічних порушень тощо. Інтерпретація діагностичних даних може протікати не тільки як дедуктивний чи індуктивний умовивід, у більш вузькому значенні – як верифікація гіпотези, але й як екстраполяція отриманої інформації про тестовий зразок поведінки до подібної поведінки в майбутньому. Іноді справа може торкатися й транспортування діагностичних даних про зразок поведінки на інші її форми (коли, наприклад, за дрібними малюнками фігури робимо висновок про боязкість, соромливість у спілкуванні з людьми), або ж про генералізацію у розумінні всієї поведінки у досліджуваній сфері (якщо, наприклад, за результативністю у тесті нанизування намиста ми робимо умовивід про тонкість рухової спритності у всьому діапазоні діяльності). Інтерпретація діагностичних даних означає не лише кінцеве пояснення усіх готових частин психологічного дослідження (кінцевий діагноз), але й симультанне пояснення окремих субтестів. Процес інтерпретації діагностичних даних уможливорює отримати інформацію про різні аспекти поведінки, такі як міжособистісні відносини, ставлення до різних ситуацій і соціальні навички. Діагностичні дані в соціальній психології можуть бути зібрані за допомогою різних методів, включаючи тести особистості, анкети, інтерв'ю та спостереження. Після збору дані аналізуються й інтерпретуються з метою розуміння і виявлення зв'язків між різними характеристиками людини та її поведінкою. Інтерпретація діагностичних даних у соціальній психології може допомогти виявити певні тенденції у поведінці людини, такі як схильність до депресії, агресії, соціальної ізоляції тощо. Вона також може допомогти відкрити можливості для розвитку соціальних навичок та взаємодії з іншими людьми.

(Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 130).

К

Каузометрія (від лат. *causalis* – причиновий і лат. *metreo* – вимірюю) – метод дослідження суб'єктивної картини життєвого шляху і психологічного часу особистості. Належить до біографічних методів; спрямована на описання не тільки минулих, але і майбутніх можливих етапів життєвого шляху. Каузометрію проводять у формі інтерв'ю, що складається з шести процедур: 1) біографічної розминки; 2) формування списку значимих подій; 3) їхнього датування; 4) причинового аналізу міжподієвих відносин; 5) цільового аналізу; 6) позначення сфер приналежності подій. Використовують і додаткові процедури: 1) оцінку емоційної привабливості подій; 2) їхню віддаленість у минуле і майбутнє; 3) значимість «для себе» і «для інших людей»; 4) локалізацію особистого часового центра. Результати інтерв'ю зображують у вигляді каузограми – графіка подій і міжподійних зв'язків, що дає наочне зображення мотиваційного статусу подій, їхньої локалізації у фізичному і психологічному часі, стартової або фінішної ролі в житті, структури взаємозв'язків між подіями. Каузометрія дає підставу для висновків про можливі деформації картини життєвого шляху, масштабність, свідомість і реалізованість задумів, особливості стилю життя і задоволеності своїм минулим, сьогоденням і майбутнім. Застосовується для дослідження індивідуального та спільного життєвого шляху, аналізу і корекції життєвих сценаріїв у психотерапії, проєктування життєвих перспектив у професійно-орієнтаційних, родинних, психогігієнічних консультаціях. Головною метою каузометрії є встановлення причиново-наслідкових зв'язків між різними факторами та поведінкою людей. За допомогою каузометрії вивчають, які події призводять до певних наслідків і визначають, як впливати на цей процес. Однак важливо пам'ятати, що каузометрія не завжди дозволяє точно встановити причиново-наслідкові зв'язки і потребує ретельного аналізу та обґрунтування результатів дослідження.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 196).

Керівництво – здійснюваний індивідом чи колективним суб'єктом соціально-психологічний вплив на інших людей з метою структурування дій та відносин у групі (організації). Керівник – особа, на яку офіційно покладені функції керування колективом і організація його діяльності. Несе юридичну відповідальність за функціонування групи (колективу) перед інстанцією, що його призначила (обрала, затвердила), і має у своєму розпорядженні суворо визначені можливості санкціонування – покарання і заохочення підлеглих для впливу на їхню виробничу (наукову, творчу та ін.) активність. Лідер і керівник не обов'язково поєднуються в одній особі. На відміну від лідера, керівник має формально регламентовані права й обов'язки, а також представляє групу (колектив) в інших організаціях. Керівництво є водночас і економічною, і психологічною проблемою. Із соціально-психологічної точки зору керівництво – це процес взаємодії керівника з іншими людьми, в ході й результаті якого забезпечується їхня активна та скоординована участь у досягненні мети управління. Згідно з визначенням Н. Коломінського, управління, або менеджмент – це діяльність, спрямована на створення в інших людей таких психологічних станів, якостей, які сприяють досягненню мети управління. Український вчений виділяє три категорії управлінських ролей: міжособистісні, інформаційні та ролі, пов'язані з ухваленням рішень. Міжособистісні пов'язані зі змістом лідерства, керівництва; інформаційні – з пізнавально-інтелектуальною роботою менеджера; ролі, пов'язані з ухваленням рішень, передбачають включення оцінювально-порівняльної роботи, емоційно-вольових якостей особистості менеджера. Соціально-психологічний аспект керування включає: дослідження психологічних якостей керівника (із застосуванням тестів та інших методик); співвідношення стилю керівництва й ефективності трудової діяльності; залагодження конфліктів, що виникають на психологічному рівні; проблеми прийняття групового рішення; аналіз сумісності керівника та колективу.

(Соціальна психологія : навч.-метод. комплекс / Н.М. Ануфрієва, Т.М. Зелінська, О.Л. Туриніна. Київ : МАУП, 2006. 200 с. С. 149).

Колективоутворення – стадія групотворення, що означає перехід групи в ході спільної соціально цінної діяльності від низького до більш високого рівня розвитку, в остаточному підсумку – до колективу. При цьому процеси колективотворення супроводжуються низкою соціально-психологічних феноменів: підвищенням згуртованості та єдності колективу; формуванням колективістських норм поведінки і взаємин; проявом колективістської ідентифікації й колективістського самовизначення та ін. Доведено, що причина активізуючого впливу групи на її членів в умовах колективостворювальної діяльності полягає у «русі мотиву» від одного суб'єкта до іншого. У процесі взаємодії або спілкування один суб'єкт нібито транслює свою активність іншому, збуджуючи його зустрічну активність, при цьому другий може перетворити смисловий або емоційно-оцінний аспект сприйнятого мотиву і транслювати його третьому суб'єктові (або повернути першому, якщо це діалог). Ідея руху мотиву уможлиблює зрозуміти механізм засвоєння індивідом соціокультурного досвіду – механізм інтеріоризації-екстеріоризації. Якщо при навчанні створені умови для руху мотиву, то колективоутворення і засвоєння соціального досвіду відбуваються максимально ефективно.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 202).

Компетентність соціально-психологічна – здатність індивіда ефективно взаємодіяти з навколишніми людьми в системі міжособистісних відносин. Формується у ході освоєння індивідом систем спілкування і включення до спільної діяльності. До її складу входять уміння: орієнтуватися в соціальних ситуаціях; правильно визначати особистісні риси й емоційні стани інших людей; вибирати адекватні способи поведінки і реалізовувати їх у процесі взаємодії. Особливу роль відіграє вміння поставити себе на місце іншого. Український психолог Ю.В. Борець у дисертаційному дослідженні вказує, що у зарубіжних психологічних джерелах соціальну компетентність розуміють, здебільшого, крізь призму набутих здатностей, або навичок, що включають соціальні вміння здійснювати інтеракції, від-

повідні схильності і спрямування до емпатії, розуміння сценаріїв комунікації між людьми . У зарубіжних дослідженнях вивчалися взаємозв'язки соціальної компетентності з життєвими цінностями, визначалися впливи: життєво значущих цінностей на вживання алкоголю й інших психоактивних речовин. Соціальну компетентність розглядають за функціями і ступенями складності, зокрема: соціальної перцепції (здатність слухати, розуміти, спостерігати, сприймати події і динаміку в групі); активної взаємодії (уміння вступати у діалог, рефлексувати власні можливості, виражати свої бачення, думки і бажання); аттюдів ставлення (спроможності сприймати реакції і позиції навколишніх, готовності вислуховувати критику і дискутувати з іншими); ідентифікації (здатності усвідомлювати і наближати власні дії до інтересів інших, умінь зацікавлено вступати в розмову); узгодженості думок і позицій (вміння усвідомлювати своє місце в групі, підтримувати контакти, висловлювати критику, схильність до розуміння та пристосування власних дій до дій інших, вчиняти і діяти адекватно до основних проявів групової психодинаміки); причетності (схильності до включення, уникнення відособленості, уміння сприймати себе на місці іншого, підтримувати дистанційний баланс наближеності, не конфліктувати). До основних ознак соціальної компетентності відносять: орієнтування у людському оточенні, інтеграцію загального, соціального та особистісного досвіду, соціальну адаптацію, особистісну включеність. Зрілість соціальної компетентності людини означає, що вона усвідомлює себе активним членом сучасного їй суспільства (організаційної структури, субкультури); володіє морально-етичними нормами, характерними для цього суспільства; спрямовує орієнтацію поведінки і діяльності на благо суспільства; активно взаємодіє з іншими членами суспільства; готова (у разі необхідності) до гнучкої зміни соціальної ролі; сприйнятлива до можливих змін у міжособистісній сфері і здатна впливати на процес змін; бажає і вміє викликати у суспільстві інтерес до своєї професійної та суспільної діяльності; налаштована на досягнення відповідності свого професійного і суспільного статусу індивідуально-особистісним якостям.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 203; 2. Борець Ю.В. Психологічні особливості громадянської компетентності майбутніх фахівців соціономічного профілю : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.05. Чернігів, 2016. 239 с. С. 37).

Компроміс (від лат. *compromissum* – угода) – це один із способів подолання міжособистісних конфліктів, який полягає у врегулюванні розбіжностей через взаємні поступки. Погляди опонентів приймаються частково, що зменшує взаємне незадоволення і може привести до подолання конфлікту. Цей спосіб недоцільно використовувати на ранніх стадіях конфлікту, бо він заважає діагностиці проблемної ситуації та пошуку альтернативних рішень. Поняття «компроміс» за своїм змістом близьке до поняття «консенсус». Компроміс є вимушеною згодою, яка є неефективною, якщо не приводить до консенсусу. Своєю чергою, консенсус досягається шляхом узгодженості позицій та пошуку взаємоприйнятих рішень, заснованих на компромісах. При цьому компроміс – це частина консенсусу. Тому, враховуючи спорідненість поняття компромісу і консенсусу, можна стверджувати, що критерії класифікації компромісу можуть бути запозичені в класифікації поняття «консенсус». Соціальний компроміс О.М. Стець згруповує за певними ознаками і на основі цього визначає їхні види. За основу класифікації вчена взяла лише основні ознаки соціального компромісу, за допомогою яких охарактеризовує соціальний компроміс та виділяє його властивості. Класифікація соціального компромісу за наведеними нижче основними критеріями. 1. Залежно від сфери дії: а) політичний; б) економічний; в) правовий; г) трудовий; г) міжнародний; д) сімейний; е) релігійний тощо. 2. Залежно від суб'єктів: а) міжособистісні; б) групові; в) міжнаціональні; г) міжнародні. 3. Залежно від функціональної точки зору: конструктивні (позитивні) і деструктивні (негативні). Конструктивний характер компроміс має у тих випадках, коли означає усунення загрози розгортання широкого конфлікту в суспільстві. Деструктивний характер має компроміс, який був результатом самообману осіб, які уклали його. 4. За формою вираження: активний і пасивний. Активний компроміс може виявлятися в укладанні

договорів, а пасивний – це відмова від яких-небудь активних дій із досягнення визначених взаємних поступок у тих чи тих умовах.

5. Залежно від кількості учасників соціальні компроміси можна поділити на двосторонні (досягається між двома учасниками) та багатосторонні (досягається кількома учасниками).

6. Соціальний компроміс залежно від форми можна поділити на юридичний (коли компромісні методи та процедури передбачені нормативними актами) і неюридичний (неформальні способи врегулювання конфліктів – переговори, посередництво тощо).

7. Залежно від ступеня стійкості можна виділити такі типи соціального компромісу, як тимчасовий і постійний. Постійний досягається тоді, коли сторони укладають угоду на основі взаємних поступок, і конфлікт у цьому випадку є повністю подоланим. Проте тимчасовий компроміс свідчить, що укладений частково компроміс матиме тимчасовий характер, а це значить, що може знову виникнути.

6. Залежно від статусу сторін, які домовляються, соціальний компроміс можна поділити на міжнародний і внутрішньодержавний. Внутрішньодержавні компроміси врегульовують різні конфліктні ситуації всередині держави, а саме політичні, економічні, релігійні, національні, правові та інші. *Міждержавний компроміс* застосовується там, де є соціальні конфлікти між державами (однак у ситуації агресії та повномасштабної війни російських окупантів проти України у 2022 р., міждержавний компроміс без перемоги українців на полі бою є неможливим, оскільки виконання умов ворога неприйнятне, бо його основна мета – знищення української нації). Таким чином, соціальний компроміс виступає цивілізованим засобом врегулювання соціальних конфліктів, а також станом функціонування суспільства в межах держави. Наведена класифікація соціального компромісу дає змогу визначити шляхи та способи досягнення певного виду компромісу.

(1. Мухіна Л.М. *Психологічні особливості розвитку конфліктологічної компетентності майбутніх учителів* : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07. Миколаїв, 2019. 259 с.; 2. Стець О.М., Білошенко О.Ю., Чабаненк Ю.С. *Класифікація соціального компромісу*. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. № 7. С. 33–36. С. 35).

Комунікація (від лат. *communicatio* – спілкуюсь із кимось) – спектр зв'язків та взаємодій, що передбачають безпосередні чи опосередковані контакти, реалізацію соціальних відносин, регуляцію соціального процесу, ціннісне ставлення до нього, обмін інформацією, співпереживання, взаєморозуміння, сприймання, відтворення, вплив групи на людину чи однієї людини на іншу. Комунікативний акт аналізується й оцінюється за такими компонентами: адресант – суб'єкт комунікації; адресат – кому спрямоване повідомлення; повідомлення – переданий зміст; код – засіб передачі повідомлення; канал зв'язку; результат – те, що досягнуте у результаті комунікації. Комунікація може обслуговуватися і немовними засобами, серед них виділяються: засоби оптико-кінетичні – жести, міміка, пантоміміка; паралінгвістичні – якість голосу, його діапазон, тональність; екстралінгвістичні – паузи, плач, сміх, темп мовлення; просторово-часові – взаємне розташування партнерів, часові затримки початку спілкування та ін. Комунікація розглядається і як смисловий аспект соціальної взаємодії. Основні функції процесу комунікації полягають у досягненні соціальної спільності при збереженні індивідуальності кожного її елемента. В окремих актах комунікації реалізуються управлінська, інформативна, емотивна і фатична функції, перша з них – генетично і структурно вихідна. За співвідношенням цих функцій умовно виділяються повідомлення: спонукальні – переконання, навіювання, наказ, прохання; інформативні – передача реальних або вигаданих даних; експресивні – збудження емоційного переживання; фатичні – встановлення і підтримка контакту. Крім того, комунікаційні процеси й акти можна класифікувати за іншими ознаками. Так, вони розрізняються за: типом відносин між учасниками – комунікація міжособистісна, публічна, масова; засобами – комунікація мовна (писемна й усна), паралінгвістична (жест, міміка, мелодія), матеріально-знакова (продукти виробництва, образотворчого мистецтва та ін.). Врахування різних аспектів комунікації може допомогти в підвищенні якості взаємодії та сприяти позитивному розвитку соціальних відносин.

(1. Грубі Т.В. *Практикум з соціальної психології : навчальний посібник*. Кам'янець-Подільський, 2011. 170 с. С. 24; 2. Шагар В.Б. *Сучасний тлумачний психологічний словник*. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 207).

Контент-аналіз – метод виявлення й оцінки специфічних характеристик текстів та інших носіїв інформації, у яких відповідно до цілей дослідження виділяють певні смислові одиниці змісту і форми інформації: психологічні характеристики персонажів з повідомлень засобів масової комунікації, види взаємодії людей, жанри повідомлень тощо. Це метод якісно-кількісного аналізу змісту документів у широкому розумінні слова (офіційні й особистісні документи, матеріали масової комунікації, літератури, мистецтва тощо). Документи класифікуються за різними критеріями: способом фіксації інформації (письмові, рукописні, друковані, записи на інших носіях інформації); мірою персоніфікації: особисті (листи, щоденники); безособові (дані статистики, преси тощо); залежно від статусу джерела: офіційні (дані державної статистики, державних архівів); неофіційні (матеріали приватних осіб). Сутність цього методу полягає у фіксації певних одиниць змісту, який вивчається, а також у квантифікації отриманих даних. Контент-аналіз почав використовуватися у соціальних науках з 20–30-х рр. ХХ ст. у США. Розвиток засобів масової комунікації викликав збільшення контент-аналітичних досліджень у цій галузі. Під час Другої світової війни контент-аналіз застосовувався деякими державними установами США й Англії для вивчення пропаганди у різних країнах, а також у розвідувальних цілях. Контент-аналіз у соціальній психології використовується відповідно до специфіки предмета цієї науки й об'єкта емпіричних досліджень. Насамперед він застосовується для вивчення людського спілкування, комунікацій і їхніх суб'єктів як представників мікро- і макрогруп. Безпосередніми матеріалами дослідження є документи, що розглядаються як «повідомлення». Поняття «повідомлення» є специфічно соціально-психологічним, у ньому акцентується динамічний характер об'єкта, його залученість до комунікаційної системи. В останньому мається на увазі залежність повідомлення від особистісних і групових особливостей комуніка-

тора і реципієнта. Можна виділити такі основні галузі застосування контент-аналізу у соціально-психологічних дослідженнях: вивчення через зміст повідомлень соціально-психологічних особливостей їхніх утворювачів (комунікаторів, авторів); вивчення реальних соціально-психологічних явищ (об'єкта, субстанції повідомлень), які відображені у змісті повідомлень, у тому числі явищ, які мали місце у минулому і недоступні для дослідження іншими методами; вивчення через зміст повідомлень соціально-психологічної специфіки різних засобів комунікації, а також особливостей форм та прийомів організації змісту, зокрема пропагандистського; вивчення через зміст повідомлень соціально-психологічних особливостей їхніх реципієнтів; вивчення через зміст повідомлень соціально-психологічних аспектів впливу комунікації на реципієнтів як представників різних мікро- і макрогруп, а також вивчення успішності спілкування. Крім того, можна виділити види застосування контент-аналізу у допоміжних цілях: для обробки й уточнення даних, отриманих іншими методами у соціально-психологічних дослідженнях; спеціальне – для вивчення наукової літератури із соціальної психології. На відміну від елементарного змістового аналізу, контент-аналіз як науковий метод психології використовують для одержання інформації, що відповідає деяким критеріям якості, таким як об'єктивність, надійність і валідність. Отже, у соціальній психології контент-аналіз може застосовуватися, по-перше, як самостійний метод дослідження змісту повідомлення; по-друге, у комплексі з іншими методами, тобто, коли одночасно досліджують не тільки повідомлення, а й інші елементи комунікаційного процесу; по-третє, як допоміжний метод обробки масиву даних, отриманих іншими методами.

(Коваленко А.Б., Корнев М.Н. Соціальна психологія : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с. С. 56).

Конфлікт (від латів. *conflictus* – зіткнення) – зіткнення протилежно спрямованих цілей, інтересів, позицій, думок, поглядів опонентів або суб'єктів взаємодії. Конфлікти можуть бути прихованими або явними, але їх основою завжди є відсутність згоди. Якщо конфлікти сприяють прийняттю обґрунтованих рішень і розвитку

взаємин, то їх називають функціональними (конструктивними). Конфлікти, що перешкоджають ефективній взаємодії й прийняттю рішень, називають дисфункціональними (деструктивними). Також розрізняють реалістичні та нереалістичні конфлікти, внутрішньо-особистісні й міжособистісні. Реалістичні конфлікти викликані незадоволенням певних вимог учасників або несправедливим, на думку однієї або обох сторін, розподілом між ними яких-небудь переваг і спрямовані на досягнення конкретного результату. Нереалістичні конфлікти мають метою відкрите вираження негативних емоцій, що нагромадилися; гостра конфліктна взаємодія стає тут не засобом досягнення конкретного результату, а самоціллю. Почавшись як реалістичний, конфлікт може перетворитися на нереалістичний, наприклад, якщо предмет конфлікту надзвичайно значущий для учасників, а вони не можуть знайти прийнятне рішення, упоратися із ситуацією. Це підвищує емоційну напруженість і потребує звільнення від негативних емоцій, що нагромадилися. Нереалістичні конфлікти завжди дисфункціональні. Внутрішньоособистісний конфлікт – стан незадоволеності людини обставинами життя, пов'язаний із наявністю у неї суперечливих інтересів, прагнень, потреб, що породжують афекти й стреси. Міжособистісний конфлікт – складно розв'язувана суперечність, яка виникає між людьми і викликана несумісністю їхніх поглядів, інтересів, цілей, потреб. Виокремлюють такі обов'язкові ознаки конфлікту: біполярність (взаємопов'язаність та взаємопротилежність одночасно), активність, спрямовану на подолання суперечностей, суб'єктність (наявність суб'єкта чи суб'єктів як носіїв конфлікту). У соціальній психології та соціології конфлікт – боротьба між індивідами, групами чи державами. При цьому конфлікт часто виникає внаслідок суперництва за доступ до обмежених ресурсів. Урегулювання конфлікту можливо за допомогою однієї зі стратегій подолання, запропонованих К.У. Томасом та Р.Х. Кілменном, а саме: суперництво, співпраця, компроміс, уникнення, поступливість. Доречність певної стратегії визначається мірою значущості предмета конфлікту та важливістю збереження стосунків.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 79).

Конфлікт етнічний – форма міжгрупового конфлікту, коли групи із суперечливими інтересами поляризуються за етнічною ознакою. Джерелом звичайно є позаетнічні, соціально-політичні й економічні суперечності. Наростання етнічного конфлікту супроводжується: зростанням етноцентризму, властивого до деякої міри етнічній самосвідомості будь-якого рівня розвитку; посиленням інтенсивності циркуляції у суспільстві негативних етнічних стереотипів, кристалізацією націоналістичної ідеології. Внутрішнім (власне етнічним) джерелом конфлікту може бути зіткнення національних інтересів – тих же соціально-політичних і економічних інтересів, але визнаних на рівні національної Самосвідомості фундаментальними життєвими потребами цієї етнічної спільності. Усвідомлення цих інтересів усе більшою частиною даної етнічної групи в ситуації зіткнення приводить до усвідомлення загрози (дійсної або уявної) цим інтересам і потреби захищати їх. Іншим джерелом конфлікту може стати політизація етнічної приналежності – процес, у якому конфронтуючі верстви населення і соціальні групи поляризуються за етнічною ознакою. Особливої гостроти і розмаху етнічний конфлікт може набути у випадку великого емоційного потенціалу етнічної самосвідомості та швидкої консолідації всіх соціальних груп цієї спільності за етнічною ознакою. Українська дослідниця Т. Вакулова артикулює симбіоз політичного та етнічного конфліктів терміном «етнополітичний конфлікт». Етнічний конфлікт справедливо розглядається нею у контексті політичних процесів. Так, згадується, що етнополітичний конфлікт є зіткненням суб'єктів політики в їх намаганні реалізувати власні інтереси й цінності, пов'язані з досягненням чи перерозподілом політичної влади, визначенням її механізму, а також політичного статусу для окремих спільнот і пріоритетів державної політики, в яких етнічні відмінності стають основою політичної мобілізації, а одним із суб'єктів є етнічна гру-

па. Етнополітичний конфлікт демонструє негативну сторону, коли проявляються такі його елементи, як насильство, тероризм, війна.

(1. Мосора М.А. *Сепаратизм як інституціалізована політична практика: виклики для Європейського Союзу і України : дис. ... докт. філософ. : 052 – політологія. Івано-Франківськ, 2022. 216 с. С. 48; 2. Шагар В.Б. *Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 215).**

Конформізм (від пізньолат. *conformis* – подібний, схожий) – пасивне прийняття людиною стану справ, панівних думок тощо. У соціально-психологічній літературі частіше говорять не про конформізм, а про конформність або конформну поведінку, маючи на увазі суто психологічну характеристику позиції індивіда стосовно позиції групи, прийняття або неприйняття ним певного стандарту думки, яка притаманна групі, міру підпорядкування індивіда груповому тиску. Конформність – піддатливість людини реальному або уявлюваному тиску групи; проявляється у зміні її поведінки й установок стосовно позиції більшості, яку вона спочатку не поділяла. Розрізняють конформність зовнішню (публічну) і внутрішню (особисту). При всіх розходженнях обидві форми є близькими, оскільки служать специфічним способом врегулювання усвідомленого конфлікту між особистою і домінуючою у групі думкою на користь останньої: залежність людини від групи змушує шукати згоди з нею – справжньої або уявної, підлаштовувати свою поведінку під чужі або незвичні еталони. Особливий різновид тієї ж залежності – негативізм (нонконформізм) – прагнення неодмінно діяти всупереч позиції панівної більшості, за будь-яку ціну й у всіх випадках утверджувати протилежну точку зору. Рівень конформності визначається комплексом причин, у тому числі: характеристиками індивіда, що піддається груповому тиску: стать, вік, національність, інтелект, тривожність, сугестивність та ін.; характеристиками групи, що є джерелом тиску: розмір, ступінь єдності більшості, наприклад, наявність і кількість членів групи, що відхиляються від загальної думки; особливостями взаємозв'язку індивіда і групи: статус індивіда в групі, ступінь його прихильності до неї, рівень взаємозалежності індивіда і групи в отриманні винагороди тощо; змістом задачі та ступенем

зацікавленості в ній людини, її компетентністю. Альтернатива конформності та негативізму – незалежність – самостійне вироблення і відстоювання власної позиції; вона не виключає солідарності особистості з групою, але досягається не внаслідок тиску, а на основі свідомої згоди з нею. Конформність внутрішня (особиста) – дійсне перетворення індивідуальних установок у результаті внутрішнього прийняття позиції навколишніх, що оцінюється як точка зору більш обґрунтована й об'єктивна, ніж власна. Зазвичай супроводжується конформністю зовнішньою. Конформність зовнішня (публічна) – демонстративне підпорядкування груповій думці, що нав'язується, з метою заслужити схвалення або уникнути осудження, а можливо, і більш жорстких санкцій з боку групи. Зовсім не завжди передбачає особистісну згоду з мимоволі дотримуваними груповими нормами. Конформність зовнішня стала переважним предметом експериментальних досліджень; вона вивчається за допомогою методу «підставної групи» у реальному або апаратурному варіантах. Американськими соціальними психологами було здійснено цілу низку експериментів, у яких вивчалися особливості та закономірності конформізму. Експерименти М. Шеріфа, С. Аша і С. Мілграма вважаються класичними. Існують численні модифікації методик проведення цих експериментів, проте суть їх залишається незмінною – це метод «підставної групи».

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 32).

Концепція соціальних уявлень – спрямована на виявлення тенденцій функціонування структур повсякденної свідомості в сучасному суспільстві. Розроблена С. Московічі разом із групою психологів. Належить до числа концепцій, що виникли у французькій соціальній психології в 60–70-ті рр. ХХ ст. як реакція на засилля в європейській науці американських зразків соціально-психологічного знання сцієнтистського напрямку. Основна ідея концепції соціальних уявлень міститься у такому твердженні: ментальні структури суспільства покликані зміцнити психологічну стабільність

соціального суб'єкта (групи або індивіда) та орієнтувати його поведінку в мінливих ситуаціях. Предметом вивчення вважається соціальна реальність, що розуміється як сукупність соціальних уявлень, за допомогою яких суспільні відносини представлені в індивідуальній свідомості. Ключовим поняттям є соціальне уявлення, яке трактується особливою формою колективного знання, засвоювана окремими індивідами. Структура соціального уявлення становить сукупність трьох вимірів: 1) інформації – суми знань про заданий об'єкт, 2) поля уявлення, що характеризує організацію його змісту з якісного боку; 3) установки стосовно об'єкта уявлення. Динаміка соціальних уявлень повсякденної свідомості іменується об'єктивацією і включає низку фаз: 1) персоніфікацію – асоціювання об'єкта уявлення з конкретними особистостями; 2) утворення фігуративної схеми уявлення візуально-репрезентованої ментальної конструкції; 3) натуралізацію – оперування у повсякденній свідомості елементами фігуративної схеми як автономними об'єктивними сутностями. У рамках концепції соціальних уявлень виникли такі напрями аналізу соціальних уявлень: 1) на рівні індивідуальної картини світу соціальне уявлення розглядається як феномен, який знімає напруженість між звичним і новим змістом, що адаптує останній до вже наявних систем уявлень за допомогою так званих моделей закріплення і перетворює незвичайне на банальність; 2) на рівні малої групи соціальне уявлення взагалі виступає у концепції соціальних уявлень як феномен рефлексивної активності у внутрішньогруповій взаємодії; показане існування ієрархічної системи уявлень про елементи ситуації взаємодії, а також ефекту надвідповідності Я, що виражається у конструюванні суб'єктом уявлення про себе як про людину, що більше відповідає вимогам ситуації, ніж інші люди; 3) у плані міжгрупових відносин, виходячи з посилянь, близьких до положень теорії соціальної категоризації (Г. Теджфел), соціальне уявлення розуміється як елемент рефлексивних відносин між групами, детермінований загальносоціальними факторами або особливостями взаємодії; важливий теоретичний підсумок – висновок про неабсолютний характер феномена міжгрупової дискримінації та про його

залежності від факторів соціальних; 4) на рівні великих соціальних груп створено підхід до вивчення елементів повсякденної свідомості, вивчені системи уявлень про психоаналіз, про місто, людське тіло, здоров'я і хворобу і т. д. Висновки концепції соціальних уявлень про особливості сучасної масової свідомості (наприклад, про зростаючу індивідуалізацію особистості; про уніфірмацію та стандартизацію життя; про відсутність дійсної статевої рівноправності; про фетишизацію престижності) мають не тільки соціально-психологічне, але і світоглядне значення.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 223).

Л

Лідер (від англ. leader – провідний, керівник) визначається, поперше, як провідне положення окремої особи соціальної групи, класу, партії, держави, зумовлене більш ефективними результатами діяльності (економічної, спортивної та ін.); по-друге, як процеси внутрішньої самоорганізації і самоуправління групи, колективу, що зумовлені індивідуальною ініціативою їх членів. Термін «лідер» пов'язаний із поняттями «управління» і «керівництво». На відміну від лідера, керівник завжди наділений повноваженнями соціального контролю й адміністративно–державної влади. Лідер – це член групи, який добровільно взяв на себе значну міру відповідальності у досягненні групових цілей, ніж того вимагають формальні приписи або суспільні норми. Формальний лідер призначається або обирається, набуваючи таким чином офіційного статусу керівника. Неформальний лідер – це член групи, який у своїй поведінці найбільш повно відповідає груповим цінностям і нормам. Він веде групу, стимулюючи досягнення групових цілей і виявляючи при цьому більш високий рівень активності порівняно з іншими членами групи. У соціальній психології визначені відмінності у змісті понять «лідер» і «керівник»: лідер покликаний здійснювати переважно регуляцію міжособистісних стосунків у групі; керівник здійснює регуляцію офіційних відносин; лідерство виникає за умов мікросередовища; керівництво – елемент макросередовища, воно пов'язане

з усією системою суспільних відносин; лідерство виникає стихійно; керівник або призначається, або обирається (процес підконтрольний соціальній системі); явище лідерства менш стабільне, залежить від настрою групи, керівництво – більш стабільне; керівництво підлеглими порівняно з лідерством має визначенішу систему санкцій; процес прийняття рішення керівником значно складніший, він опосередкований обставинами, які не обов'язково зумовлені цією групою; лідер приймає безпосередні рішення, які стосуються групової діяльності; сфера діяльності лідера – здебільшого мала група, де він є лідером; сфера дії керівника ширша, оскільки він репрезентує малу групу в більш широкій соціальній системі.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 47).

Лідерство – це суто психологічна характеристика поведінки окремих членів групи. Керівництво у більшості є соціальною характеристикою відносин у групі, передовсім щодо розподілу ролей управління і підпорядкування. У ході досліджень виділені різні стилі лідерства, розроблена низка концепцій лідерства. Теорія лідерських ролей розглядає ролі «професіонала» – лідера, орієнтованого на розв'язання ділових проблем, і «соціально-емоційного фахівця», що вирішує проблеми людських відносин. Прихильники теорії рис вважають передумовою визнання людини лідером наявність у неї особливих «лідерських» рис і здібностей. Дослідження у рамках цієї теорії були спрямовані на виявлення якостей, специфічних для лідерів. Варіант такого підходу – харизматична концепція лідерства, відповідно до якої лідерство послане окремим видатним особам у вигляді якоїсь благодаті – харизми. Прихильники інтерактивної теорії вважають, що лідером може стати кожна людина, яка займає відповідне місце в системі міжособистісних взаємодій. Питання про те, хто саме візьме на себе лідерство, має розв'язуватися з урахуванням індивідуальних особливостей кандидата в лідери, особистісних характеристик інших членів групи і її структури, ситуації, що склалася, та виконуваної задачі. З погляду теорії ситуаційного

лідерства (або груподинамічного підходу), лідерство – це насамперед продукт сформованої у групі ситуації; і в ситуаціях, дуже сприятливих або несприятливих для групи, лідер, орієнтований на задачу, досягає більших результатів, ніж лідер, орієнтований на людей. При помірно сприятливій ситуації більш успішним виявляється лідер, орієнтований на людей. Відомою є класифікація К. Левіна, який виокремив три стилі лідерства (керівництва): авторитарний (вимогливі способи управління, визначення всієї стратегії діяльності групи, припинення ініціативи й обговорення прийнятих рішень, одноосібне прийняття); демократичний (колегіальність, заохочення ініціативи); ліберальний (відмова від керування, усунення від керівництва). Відповідно до зазначених стилів лідерства – керівництва описуються й стилі спілкування. Для опису вказаних стилів використовуються й інші назви: директивний (командно-адміністративний, авторитарний, за якого людина у взаємодії з іншими є прихильником єдиноначальності, підпорядкуванню власній волі, своїм наказам, указівкам, інструкціям), колегіальний (демократичний, за якого людина враховує у спілкуванні самостійність, ініціативність, активність інших, довіряє їм), ліберальний (за якого людина практично не керує ситуацією спілкування, не виявляє комунікативних здібностей, потурає іншим тощо).

(1. Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 48; 2. Шагар В.Б. *Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 231).**

Локус контролю (лат. locus – місце локалізації) – якість, що характеризує схильність людини приписувати відповідальність за результати своєї діяльності: 1) зовнішнім силам – *екстернальний*, зовнішній локус контролю; схильність до нього виявляється поряд з такими рисами, як непевність у своїх здібностях, невірноваженість, прагнення на невизначений термін відкласти реалізацію своїх намірів, тривожність, підозрілість, конформність і агресивність; 2) власним здібностям і зусиллям – *інтернальний*, внутрішній локус контролю; люди, що мають внутрішній локус контролю, більш

упевнені в собі, послідовні та наполегливі в досягненні поставленої мети, схильні до самоаналізу, урівноважені, товариські, доброзичливі й незалежні; внутрішній локус контролю є соціально схвалюваною цінністю; ідеальному Я завжди приписується внутрішній локус контролю. Локус контролю – стійка властивість індивіда, яка формується у ході його соціалізації. Для визначення локусу контролю створено спеціальний опитувальник і розроблено комплекс методик, що дає змогу виявити закономірний зв'язок між ним та іншими особистісними характеристиками. Теоретичний конструкт «локус контролю» невідривно пов'язаний з ім'ям американського психолога біхевіоральної орієнтації Дж. Роттера й активно використовується у понятійному апараті різних шкіл та напрямів у теперішній час. Одним з основних понять теорії соціального навчання Дж. Роттера є особистісна змінна, яку він назвав локусом контролю. Це узагальнені очікування людини стосовно того, якою мірою підкріплення залежать від її власних дій (внутрішній або інтернальний локус), а в якій – визначаються зовнішніми факторами (зовнішній або екстернальний локус). При цьому передбачалося, що існує континуум, крайніми точками якого є індивіди з яскраво вираженими зовнішніми або внутрішніми стратегіями атрибуції. Отже, люди прагнуть до досягнення власних цілей, позаяк мають узагальнене очікування, що такі прагнення будуть успішно реалізовані. Ця особистісна особливість має дуже велике значення для поведінки людини. Люди, яким властиво вірити у те, що вони можуть керувати власною долею (мають внутрішній локус контролю) у багатьох (але не всіх) ситуаціях поведуться інакше, ніж особи із зовнішнім локусом, які схильні думати, що їх доля залежить від випадку, везіння або інших людей та обставин. Відповідно до визначення у дисертаційному дослідженні О.С. Дмишко, локус контролю – це стійка властивість індивіда, яка формується при його соціалізації, це психологічна якість людини, що характеризує її схильність приписувати відповідальність за події, що відбуваються з нею, зовнішнім силам або власним здібностям і зусиллям. Інтернальність або екстернальність – це не окрема особистісна риса, а певний особистіс-

ний патерн, цілісна особистісна комбінація. Конструкт «інтернальність – екстернальність» треба розглядати як континуум, що має на одному кінці виражену «екстернальність», а на іншому – «інтернальність». Більшості людей одночасно тією чи тією мірою властиві і інтернальність, і екстернальність, а межа між ними є рухливою – в одних випадках домінує інтернальний, в інших екстернальний локус контролю.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 235; 2. Дмишко О.С. Психологічні детермінанти розвитку люкус-контролю підлітків : дис. ... канд. психол. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Львів, 2012. 238 с. С. 72).

Лонгітюдне дослідження (від англ. *longitude* – довгота) – тип соціально-психологічного та соціологічного дослідження, що використовує фіксацію характеристик індивідів і груп, що вивчаються, за допомогою тих чи тих методів збору первинної інформації (спостереження, опитування, контент-аналіз) протягом низки часових інтервалів. Таким шляхом вивчаються як зміни в індивідуальному розвитку особистості, а й процеси, що відбуваються поступово у якійсь групі чи організації. Лонгітюдне дослідження може тривати місяцями, а іноді – роками. У соціології та соціальній психології лонгітюдне дослідження, має зазвичай меншу тривалість та більшу фокусованість. Наприклад, опитування однієї й тієї ж вибірки через певні інтервали часу, щоб виявити тенденції зміни думок, – наміри виборців голосувати до, протягом та після виборів. Цей метод дослідження є важливим інструментом для розвитку соціальної психології, оскільки дає змогу досліджувати не лише статичні феномени, але і динамічні процеси в особистості та взаємодії між людьми, а також низку незаперечних переваг. По-перше, лонгітюдний метод, даючи можливість зосередитися на внутріособистісному розвитку, є єдино правильним для оцінки індивідуальної стабільності чи нестабільності у процесі зміни тієї чи тієї особистісної риси або форми поведінки. По-друге, цей метод дає змогу вивчити закономірності вікових змін у тому випадку, якщо вдається виміряти необхідні параметри. По-третє, лонгітюдне дослідження виявляється особливо

ефективним для відстеження безперервних, поступових трансформацій у процесі розвитку. Наприклад, ретельне лонгітюдне дослідження розвитку інтелектуальних операцій в дитинстві, яке провів Ж. Піаже, вивчаючи трьох своїх дітей, допомогло йому створити концепцію інтелектуального розвитку. У цьому контексті можна сказати, що таке дослідження особливо доречне для відстеження процесу поступового формування нових здібностей у маленьких дітей, поведінка яких не змінюється від того, що за ними ведеться спостереження або їм пропонуються якісь експериментальні завдання. Також лонгітюдні дослідження можуть бути корисними для розуміння ефектів, що з'являються з часом, наприклад, ефекту тривалих впливів певних факторів на людину. Однак лонгітюдні дослідження мають і недоліки. Наприклад, вони можуть бути витратними у плані часу та ресурсів, оскільки вимагають тривалого спостереження за об'єктом дослідження. Іноді складно зберегти початковий склад досліджуваної групи протягом довгого часу, оскільки деякі люди можуть відмовитися від участі в дослідженні або померти протягом тривалого періоду часу. Відомим є «Українське лонгітюдне дослідження», метою дослідження є вивчення змін поведінки та здоров'я однієї і тієї самої людини протягом тривалого періоду з особливою увагою на шкідливих формах поведінки – зловживання алкоголем, наркотиками, девіантній поведінці тощо (починаючи з шостого класу, 11–12 років) з використанням міждисциплінарної методології. Розроблені методичні рекомендації (С.Д. Максименко, О.М. Кокур, В.Г. Панок та ін.) з використання з використання комплексу адаптованих для України міжнародних стандартизованих інструментів психодіагностики девіантної поведінки, скринінгу психічних та поведінкових розладів, депресії і тривожності, самотності й соціальної ізоляції, вживання психоактивних речовин, суїцидальних проявів, рівня булінгу, батьківської поведінки, сімейної гнучкості та згуртованості тощо. Значна увага надається інтерпретації результатів психодіагностики девіантної поведінки. Отже, лонгітюдні дослідження у соціальній психології є важливим методом дослідження, що дає змогу вивчати зміни в поведінці та інших

показниках соціальної психології з часом. Вони дозволяють детально проаналізувати динаміку розвитку та виявити фактори, що впливають на ці зміни.

(Українське Лонгітюдне Дослідження. Ukrainian Longitudinal Study (ULS) : метод. реком. з використання психодіагностичних інструментів другої хвилі дослідж. / Максименко С.Д., Кокун О.М., Панок В. Г., Даниленко Г.М., Лінський І.В., Сердюк О.О., Бурлака В.В., Щербакова О.О., Лунченко Н.В. ; НАПН України, Ін-т психології ім. Г.С. Костюка ; УНМЦ практичної психології та соціальної роботи ; НАМН України, ДУ Ін-т охорони здоров'я дітей та підлітків, ДУ Ін-т неврології психіатрії та наркології ; МВС України, Харків. нац. ун-т. внутр. справ ; Ун-т Вейна. Київ: Ін-т психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2021. 72 с. С. 6).

Любов – це складне і унікальне явище в житті особистості, яке характеризується високим ступенем емоційно-позитивного ставлення, що виділяє його об'єкт серед інших і переміщує його в центр життєвих потреб та інтересів суб'єкта: любов до батьківщини, до матері, до дітей, до музики і т. д. Інтенсивне, напружене і відносно стійке почуття суб'єкта, фізіологічно зумовлене сексуальними потребами; виражається у соціально формованому прагненні бути максимально повно представленим особистісно значимими рисами в життєдіяльності іншого так, щоб пробудити в нього потребу у відповідному почутті тієї ж інтенсивності, напруженості та сталості. Почуття любові є глибоко інтимним та супроводжується ситуативно виникаючими і змінними емоціями ніжності, захоплення, ревності тощо, що переживаються залежно від індивідуально-психологічних рис особистості. Згідно з Е. Фроммом, любов – це установка, орієнтація характеру, що задає ставлення людини до світу взагалі, а також форма прояву почуття турботи, відповідальності, поваги та розуміння до інших людей, бажання і здатність зрілого творчого характеру до активної зацікавленості в житті та розвитку об'єкта любові. Статевий потяг – лише форма прояву потреби в любові та з'єднанні. Любов – мистецтво, що вимагає різноманітних знань і умінь, у тому числі дисципліни, зосередженості, терпіння, зацікавленості, активності та віри. Переживання безумовної і всеосяжної любові є умовою формування добре пристосованої до життя людини. Саме безумовна

любов у сім'ї є базою психічного здоров'я майбутньої особистості, що проявляється у двох феноменах, а саме – у відчутті: 1) особистої безпеки та належності; 2) компетентності, самостійності. Люблячі батьки прагнуть задовольнити потреби дітей, встановлюючи чіткі межі, безпечне середовище для розвитку дитини. Це дає їй змогу обирати свій шлях у житті, здійснювати суспільно значущі дії та реалізовувати найвищий потенціал. Почуття любові проживається людиною на емоційному та когнітивному рівні і знаходить безпосереднє відображення в поведінці у взаєминах. Для цього рівня нього властиві: відкритість, прийняття партнерами взаємозалежності, низький рівень негативних емоцій, при цьому виявляється також деяка суперечливість і нестабільність емоційних стосунків загалом. Дослідження, крім того, відображають взаємозв'язок між любов'ю та здоров'ям, щастям та задоволенням у взаєминах, а також роль, яку вона відіграє в міжособистісній комунікації та соціальній підтримці.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 235–236).

М

Мала група – це малочисельна за своїм складом соціальна група, члени якої об'єднані спільною діяльністю і перебувають у безпосередньому стійкому особистому спілкуванні один з одним, що є основою для виникнення як емоційних відносин, так і особливих групових цінностей та норм поведінки. Родовою ознакою малих груп є належність до соціальних груп, видовою – безпосередній стійкий особистий контакт (спілкування, взаємодія). Мінімальна чисельність малої групи – дві людини, максимальна – кілька десятків осіб. Тривалий час дослідники вважали, що мала група не може об'єднувати більше семи осіб. Такі міркування мали в своїй основі обґрунтування американського психолога Джеймса Міллера «магічного числа» 7 плюс / мінус 2, що означає кількість предметів, котрі одночасно утримуються пам'яттю. Цим числом позначалася гранична кількість осіб, які безпосередньо контактують і з якими можна здійснювати спілкування без посередника. Однак реальне

функціонування малих соціальних груп свідчить, що вони можуть об'єднувати десять, п'ятнадцять, тридцять і більше осіб. Тому найвдалішим щодо цього можна вважати функціональний підхід, згідно з яким критерієм максимальної кількості малої соціальної групи є існування її як реальної спільності, якій притаманні всі її сутнісні та функціональні ознаки. Класичне визначення малої групи Д. Картрайта і А. Зандера ґрунтується на трьох складових цієї людської спільності і визначається як: 1) добровільне об'єднання людей задля спільної мети; 2) асоціація, яка спонтанно склалася і слугує джерелом індивідуальних «виграшів»; 3) вимушена приналежність до спільності внаслідок того, що інші сприймають її як цілісність. Учений М. Шоу, розглянувши більшість наявних визначень малої групи, класифікував їх у такі шість категорій (залежно від відзначених у них моментів групового життя): сприймання членами групи окремих партнерів і групи загалом; мотивації членів групи; групових цілей; організаційних (структурних) характеристик групи; взаємозалежності; взаємодії членів групи. У визначенні малої групи більшість дослідників виходять із таких критеріїв щодо її учасників: відносно регулярно і тривало контактують «віч-на-віч», на мінімальній дистанції, без посередників; мають спільну мету або цілі, реалізація яких дає змогу задовольнити значущі індивідуальні потреби та стійкі інтереси; беруть участь у загальній системі розподілу функцій і ролей у спільній життєдіяльності; поділяють спільні норми і правила всередині групи та між групами; мають чіткі і диференційовані (індивідуалізовані) уявлення один про одного; пов'язані досить стабільними емоційними стосунками; усвідомлюють себе членами однієї групи й аналогічно сприймаються членами інших груп. Найпоширенішою є класифікація малих груп за дихотомічним принципом із виокремленням таких різновидів груп: лабораторні – природні (натуральні); формальні – неформальні; первинні – вторинні; закриті – відкриті; групи членства – референтні. Дихотомічний поділ груп базується на такому розумінні малої групи, де головним групотвірним чинником є міжособистісні стосунки, характер спілкування між членами групи. Існують такі головні під-

ходи до вивчення малих соціальних груп: соціометричний, соціологічний, «школа групової динаміки», інтеракціоністський, психоаналітичний напрями та ін.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 17).*

Маніпуляція – вид психологічного впливу, вправне виконання якого призводить до прихованого викликання в іншій людині намірів, що не збігаються з її актуально наявними бажаннями. Сучасне суспільство нагромадило чималий досвід управління масовою свідомістю і масовою поведінкою. Цей процес називають маніпулюванням (фр. *manipulation*, від лат. *manipulus* – жменя – дії рукою чи руками під час виконання складної роботи); переносне значення – махінації, шахрайські витівки, акт впливу на людей шляхом громадської думки і вчинків людей. Найчастіше психологічна література подає такі інтерпретації цього поняття: управління певними предметами, яке потребує майстерності і вправності у користуванні (вживається, як правило, в інженерній психології та психології праці); система засобів психологічного впливу з метою зміни громадської думки й поведінки людей; приховане управління людьми або речами зі зневажливим підтекстом. Під час маніпулювання масовою свідомістю основні психологічні ефекти базуються на управлінні увагою (відволікання, переміщення, зосередження) великої маси людей на стихійних мітингах, у натовпі, у ситуації демонстрації політичних лозунгів, програм тощо. При цьому застосовуються прийоми, за допомогою яких відвертається увага, приховуються справжні дії або наміри для того, щоб створити враження чи ілюзію правдивості. Однак рано чи пізно ці маніпуляції викриваються. Особливо це стосується політичної сфери суспільства. Окремі політики та їхні іміджмейкери, використовуючи маніпуляцію як один з механізмів психологічного впливу, формують стійкі політичні настрої шляхом широкого застосування механізмів психологічної установки, стереотипних уявлень та ілюзій сприйняття. Виокремлюють такі *види маніпуляції*: міжособистісну (спрямовану на близьке оточення

маніпулятора); масову (має своїм адресатом публіку, велику аудиторію); оперативну (розраховану на певну ситуацію); стратегічну (враховує тривалий проміжок часу, як правило, кілька років). Для маніпуляції як психологічного феномену необхідні умілість, спритність, майстерність, обов'язкове створення ілюзії; ставлення до об'єкта маніпулювання як до засобу досягнення цілей маніпулятора; прагнення отримати односторонній вииграш; прихований характер впливу; особливий мотиваційний компонент (привнесення додаткового збудження у контекст бажань і прагнень адресата). Отже, з психологічного погляду масова маніпуляція (маніпуляція масовою свідомістю й поведінкою) – це певний психологічний вплив на громадську думку й масову поведінку, різновид процесу переконання чи навіювання (сугестія), майстерність виконання якого приводить до прихованого збудження у великої кількості людей прагнень, установок, бажань, цілей, які не збігаються з їхніми прагненнями і бажаннями. При цьому важливо враховувати ту обставину, що людям властиво не тільки піддаватися навіюванню, а й формувати психологічні механізми захисту від нього – контрсугестію. Дослідники пропонують аналізувати феномен масової маніпуляції через такі поняття: суб'єкт маніпулювання (соціальна група, еліта суспільства, яка посідає домінантне становище в економічному, політичному й культурному житті суспільства, яка реально узурпувала економічну й політичну владу, управлінські функції у суспільстві й використовує маніпуляцію для успішнішого досягнення своїх групових інтересів); об'єкт маніпулювання (широкі верстви населення, залежна більшість певного суспільства, яка є відстороненою від реальної участі у політичному житті, відчуженою від процесів і продуктів власної праці, позбавлена доступу до ключових джерел соціальної інформації, не має достатньої компетенції для адекватної оцінки такої інформації); стратегія та прийоми маніпуляції (використання відповідної системи засобів – технічних, методологічних, політико-ідеологічних, пропагандистських).

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана. Франка, 2015. 148 с. С. 81).

Масова свідомість – це різновид суспільної свідомості, вужчий від неї. Реалізується у масі індивідуальних свідомостей, але не збігається з кожним з них окремо, з індивідуальною свідомістю як такою. За її межами залишаються спеціалізовані форми духовного пізнання дійсності, передусім наукові, етичні, естетичні концепції. До особливостей і характеристик масової свідомості належать: аморфність, недостатня структурованість, невизначеність складу її носіїв, різнорідність цього складу, ситуаційність, фрагментарність, суперечливість, підвищена динамічність, стереотипність. Це особливості, притаманні самій масі. Виокремлюють такі різновиди масової свідомості: прогресивна і реакційна, критична та конформна. Масова свідомість формується у процесі міжособистісного і міжгрупового спілкування з приводу сприймання актуальної соціальної, політичної інформації, загальнозначущого явища у житті суспільства. Загалом у масовій свідомості виявляються рівень розвитку суспільної свідомості у конкретному суспільстві, масові інтереси, організація масової інформації, рівень соціальної і політичної активності людей. Зміст масової свідомості визначається загальнодоступними цінностями. Взаємодіючи з масовою культурою, вона формує масову поведінку та масові поведінкові стереотипи. Масова свідомість – це свідомість макросоціального рівня, або, за В. Васютинським, «свідомість загальнолюдська, загальносуспільна, міжнародна, загальнонаціональна, міжнаціональна, загальнокласова, міжкласова, свідомість усіх інших великих соціальних груп...». Наразі механізми управління масовою свідомістю використовуються більше у негативному контексті, наприклад, під час передвиборчих кампаній для формування поведінки електорату. З огляду на те, що сучасне суспільство визначається як «суспільство споживання», техніки управління свідомістю мас застосовуються також для формування купівельної поведінки шляхом створення маркетингових механізмів, які спонукають маси купувати товар, який, можливо, багатом і не потрібен.

(1. Васютинський В.О. Психологія масової політичної свідомості та поведінки. Київ, 1997 : ДОК-0К, 190 с.; 2. Макарова А.І. Управління масовою свідомістю як інструмент примирення». Магістерська дисертація. Київ, 2018. 95 с. С. 82).

Масовий настрій – це порівняно тривалий, більш-менш стійкий емоційний стан груп, який забарвлює всі їхні переживання і проявляється у позитивному чи негативному емоційному фоні життєдіяльності спільнот. Масові настрої є емоційною реакцією на події та увиразнює їх значення у житті спільноти. Залежно від ступеня усвідомлення причин, які викликали масовий настрій, він проявляється або як загальний емоційний фон (піднесення, пригнічений настрій), або як чітко ідентифікований стан (страх, радість, захоплення тощо). Настроєм властивий особливий динамізм, який виражається у здатності переходити з одного стану в інший (від глибоко прихованого до відкритого), переростати в антигромадські дії тощо. Громадська думка й настрої як соціально-психологічні явища відіграють велику роль у поведінці спільнот, позаяк є регуляторами їхньої поведінки. Український науковець Я.Є. Кальба, масовий настрій визначає своєрідним передвісником суспільної думки, однією з перших реакцій свідомості, її первинно оцінним, а іноді безпосередньо дієвим компонентом. Залежно від міри усвідомлення причин, які викликали масовий настрій, він проявляється або як загальний емоційний фон (піднесення, пригнічення), або ж як чітко ідентифікований стан (страху, радості, паніки, захоплення) тощо. Вплив масового настрою відображається у такій послідовності: від зовнішніх умов до внутрішньої оцінки; через масову свідомість і масову культуру на масову поведінку. Отже, в онтологічному плані масові настрої є невід’ємною частиною масової свідомості, в гносеологічному – субкатегорією, активною формою функціонування масової свідомості, характерним оцінним ферментом занурення людини в масову культуру, відображенням масифікації. Кореляція характеристик індивідуальних і масових настроїв дає змогу узагальнити специфічні, соціально-психологічні особливості та функції масових настроїв. Насамперед соціальна природа настроїв виявляє їх генезу: охоплюючи ті чи ті соціальні групи і прошарки, настрої є результатом соціалізації суб’єкта, наслідком приналежності до певної групи, складу чи соціально-політичної системи. У цьому контексті настрої розглядається як особливе співпереживання люди-

ною проблем тієї спільності, членом якої вона себе визначає. Попри це, масові настрої хоча й розвиваються із повсякденних емоцій (настроїв), проте мають більш узагальнений в соціально-політичному контексті характер – вони раціоналізовані умовами соціально-політичного життя, його нормами й стереотипами. Масові політичні настрої – це міжгрупова свідомість, народжена процесами масовізації та глобалізації у різноманітних сферах життя суспільства, зокрема й політичній сфері. Виникнення цього явища зумовлена такими характеристиками процесу глобалізації, як збільшення розмірів спільнот людей, які здійснюють одну й ту саму політичну діяльність; значне посилення соціальної неоднорідності спільнот, що беруть участь у масових політичних процесах; значне ускладнення будь-яких соціальних зв'язків і відносин всіх учасників політичного життя, розширення їхніх міжособових і міжгрупових відносин; подальше порівняння властивостей учасників різноманітних видів масової політичної діяльності. У соціальній психології вивчається вплив масового настрою на індивідів та на групи загалом, а також шляхи впливу на масовий настрій з метою поліпшення соціальної взаємодії та розвитку суспільства.

(Психологія мас : конспект лекцій / укладачі: П.І. Сахно, К.С. Сахно. Суми : Сумський державний університет, 2022. 116 с. С. 47).

Ментальність – у різних контекстах інтерпретується і як національний характер, психічний склад чи психологічний тип спільноти, національна психоструктура, вихідна матриця світорозуміння і світовідношення народу й у цьому сенсі його дух чи душа; і як психоповедінкові архетипи спільноти, стереотипи його духовної діяльності; і як константа групового світобачення та світореагування, інваріанти світосприйняття і світопереживання; і навіть як родовий інтерес спільноти в ролі його визначального ціннісно-смилового центру. Термін «ментальність», введений до наукового обігу на початку ХХ ст. Л. Леві-Брюлем, набув активного застосування у різних науках, що спричинило розмаїття його тлумачень. Загалом ментальність розуміють як спосіб ставлення людини до внутрішнього і зовнішнього світу на основі її психічних процесів сприймання і

розуміння (інтерпретації) і характеризують як рівень індивідуальної та суспільної свідомості, що втілює константи життєвих настанов і моделей поведінки, емоцій, налаштувань і культурних традицій певних соціумів. Ментальність переважно відображає внутрішній стан суб'єкта і його світобачення, тоді як національний характер розуміють як певні зовнішні, експресивні, поведінкові ознаки чи функціональні якості. Важливим питанням окресленої проблематики, є вироблення одностайної думки у виділенні форм чи рівнів менталітету (особистісний, національний, транснаціональний, менталітет певної історичної доби). Регіональна ментальність за визначенням у дисертаційному дослідженні А.В. Гафіатуліної розуміється як система уявлень, образів, значень і смислів, яка забезпечує своєрідність сприйняття і відображення навколишньої дійсності, що закарбовується в емоційних, когнітивних і поведінкових компонентах, притаманних певній територіально-регіональній спільноті. Множинність менталітетів у соціумі називають поліментальністю. У сучасній Україні, до повномасштабної окупаційної війни росіян у лютому 2022 р. проти українського народу, під впливом політичних маніпуляцій простежувалась поліментальність у її негативно-афективній формі. Прикладом є зіткнення двох видів історичної ментальності: радянської та європейської.

(Гафіатуліна А.В. Психологічні особливості формування національної самосвідомості студентської молоді України : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2017. 199 с. С. 76).

Метод – (шлях дослідження, спосіб пізнання) – система прийомів для досягнення поставленої мети, сукупність відносно однорідних прийомів, операцій практичного чи теоретичного освоєння дійсності, підпорядкованих розв'язанню конкретної проблеми чи одержання нової інформації. Також метод розглядають як спосіб виконання чого-небудь, упорядковану роботу з фактами й концепціями, принцип і спосіб збору, обробки або аналізу даних, а також принцип впливу на об'єкт. У соціальній психології виокремлюють такі методи соціально-психологічних досліджень: бесіда; спостереження; опитування; експеримент; тестування; вивчення документів

(контент-аналіз); метод соціометрії; референтометрія; каузометрія; парний рейтинг та інші. Соціально-психологічне дослідження – вид наукового дослідження з метою встановлення у поведінці й діяльності людей психологічних закономірностей, зумовлених фактом включення до соціальних (великої й малої) груп, а також їх психологічних характеристик. Науково обґрунтована методика дослідження передбачає сукупність правил і моделей дослідження, які регулюють послідовність здійснення дослідником операцій і застосування при цьому певних методів. У широкому розумінні методологія – це сукупність найбільш загальних, насамперед світоглядних, принципів у їхньому застосуванні до розв'язання складних теоретичних і практичних завдань, це світоглядна позиція дослідника. У вузькому змісті методологія – це вчення про методи наукового дослідження. Сукупність конкретних засобів, методів та методик, що складають певний науковий підхід, який є основою побудови соціальної психології як науки; система принципів, способів організації та побудови теоретичної і практичної діяльності. У науковій літературі виокремлюють такі рівні методологічного аналізу: загальна методологія – загальні принципи пізнання, які сприяють світоглядному узагальненню отриманих результатів (філософський підхід до аналізу явищ дійсності); спеціальна методологія – сукупність методологічних принципів, які застосовуються у соціальній психології; передбачає конкретне використання загальнофілософських принципів у вивченні об'єктів соціально-психологічних досліджень; сукупність конкретних методів, методик і процедур – рівень, який безпосередньо пов'язаний з практикою соціально-психологічних досліджень, спеціальна форма пізнавальної діяльності, завдяки якій формується нове наукове знання. Призначення рівнів методологічного аналізу – не допустити зведення всіх методологічних проблем лише до третього рівня, інакше соціально-психологічна проблематика буде розвиватися локалізовано, що призведе до формування спрощених наукових уявлень про її зміст.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 20).

Міжособистісна сумісність – розглядається як взаємне прийняття партнерів зі спілкування та спільної діяльності, яке базується на подібності чи взаємній доповнюваності соціально-психологічних та індивідуально-психологічних характеристик – мотивів, інтересів, установок, характерів, темпераментів тощо. К.К. Платонов виокремлює чотири рівні сумісності: фізіологічний, психофізіологічний, психологічний і соціально-психологічний. М. Шоу увиразнює два типи міжособистісної сумісності: потребу (на основі подібності потреб партнерів їх взаємодоповнення потреб) і поведінкову (передбачається, що певні особистісні властивості партнерів у взаємодії детермінують типові поведінкові моделі, здатні продукувати сумісність або несумісність між ними). Інша класифікація розроблена М.М. Обозовим і А.М. Обозовою, котрі виокремлюють такі сумісності: структурну (визнання подібності індивідуально-особистісних характеристик партнерів), функціональну (узгодженість внутрішньогрупових функцій або ролей партнерів) і адаптивну (розглядається не стільки сама сумісність, скільки її наслідки у вигляді міжособистісних стосунків партнерів). На думку Р.М. Кричевського та І.Б. Антонової, сумісність доцільно розглядати у зв'язку з двома головними типами групової діяльності – інструментальним (ділова, трудова сфера групової згуртованості) і емоційним, або експресивним (сфера внутрішньогрупового спілкування). Міжособистісна сумісність ґрунтується на спрацьованості партнерів і зумовлена тривалою, інколи багаторічною взаємодією. Розглядаючи різні погляди у визначенні сумісності, треба підкреслити те спільне, що виокремлює більшість дослідників. Значущими для підтримки сприятливих міжособистісних стосунків є такі індивідуально-психологічні властивості: емоційно-вольові (високий самоконтроль поведінки та емоцій, фрустраційна толерантність), психоенергетичні (працездатність, активність) і комунікативні (відсутність надмірної товариськості, недовірливості, підозрливості щодо навколишніх, завищених домагань і прагнення тільки до особистого успіху). Стосунки, що ґрунтуються на спільних цінностях і мотивації, більше сприяють ефективній діяльності, ніж стосунки на основі симпатій –

антипатій. Перебільшена увага до емоційно-міжособистісних зв'язків може зашкодити формуванню системи ділових стосунків, особливо у групах, що формуються. Виявлено, що у сумісних діадах партнери майже не відрізняються за мірою адекватності самооцінок, рівнем домагань, мотиваційною спрямованістю, емоційною стабільністю. У несумісних парах виявлена подібність у невисокій емоційній зрілості, низькому рівні самоконтролю, а також відмінності у самооцінці, інтелектуальних здібностях. Для ефективної спільної діяльності недостатньо лише сумісності членів групи, необхідна також їхня злагодженість у розв'язанні спільних завдань, тобто спрямованість на результативність взаємодії і успішний результат.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 43).

Міжособистісне спілкування – це процес інформаційної і предметної взаємодії між людьми, в якому формуються й реалізуються їхні міжособистісні стосунки. Виявляючись у безпосередніх контактах, ці стосунки визначаються й регулюються всією системою суспільних відносин, умовами суспільного виробництва, а також інтересами особистостей і груп під час здійснення ними соціальних функцій. Цей різновид спілкування розвивається передовсім у малих групах і колективах. Взаємодія між людьми може бути визначена як міжособистісна, якщо відповідає таким критеріям: у ній бере участь невелика кількість осіб (найчастіше – група з 2–3 людей); це безпосередня взаємодія, тобто її учасники перебувають у просторовій близькості, мають можливість бачити, чути, торкатись один одного, легко здійснюють зворотний зв'язок; це особисте спілкування, учасники якого визнають незамінність, унікальність партнера, зважають на особливості його емоційного стану, самооцінки, особистісних характеристик. Міжособистісне спілкування передбачає встановлення прямих контактів між двома людьми, які спілкуються віч-на-віч, що уможливлює безпосереднє реагування та вплив на дії й висловлювання іншого, сприймання один одного як конкретну особистість. Вихідна й головна одиниця міжосо-

бистісного спілкування – діада, парний соціально-психологічний зв'язок (у малій групі спілкуються без посередників). Сукупність діад утворює систему міжособистісних зв'язків на рівнях групового й міжгрупового спілкування. Але людина не може одночасно перебувати у безпосередньому спілкуванні з великою кількістю людей і тому зв'язки між групами здійснюються через їх окремих представників. Міжособистісне спілкування є найбільш вираженим у первинних групах, де кожна людина безпосередньо спілкується з кожною. У процесі такого парного спілкування реалізуються як групові цілі й завдання, так і особисті. Якщо ж учасники спілкування є представниками груп, то вибір ними засобів комунікації буде обмежений, оскільки вони мають піклуватися про престиж спільнот, які представляють. Міжособистісне спілкування виникає на основі тих відносин, на які соціальні норми і правила здійснюють невиразний, опосередкований вплив. У терміні «міжособистісне» акцентується увага на емоційному характері спілкування. Вступаючи в міжособистісне спілкування, люди орієнтуються на внутрішні цілі й цінності. Ставлення до партнера формується у процесі безпосереднього контакту, на основі поведінки, яку він демонструє. Міжособистісне спілкування надає своїм партнерам значну свободу у виборі «режиму» спілкування, у прийнятті рішення про його тривалість. Соціальні психологи вивчають механізми, що впливають на ефективність міжособистісного спілкування, вплив культурних і соціальних факторів на міжособистісне спілкування, а також методи поліпшення міжособистісних взаємин.

(Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н.Ю. Воляннюк, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська, І.О. Блохіна, М.О. Кононець, О.В. Москаленко, О.І. Боковець, Б.В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. С. 68).

Мода (від лат. *modus* – норма, правило, міра) – форма стандартизованої масової поведінки людей, що виникає стихійно під впливом домінантних у суспільстві настроїв, смаків, захоплень. У соціально-психологічному сенсі моду визначають як перевагу, що надається масовою, груповою свідомістю певним формам життє-

діяльності (манера одягатися, спосіб мислення, форма спілкування, тип житла тощо). Вона поєднує багато суперечливих тенденцій і механізмів соціально-психологічного спілкування: ідентифікацію та негативізм, уніфікацію й персоналізацію, наслідування та протиставлення. Її особливостями є те, що вона виявляється в усіх сферах суспільного життя: економіці, політиці, мистецтві, побуті, спорті тощо. Мода дуже тісно пов'язана зі смаками та звичаями людей, оскільки з першими її зближують мінливість, з другими – повторюваність і усталеність. Практика показує, що для моди характерні динамічність, постійне прагнення до мінливості, новизни й водночас консерватизм. Заперечуючи, відкидаючи старе, мода водночас претендує на роль зразка, еталона. У цьому сенсі можна вважати, що мода – це зовнішня зміна соціально-культурних форм поведінки й уподобань людини. Мода тісно пов'язана з нормативним соціальним впливом. Він діє у нашому повсякденному житті на різних рівнях: мода на одяг, на фігуру, на певні примхи, дивацтва тощо. Одна з причин того, що люди проявляють прихильність до моди, тобто до нормативного соціального впливу, – це їх небажання бути відстороненими, відкинутими соціумом. Саме тому більшість громадян підкоряються правилам соціуму і правилам моди. Підкоряються тому, що не хочуть, аби їх сприймали як дивних, непоступливих або ненормальних. Є чимало прикладів, коли осіб, які відхиляються від норм поведінки, особливостей одягатися, манери говорити, більшість висміює або відкидає. Моду розглядають у контексті теорії соціального поштовху (Біб Латане) як нормативний соціальний вплив у дії. Згідно з цією теорією, вірогідність того, що люди долучаться до нормативного впливу, який іде від соціуму, змінюється залежно від трьох чинників: сили групи (тобто того, наскільки для людини чи більшого загалу важлива певна група); безпосередності впливу (як близько у часі й у просторі розташована до індивідів група, яка намагається здійснювати вплив на них); чисельності (кількості людей, що належать до певної групи). Погляд на моду з позицій суспільного інтересу дає змогу простежити в ній аморальні, асоціальні й навіть кримінальні аспекти. Загальноновизнано, що

мода на паління, вживання алкоголю, наркотиків, придбання зброї має асоціальний характер. Найпоширеніші асоціальні аспекти моди відображені у злочинній субкультурі. Тут панує своя мода одягатися, говорити тощо. Вивчення моди в соціальній психології може допомогти розуміти і прогнозувати поведінку людей у взаємодії зі своїм оточенням, а також допомогти у розв'язанні соціальних проблем.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 77).

Мораль – форма громадянської свідомості, система поглядів і уявлень, норм і оцінок, що регулюють моральну поведінку людей у суспільстві. Мораль визначає життєву позицію певної соціальної спільноти, особистості, орієнтує їх у світі цінностей. Вона базується на силі переконання, громадської думки, традицій, моральних авторитетів. Моральні вимоги до поведінки та діяльності людини відповідають загальноприйнятим нормам і принципам, прийнятим у суспільстві. Мораль розглядається як характеристика особистості, сукупність її моральних якостей (правдивість, чесність, добродійність та ін.); характеристика взаємин між людьми, сукупність моральних норм (вимог, правил, заповідей). Поняття, завдяки якому в мисленнєвому та практичному досвіді людей вичленовуються звичаї, закони, вчинки і характери, які виражають найвищі цінності й через які людина проявляє себе як розумна, самосвідома й вільна істота. Моральні норми – стандарти, звичаї, що прийняті у конкретному суспільстві й стали взірцем поведінки та обов'язковими для виконання. На відміну від моралі, моральність пов'язана з певними соціальними групами, тобто загальноприйнятна мораль у суспільстві є одна, а моральність – різна. На індивідуальному рівні моральність виявляється у манерах людини, особливостях її поведінки. На думку М. Боришевського, моральність є головним складником духовності, що дає можливість особистості осмислити сенс власного життя, збагнути мету, задля якої живе, усвідомити свою неповторність, відповідальність за все, що робить, зрозуміти, що життя – це бороть-

ба зі злом в ім'я добра. Учений вважає, що моральність не можна обмежувати лише певними внутрішніми аспектами чи моментом поведінки. Як сфера специфічної життєдіяльності людини, моральність постає багатоаспектним психологічним феноменом. Вона народжується, визріває, формується й функціонує у «моральній діяльності», «моральній поведінці». Моральність – це спосіб саморегуляції й спосіб упорядкування особистісних стосунків, в основі якого – уявлення про цінності. Моральне становлення особистості передбачає оволодіння новими цінностями, здійснення вільного (відповідального) вибору, визнання й прийняття іншої людини – зауважує М. Савчин. Важливою цариною прояву моральності особистості є ставлення до світу загалом, до загальноцивілізаційних тенденцій (цифрові технології, інформатизація, штучний інтелект, роботоінженерія, віртуальний світ), що, як не сумно, зумовлює домінування у культурі прагматично зорієнтованого розуму та реклами, способу життя за принципом задоволення. Фактично це призводить до аморальності, зниження морального здоров'я, взаємного відчуження людей, виникнення різних видів залежностей (алкоголізм, наркоманія, ігроманія, комп'ютерна залежність). Сьогодні у глобальному масштабі виникають нові моральні проблеми, зокрема, використання біомедичних технологій (евтаназія, зміна гендерної (статевої) ідентичності, репродуктивні та пренатальні технології, сурогатне материнство, біомедичні експерименти, реалізація програми людського геному, так звані «редагування генів, клонування»), створення ГМО. Моральне зростання особистості є цілісним, динамічним процесом актуалізації зсередини, з самоціннісного: життєвості, свободи, відповідальності, справедливості, совісті. Це процес сходження до опанування морально-духовних взаємодій, тенденція до досягнення свободи й відповідальності вчинку, можливість ухвалювати морально відповідальні рішення.

(1. Заміщак М. Психологічні основи становлення морально-духовної особистості майбутнього педагога. Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету. 2016. № 2 (17). С. 212–216. С. 215; 2. Савчин М.В. Моральна сфера особистості та її сутнісні визначення. Психологія і

Н

Навіювання (від лат. *suggestio* – навіювання, сугестія) – вплив на особистість, що приводить або до появи у людини поза її волею й свідомістю певного стану, почуття, ставлення, або до здійснення людиною вчинку, що безпосередньо не впливає з прийнятих нею норм і принципів діяльності. Об'єктом навіювання можуть бути окрема людина, групи, колективи, соціальні верстви. Ефективність навіювання визначається: 1) властивостями сугестора – соціальним статусом, привабливістю, вольовою, інтелектуальною, характерологічною перевагою; 2) особливостями сугеренда – ступенем навіюваності; 3) відносинами, що складаються між ними, – довірою, авторитетністю, залежністю; 4) способом конструювання повідомлення – рівнем аргументованості, характером поєднання логічних та емоційних компонентів, підкріпленням іншими впливами. У сугестивно-психологічній літературі (С.О. Ніколаєнко) у структурі сугестивного впливу розрізняються наступні базові види навіювання, пов'язані з етапом утилізації стану підвищеної сугестивності сугеренда: 1) прямі навіювання; 2) непрямі навіювання. *Прямі навіювання* передбачають розуміння сугерендом мети сугестивного впливу, чітко вказуючи на очікувану дію або психологічну реакцію з його боку. Значною мірою вони належать до свідомого досвіду даного сугеренда й зазичай дають конкретні шляхи розв'язання проблем, а також детальні інструкції про те, як реагувати на рекомендації й питання сугестора. Такий вид сугестії відповідно до її психологічної природи може розглядатися у двох аспектах: 1) в аспекті впливу на емоції, установки, неусвідомлювані мотиви сугеренда (у формі сугестивних наставлянь сугестора); 2) в аспекті впливу на складові поведінки сугеренда (у формі сугестивних команд і наказів сугестора). Прямі навіювання може бути імперативним і мотивованим. Імперативне навіювання насправді (сугестивні команди й накази) робиться наказовим, емоційно-насиченим тоном, що не допускає сумнівів. Прямі навіювання здійснюється у вигляді

коротких, зрозумілих сугеренду фраз із повторенням ключових слів і висловів, які підкріплюються й підсилюються невербальними сигналами. Імперативне навіювання є стресовим видом впливу на людину. Мотивоване навіювання включається у текст сугестії у вигляді елементів роз'яснення й переконання. Сугестивні наставляння, що впливають на емоції, установки й мотиви поведінки сугеренда, робляться спокійним тоном у вигляді м'яких, заспокійливих фраз, які зазвичай повторюються кілька разів. Недоліки прямих навіювань полягають у тому, що в них: 1) доводиться покладатися на те, щоб сугеренд свідомо піддався впливу сугестора; 2) у меншому ступені використовуються резерви несвідомого сугеренда; 3) безпосереднє згадування проблеми сугеренда, потенційно небезпечної для нього, може викликати опір прямому навіюванню. *Непрямі навіювання* характеризуються або неясністю мети для сугеренда, або відсутністю прямої спрямованості на того, хто є дійсним об'єктом впливу. При цьому зміст непрямой сугестії включається сугестором у повідомлювану інформацію у прихованому, замаскованому вигляді й характеризується неусвідомленістю, непомітністю, мимовільністю її засвоєння сугерендом. «М'які» форми непрямой навіювання рідко зустрічають опір з боку сугеренда. Непряме навіювання дуже часто може бути ненавмисним, становлячи звичайний компонент міжособистісного спілкування. Водночас довільне використання непрямой навіювання потребує від сугестора неординарності рішень, великої винахідливості у виборі мовних форм його реалізації, а також певного самовладання й артистизму. Користь непрямих навіювань полягає у тому, що вони: 1) дають змогу краще використовувати несвідомі резерви психіки сугеренда; 2) актуалізують ресурсні спогади, відчуття й асоціації, які можуть мати терапевтичне й педагогічне значення; 3) уможливлюють втягнення у сугестивну трансформацію різних рівнів функціонування психіки сугеренда; 4) збільшують часовий період між навіюванням сугестора й відповідними реакціями сугеренда, що зменшує необхідність активізації останнім захисних бар'єрів. Недоліки непрямих навіювань полягають у тому, що: 1) у сугеренда може виникнути відчуття того, що сугестор не в

зможі або не бажає займатися його проблемою; 2) сугеренд може відчути, що ним, можливо, цілеспрямовано маніпулюють або навіть обманюють його; 3) навіть якщо проблема сугеренда буде вирішена на несвідомому рівні, то це не дасть йому ключ до подолання майбутніх проблем на свідомому рівні. Отже, навіювання, або сугестія – це вплив на психічну сферу людини, пов'язаний зі зниженням свідомості й критичності у сприйманні та реалізації зовнішньої інформації, з відсутністю бажання її зрозуміти, проаналізувати й оцінити, з довірою до джерела інформації.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 268; 2. Ніколаєнко С.О. Психологічні особливості базових видів сугестії. Інститут філософії імені Г.С. Сковороди Національної академії наук України. Суми, 2011. С. 66–75. С. 67).

Наслідування – процес орієнтації на певний приклад, взірець, повторення і відтворення однією людиною дій, вчинків, жестів, манер, інтонацій іншої людини, копіювання рис її характеру та стилю життя, дотримувannya прикладу, зразка. Особливо велике значення має ранніх етапах онтогенезу та простежується на різних вікових етапах індивідуального розвитку людини. Дитина раннього та дошкільного віку в процесі наслідування засвоює предметні дії, навички самообслуговування, норми поведінки, опановує мову. Засвоєння із наслідуванням предметних дій, навичок передбачає досить високий рівень розвитку спілкування, сприйняття, моторики. В іншому випадку наслідування перетворюється на зовнішнє повторення рухів. Такий характер наслідування зустрічається у дітей з відхиленнями у психічному розвитку. Порушення розвитку наслідування ведуть до виникнення труднощів у засвоєнні суспільного досвіду, до порушень психічного розвитку загалом. Незважаючи на зовнішню подібність, за явищами наслідування в різних вікових групах приховані різні психологічні механізми. У дитячому віці наслідування рухів і звуків голосу дорослого є спробою встановити перший «змістовний» контакт. Наслідування у дошкільному віці – шлях проникнення до смислових структур людської діяльності: воно проходить низку ступенів, змінюючись разом зі зміною провідної діяль-

ності цього віку – сюжетно-рольової гри: спочатку дитина наслідує найбільш відкриті для неї сторони і характеристики дорослої діяльності й лише поступово починає наслідувати сторони поведінки, що дійсно відбивають зміст ситуації. Наслідування у підлітковому віці спрямоване на зовнішню (а іноді й на внутрішню) ідентифікацію підлітком себе з деякою конкретною, значимою для нього особистістю або з узагальненим стереотипом поведінкових і особистісних характеристик. У дорослих наслідування виступає елементом навчання у деяких видах професійної діяльності (спорт, мистецтво тощо). Згідно з З. Фройдом, наслідування є складовою поняття навіювання і розглядається як його наслідок. Наслідування може здійснюватися мимовільно та довільно. Довільне наслідування використовується як один із провідних методів у навчанні дітей раннього та дошкільного віку. Воно вдосконалюється із віком у процесі навчання дітей. Наслідування відіграє істотну роль у житті та діяльності людини, зокрема, в оволодінні нею нормами поведінки, трудовими навичками та ін. Умови наслідування: наявність позитивного емоційного ставлення, захоплення або поваги до цієї людини – об'єкта наслідування; менша досвідченість людини порівняно з об'єктом наслідування; ясність, виразність, привабливість зразка; доступність зразка, хоча б частково; свідомо спрямованість бажань і волі людини на об'єкт наслідування (хочеться бути таким самим). Наслідування – найпоширеніша форма поведінки людини у міжособистісній взаємодії. Саме через наслідування здійснюється процес соціалізації особистості, реалізуючись за допомогою навчання і виховання. Наслідування у дорослому віці є елементом навчання певним видам професійної діяльності. У соціальній психології наслідування становить важливий механізм соціалізації та навчання і використовується як засіб виховання і соціалізації, а також як механізм поширення соціальних норм та цінностей.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 275).

Натовп – недиференційоване, безструктурне скупчення людей, позбавлених ясно усвідомлюваної спільності цілей, але взаємно по-

в'язаних схожістю емоційного стану і загальним об'єктом уваги. Основні механізми формування натовпу і розвитку його специфічних якостей – циркулярна реакція (наростаюче взаємне емоційне зараження), а також чутки. Виділяють чотири основні види натовпу: 1) оказіональний – пов'язаний цікавістю до зненацька виниклої події (дорожня аварія тощо); 2) конвенціональний – пов'язаний інтересом до якої-небудь заздалегідь оголошеної масової розваги (спортивні змагання та ін.) і готовий, часто лише тимчасово, додержуватися досить дифузійних норм поведінки; 3) експресивний – спільно виражає загальне ставлення до певної події (радість, ентузіазм, обурення, протест та ін.); його крайня форма – натовп екстатичний, що досягає завдяки взаємному ритмічно зростаючому зараженню стану загального екстазу – як під час масових релігійних ритуалів, карнавалів, концертів рок-музики та ін.; 4) діючий – включає підвиди: а) натовп агресивний – об'єднаний сліпою ненавистю до деякого об'єкта (суд Лінча, побиття релігійних, політичних супротивників та ін.); б) натовп панічний – стихійно рятується від реального або уявного джерела небезпеки; в) натовп користолобний – що вступає у неупорядкований безпосередній конфлікт за володіння будь-якими цінностями (грішми, місцями в транспорті, що відходить, та ін.); г) натовп повстанський – тут людей пов'язує загальне справедливе обурення діями влади; нерідко він складає основу революційних потрясінь, і своєчасне внесення до нього організуючого начала здатне підняти стихійний масовий виступ до свідомого дійства політичної боротьби. Відсутність чітких цілей, відсутність або дифузність структури породжують практично найбільш важливу властивість натовпу – легку перетворюваність його з одного виду (підвиду) на інший. Такі перетворення часто спонтанні, але знання їх закономірностей і механізмів дає змогу свідомо маніпулювати поведінкою натовпу в авантюристичних цілях або ж свідомо запобігати і припиняти його небезпечні дії. Г. Лебон виокремлює такі властивості натовпу: зрівнювання усіх, уніфікація рівня їх психічних проявів і поведінки, тому виникає однорідність поведінки людей у натовпі; натовп інтелектуально значно нижче індивідів, які його

складають, легко і некритично приймає найфантастичніші чутки, легко підкоряється закликам, лозунгам, виступам лідерів; людина у натовпі здатна здійснити будь-які акти насилля, жорстокості, вандалізму, які у звичних умовах здаються їй неприпустимими; підвищена емоційність та імпульсивність. Названі властивості натовпу породжуються трьома головними механізмами: анонімність, яка, з одного боку, створює в окремого індивіда почуття сили, могутності, непереможності, з іншого – виникнення почуття особистої безвідповідальності, оскільки кожен вважає, що будь-які дії будуть віднесені до натовпу, а не до нього особисто; зараження як поширення психічного стану одних людей на інших; навіюваність як некритичне сприймання будь-яких стимулів і закликів до дій і здатність здійснити такі акти, які суперечать індивідуальній свідомості, характеру, звичкам. У соціальній психології також розглядають ознаки, соціально-психологічні особливості, рольову диференціацію, загальні характеристики поведінки людини в натовпі, розкривають основні етапи виникнення натовпу, засоби профілактики паніки у натовпі та правила і поради щодо взаємодії людей у натовпі.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 276).

Національна самосвідомість – це свідомість індивідуальної та групової належності до певної нації, що включає в себе сприйняття та розуміння історії, культури, традицій і цінностей своєї нації. Цей феномен розглядається у дисертаційному дослідженні А.В. Гафіатуліної як форма суспільної свідомості, що має соціально-політичне походження – з одного боку, і етнічно-культурне підґрунтя – з іншого; виникає у процесі суспільного буття та життєдіяльності нації. Національна самосвідомість розглядається як рефлексивний рівень національної свідомості. Модель національної самосвідомості представлена когнітивним, емоційно-ціннісним та регулятивним компонентами. У когнітивному й емоційно-ціннісному виділено зовнішню та внутрішню репрезентацію (вектори). Внутрішній вектор – це образ себе як представника своєї нації; зовнішній вектор – це образ нації, представником якої є особистість. Зазначено, що національна

самосвідомість як форма суспільної свідомості може зазнавати змін не лише під впливом внутрішніх, а також під впливом зовнішніх причин (вплив етнічної самосвідомості, регіональної ментальності тощо). Національна самосвідомість є об'єднувальним елементом, функція якого – утримання оптимального рівня співіснування різних видів ментальності, зокрема, регіональної. Учена з'ясувала, що найбільш сенситивним віком для становлення національної самосвідомості є переважно юнацький вік, якому відповідає період студентства. У період навчання у закладі вищої освіти національна самосвідомість молоді людини розширює систему її уявлень про світ, зміцнює її місце у ньому. Під формуванням національної самосвідомості розуміється ненав'язливий спосіб демонстрації способу ефективної адаптації особистості до нових умов життя у сучасному світі. Формування національної самосвідомості відбувається у площині не «насадження ідей», а конструювання нового смислу самим суб'єктом. Розроблена А.В. Гафіатуліною програма формування національної самосвідомості студентської молоді України спрямована на підвищення рівня компонентів національної самосвідомості з урахуванням особливостей регіональних ментальностей.

(Гафіатуліна А.В. Психологічні особливості формування національної самосвідомості студентської молоді України : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07. Київ, 2017. 199 с. С. 163).

Національний характер – сукупність соціально-психологічних рис або констант, властивих конкретній нації на певному етапі її розвитку. Національний характер становить специфічну, історично утворену системну цілісність стійких різноманітних рис і властивостей, типових для національної спільноти, які надають їй якісної визначеності, що дає змогу відрізнити психологію однієї нації від інших. Національний характер не є незмінною субстанцією, він змінюється під впливом екологічних, історичних, соціокультурних, політичних факторів. Зокрема національний характер українців зумовлюється природно-географічними, культурно-історичними, соціально-економічними та суспільно-політичними умовами життєдіяльності українського народу, він проявляється в культурі, мові,

традиціях, звичаях, обрядах, звичках, уподобаннях українців. Національний характер характеризується специфікою емоцій, почуттів, настроїв, інтенсивністю реакцій на події, що відбуваються. Відносна стійкість рис національного характеру, попри змінність соціального середовища, пояснюється тим, що виникає певна інерційність завдяки міжпоколінній передачі колективного досвіду. Риси національного характеру найяскравіше виражаються у специфічних для цієї національної спільноти формах поведінки та видах діяльності. Оскільки основними сферами прояву і вияву національного характеру є різні види активності, тому і його дослідження потрібно проводити за допомогою вивчення господарської, етнічної та політичної історії нації, продуктів діяльності даної національної спільноти й стереотипних форм поведінки її представників. Національний характер відображає культурні відмінності між різними націями, включаючи способи мислення, емоції, взаємодію та інші аспекти психології. Концепція національного характеру є об'єктом критики в соціальній психології через її прив'язку до національних стереотипів і загальних узагальнень. Поляризованість рис характеру притаманна представникам будь-яких етносів, тому треба знати, які історичні умови призвели до появи у національному характері тих рис, звичок, почуттів, що їх представники іншого етносу можуть інтерпретувати як негативні. Дослідження національного характеру в соціальній психології включає методи вимірювання, що вивчають різні аспекти психології, такі як особистість, стереотипи, цінності та інші. Вивчення національного характеру має важливе значення для побудови міжкультурних відносин, культурного розуміння та співпраці в різних галузях життя.

(Федорченко І.М. Становлення національного характеру українського народу: теоретико-методологічні засади. Київ, 2007. Вип. 11. С. 17–20. С. 18).

Невербальна комунікація – тип комунікації, що здійснюється за допомогою невербальних кодів (знакових систем). Невербальна комунікація включає такі основні знакові системи: *оптико-кінестетична* (кінесика): жести – жестові рухи окремих частин тіла; міміка – рухи м'язів обличчя; пантоміміка – моторика всього тіла і пози,

постава, нахили, хода; контакт очей; одяг; *акустична*: паралінгвістика – це система вокалізації, тобто якість голосу, його діапазон, тональність; *екстралінгвістика* – включення у мовлення пауз, темпу, покашлювання, плачу, сміху; *тактико-кінестетична* (тахесика) дотики; рукостискання, поцілунки; *ольфакторна*: запах тіла; запах косметики; *просторово-часова* (*проксеміка*): відстань між суб'єктами; тривалість комунікації. Передбачає організацію простору і часу спілкування (часу затримання початку спілкування, розміщення партнерів за столом переговорів тощо). Особи одна стосовно іншої можуть перебувати в *інтимній зоні* (15–45 см), прийнятній лише для близьких, добре знайомих людей. Для неї характерні довірливість, тактильний контакт, неголосне мовлення. Дослідження свідчать що порушення інтимної зони зумовлюють певні психофізіологічні зміни в організмі – прискорення серцевих скорочень, підвищення вмісту адреналіну у крові, прилив крові до голови. *Особистісній*, або *персональній зоні* (45–120 см) – характерна для щоденного спілкування з друзями і колегами та передбачає тільки візуальний контакт між партнерами. *Соціальної зоні* (120–400 см) – використовується при офіційних зустрічах у кабінетах, викладацьких, службових приміщеннях, як правило, з тими, кого не досить добре знають. *Публічній зоні* (понад 400 см) – передбачає спілкування з великою групою людей – у лекційній аудиторії на мітингах. Невербальна комунікація посилює вербальну: тільки 7 % змісту повідомлення передається значенням слів, тоді як 38 % – їх вимовою, а 55 % – виразом обличчя (М.Н.Корнєв, А.Б. Коваленко).

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 59).*

Нонконформізм – риса особистості, що полягає у відкиданні чужих порад, прагненні завжди протистояти думці більшості, протидії будь-якому втручанням і очікуванням навколишнім, антонім конформності. У соціальній психології нонконформізм вивчається як прояв індивідуальної та колективної поведінки, що порушує встановлені соціальні стандарти. Нонконформісти можуть бути сприйняті

як загроза для соціального порядку, але їхні інновації та новаторські ідеї можуть бути корисними для розвитку суспільства та культури. Дослідження показують, що нонконформізм може мати як позитивні, так і негативні наслідки для індивіда та його взаємодії з навколишніми, залежно від контексту та форми прояву. Нонконформізм може бути виявлений у різних сферах життя, таких як культура, політика, релігія, мистецтво, наука та інші, а у соціальній психології часто вивчається у контексті соціальної влади, взаємодії між групами, та соціальної взаємодії. Нонконформісти можуть зустрічати спротив та дискримінацію з боку оточення, що може призвести до соціальної ізоляції. Проте нонконформісти також можуть знаходити підтримку серед співрозмовників та групи, що сприяє їхній самореалізації і соціальній інтеграції. Нонконформізм як активно-протестна соціальна позиція передбачає переосмислення наявних у суспільстві аксіологічних орієнтирів, адаптацію їх до об'єктивних потреб особи і людства загалом. Нонконформізм в умовах системної соціально-культурної кризи перетворюється на дієвий інструмент самоактуалізації індивіда, спосіб виявлення соціальної ідентичності, стимулюючи розбудову аксіосфери на засадах загальнолюдських цінностей. О.Ю. Тургенєва у дисертаційному дослідженні наявність конструктивного, творчого потенціалу нонконформізму обґрунтовує через прагнення людини до перетворення середовища, що її оточує. Перетворюючи соціальний простір, приводячи його у відповідність до своїх потреб та об'єктивних запитів суспільства, людина реалізує свою людську сутність (на відміну від «тваринної» адаптації як мімікрії). Визначено нонконформізм як особливу форму соціальної творчості. Нонконформізм може реалізуватися у трьох площинах: протестній, естетизованій і культуротворчій. В умовах трансформації сучасного освітнього простору (процесу, що відбиває видозмінення соціокультурного простору загалом) нонконформізм і конформізм виступають як ціннісно-світоглядні орієнтири й адаптативні стратегії студентської молоді.

(Тургенєва О.Ю. Нонконформізм і конформізм у соціально-філософському осмисленні сучасності : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. Київ, 2010. 23 с. С. 20).

О

Обряд – це сукупність символічних, стереотипних, колективних дій, що втілюють ті чи ті соціальні ідеї, уявлення, норми і цінності, які викликають певні колективні почуття. Сила обряду полягає в його емоційно-психологічному впливі на людей. За допомогою обряду відбувається не тільки раціональне засвоєння певних норм, цінностей, ідеалів, а й співпереживання учасниками обрядової дії. Обряд в соціальній психології вивчається як спосіб взаємодії та комунікації між людьми в контексті культури та соціального середовища. Обряд може бути різноманітним та виконувати різні соціальні функції, такі як засвоєння соціальних норм, вираження групової приналежності, підтримання соціальних зв'язків. Обряд також може впливати на психологічний стан людини, включаючи самооцінку, почуття ідентичності, ставлення до інших людей та багато іншого. У своїй основі, обряд є важливою складовою культури та соціальної взаємодії, яка допомагає людям зберігати та передавати свої цінності, традиції та історію від покоління до покоління. Релігійна віра послідовно реалізується в поведінці, емпіричними ознаками якої є регулярне відправлення релігійних обрядів та свят. Релігійні обряди відправляються час від часу, здебільшого у дні найважливіших свят та під впливом більш релігійних членів найближчого оточення. Дослідження обряду в соціальній психології може включати аналіз різних аспектів, таких як роль культури, соціального середовища та індивідуальних характеристик людини в обряді, вивчення емоційних та психологічних ефектів обряду на учасників та їх сприйняття обряду, а також дослідження соціальних та психологічних наслідків обряду для індивіда та групи. Один із відомих підходів до дослідження обряду в соціальній психології – це теорія символічного взаємодії, яка визначає обряд як символічну дію, яка виконується в межах спільної інтеракції між людьми. Інші підходи, такі як теорія соціального впливу, можуть вивчати взаємодію між учасниками обряду та їх взаємний вплив на один одного. Результати досліджень можуть мати важливі практичні застосування, наприклад, у сфері культурної антропології, міжкультурної

комунікації, вивчення культурного різноманіття та міжкультурних відносин.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 62).

Опитування – безпосередній (бесіда, інтерв'ю) або опосередкований метод збору первинної інформації (анкета). Найпоширеніший додатковий метод у соціальній психології. Його основний елемент – запитання. Види опитування: за кількістю опитуваних – групове, індивідуальне; за способом проведення – очне, заочне – поштою, за телефоном; за формою проведення – письмове (анкетування), усне (інтерв'ю). Залежно від характеру необхідної інформації та способів її одержання, використовують такі типи опитування: суцільний – наприклад, перепис населення, або вибірковий – охоплюється вікова група, робочий колектив і т. д. Критерії доцільності опитування: використання за призначенням; доступність запитань; отримання достовірного матеріалу, який спрямований на коригування інформаційного масиву з метою адекватного відображення соціально-психологічної реальності; використання у комплексі з іншими методами дослідження. Фази опитування: адаптація; досягнення мети; локалізація та усунення напруження. У соціальних науках проводиться для з'ясування біографічних даних, думок, ціннісних орієнтацій, соціальних установок та особистісних рис опитуваного. При проведенні будь-яких анкетних опитувань потрібне попереднє вирішення двох проблем: обсягу і однорідності вибірки: опитування позбавляється інтересу, якщо охоплює занадто вузьке коло осіб, і стає ненадійним, якщо опитувані індивіди надто різняться за вимірюваними параметрами; репрезентативності вибірки – можливість поширення висновків, отриманих при вивченні частини – вибірки, на ціле – генеральну сукупність. Метод опитування є важливим інструментом для соціальних психологів, який дозволяє отримати велику кількість даних за короткий час, він має свої переваги та недоліки, але при правильному підході може бути корисним для розвитку соціальної психології та розуміння людської поведінки.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 26).

Організація – диференційоване і взаємно упорядковане об'єднання індивідів та груп, що діють на базі спільних цілей, інтересів та програм. Розрізняють: організацію *формальну*, що має адміністративно-юридичний статус і ставить індивіда в залежність від знеособлених функціональних зв'язків та норм поведінки; організацію *неформальну*, що становить спільність людей, які об'єднуються за особистим вибором і безпосередніми позаслужбовими контактами. Організація неформальна – це спільність людей, що згуртовується завдяки особистому вибору і безпосереднім позапосадовим контактам. Може виникнути як у рамках формальної організації – з метою задоволення потреб її членів, що виходять за її межі, так і незалежно від неї – на основі позаслужбових, позапрофесійних інтересів. Організація формальна – має адміністративно-юридичний статус, ставить індивіда в залежність від знеособлених функціональних зв'язків і норм поведінки. У її контексті складаються соціально-психологічні феномени, зумовлені такими відносинами, як індивід – посада, колектив – підрозділ, лідерство – керівництво тощо. Суперечливість цих відносин проявляється при розвитку організації у динаміці функцій керування та виконання. При цьому головне завдання керування організацією полягає у тому, щоб об'єднати інтереси всіх її членів, спрямувати їх на реалізацію загальних цілей. Ступінь збігу (розбіжності) інтересів індивідів з їхніми посадовими функціями, зі структурою і програмою організації впливає на ефективність її діяльності. Дослідження організації включає аналіз соціальних та психологічних процесів, які відбуваються у ній, таких як мотивація, лідерство, комунікація, конфлікти, організаційна культура та ін. Дослідження організації в соціальній психології може мати практичне значення для покращення ефективності роботи організації та підвищення задоволеності працівників. Наприклад, на основі досліджень можна розробляти програми тренінгів, які спрямовані на поліпшення комунікації, підвищення мотивації

працівників, формування культури організації та розвиток лідерських навичок.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 301).

Особистість – це індивід як суб’єкт соціальних відносин і свідомої діяльності. У вузькому розумінні, особистість – визначена включеністю до суспільних відносин системна якість індивіда, що формується у спільній діяльності та у спілкуванні. Критерії сформованої особистості: наявність у мотивах ієрархії в одному певному розумінні – як здатності переборювати власні безпосередні спонукання заради чогось іншого, тобто здатності до поведінки опосередкованої; при цьому передбачається, що мотиви, завдяки яким переборюються безпосередні спонукання, соціально значимі, соціальні за походженням і змістом (просто опосередкована поведінка може мати в основі й стихійно сформовану ієрархію мотивів, і навіть «стихійну моральність»: суб’єкт може не усвідомлювати, що саме змушує його здійснювати певні вчинки, проте діяти цілком морально); здатність до свідомого управління власною поведінкою; таке управління здійснюється на основі усвідомлених мотивів-цілей і принципів (на відміну від першого критерію, тут передбачається саме свідомо супідрядність мотивів – свідоме опосередкування поведінки, що передбачає наявність самосвідомості як особливої інстанції особистості). Особистість як суб’єкт міжособистісних відносин виявляє себе у трьох репрезентаціях, що утворюють єдність: 1) особистість як відносно стійка сукупність її інтраіндивідних якостей: симптомокомплекси психічних властивостей, що утворюють її індивідуальність, мотиви, спрямованості особистості, структура характеру особистості, особливості темпераменту, здібності; 2) особистість як включеність індивіда до простору міжіндивідних зв’язків, де взаємини і взаємодії, що виникають у групі, можуть трактуватися як носії особистостей їхніх учасників; так долається, наприклад, помилкова альтернатива в розумінні міжособистісних взаємин або як феноменів групи, або як феноменів особистості: особистісне виступає як групове, групове – як особистісне; 3) особистість як

«ідеальна представленість» індивіда в життєдіяльності інших людей, у тому числі за межами їхньої взаємодії; як результат активно здійснюваних людиною смислових перетворень інтелектуальної й афективно-потребової сфер інших особистостей. Розвиток особистості здійснюється в умовах соціалізації індивіда та його виховання. Соціальна психологія з'ясовує природу особистості як систему суб'єкт-суб'єктних, суб'єкт-об'єктних ставлень, єдність соціального і біологічного. Вивчення особливостей групи є вихідною позицією для розуміння психологічних характеристик особистості.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 305).

П

Паніка – психологічний стан, викликаний загрозливим впливом зовнішніх умов; групова реакція на певну чи реальну загрозу, пов'язану з масовим переживанням надмірної напруги, відчуття страху, розгубленості, невпевненості індивіда чи групи людей під впливом реальної загрозливої ситуації, різних хибних чуток, версій, взагалі страхітливої чи неприємної для індивіда, групи інформації. Паніка породжує втрату цілей діяльності, тимчасову деформацію соціальної мотивації, характеризується занепадом морально-психологічного стану, бойового духу, зростанням емоційної заразливості. Безпосереднім приводом до паніки стає поява певної ситуації, шокуючого стимулу, що заперечує звичні форми поведінки. Л. Почебут виокремлює певні передумови виникнення паніки: фізіологічні (втома, голод, безсоння, депресія, стрес, наркотичне сп'яніння, які роблять людей слабкими фізично і психічно, знижують їх здатність швидко та правильно оцінити ситуацію); психологічні (відчуття болю, подиву, невпевненість, страх, жах, почуття ізольованості, безсилля); соціально-психологічні (відсутність групової солідарності, цілісності, єдності групи, втрата довіри до керівництва, дефіцит інформації, чутки). Під час паніки починають одночасно діяти одразу кілька соціально-психологічних механізмів впливу на поведінку людини. Спрацьовують механізми комунікативного, перцептивного та інтерактивного впливу, такі, скажімо, як фасцинація, психологічний

настрій тощо. Ситуація паніки завжди супроводжується зараженням і навіюванням. Вона може виникати як у малій групі у ситуації безпосереднього спілкування, так і в натовпі, великому регіоні або у суспільстві загалом. Український психолог В.О. Моляко, розглядаючи психологічні наслідки чорнобильської катастрофи, вказує на такі умови виникнення паніки: наявність шокуючого стимулу та дефіцит інформації про подію, особливо інформації вірогідної, водночас надлишок інформації неперевіреної з неофіційних (здебільшого чуток) джерел. Паніка класифікується за різними критеріями. За масштабами розрізняють індивідуальну, групову і масову паніку. За глибиною охоплення можна говорити про легку, середню і повну. Легка паніка констатується тоді, коли затримується транспорт при несподіваному тривожному сигналі тощо. При цьому людина зберігає майже повний самоконтроль, критичність. Зовні це виявляється у здивуванні, стурбованості, напруженості м'язів тощо. Середня паніка характеризується значною деформацією свідомих оцінок того, що відбувається, зниженням критичності, зростанням страху (наприклад, скуповування товарів у магазинах при поширенні чуток про підвищення цін, у невеликих транспортних аваріях, різних стихійних лихах). Повна паніка передбачає відключення свідомості, афективна, характеризується недієздатністю і виникає при відчутті великої смертельної небезпеки (класичним прикладом є паніка на кораблі «Титанік», а також під час війни, землетрусів, ураганів, пожеж тощо). За тривалістю виокремлюють паніку короткочасну – від кількох секунд до кількох хвилин (паніка в автобусі, що втратив керування), досить тривалу – від десяти хвилин до кількох днів (землетрус), пролонговану – від кількох днів до кількох тижнів (паніка після аварії на ЧАЕС). В.О. Моляко вводить поняття «неперервна паніка», яке характеризує реальний стан справ після ЧАЕС. Люди, які були охоплені панікою, виявляли такі особливості поведінки: неадекватну оцінку ситуації, перебільшення небезпеки, прагнення врятуватися втечею; підвищену метушливість, хаотизм або загальмованість поведінки; зниження дисципліни, працездатності; пошук заспокійливих засобів (ліків, алкоголю); прагнення знайти

інформацію, підвищений інтерес до всіх повідомлень, чуток, новин. Причини, які сприяють виникненню або посиленню паніки, досить різноманітні, та, незважаючи на це, їх можна об'єднати у три групи – фізіологічні, психологічні і соціально-психологічні. Таким чином, паніка є важливим соціально-психологічним феноменом, дослідження якого дає змогу пояснити деякі процеси, що відбуваються у соціальних групах або суспільстві в особливі періоди їх життєдіяльності. Важливість і актуальність вивчення паніки і поведінки людей у неорганізованих спільнотах доводять останні події, які відбуваються у період повномасштабної російської агресії. Психологічними факторами запобігання виникненню паніки є рівень довіри людей, здатність до співпраці, швидка й організована розробка рішень виходу зі складної ситуації.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 72).

Переговори – одна з форм спілкування, яка виокремлюється за організаційним аспектом взаємодії. Метою переговорів є знаходження взаємоприйняттого рішення, уникаючи крайньої форми прояву конфлікту. Отже, призначення переговорів пов'язане зі співпрацею й розв'язуванням спірних питань. І одне й інше призначення спрямоване на те, аби домовитися, обговорити проблему, яка викликає спільний інтерес, ухвалити спільне рішення. Саме збіг інтересів робить переговори можливими, а розбіжність запитів спонукає сторони до проведення переговорів. Види переговорів класифікуються за різними ознаками. Відповідно до першої класифікації, враховується кількісний аспект переговорів (за цією ознакою розрізняють двобічні та багатобічні переговори). Переважно переговори передбачають наявність трьох стадій: підготовку до переговорів, власне переговорний процес, завершення переговорів і аналіз їхніх результатів. Виокремлюють такі основні етапи переговорів: взаємне уточнення інтересів, точок зору, концепцій, позицій тощо; дискусійний етап, що передбачає вироблення основних параметрів спільного розв'язку проблеми; підсумковий етап, який полягає в опрацюванні

угоди. Дослідження переговорів у соціальній психології включає аналіз таких аспектів, як міжособистісні відносини, психологічні фактори, що впливають на прийняття рішень, та соціальний контекст переговорів. У процесі дослідження переговорів у соціальній психології вивчаються різні аспекти взаємодії між сторонами, такі як роль влади, довіра і співробітництво. Дослідники також зосереджують увагу на психологічних чинниках, які можуть вплинути на процес прийняття рішень, такі як емоції, переконання й інтереси. Дослідження переговорів також можуть допомогти в розробці кращих стратегій переговорів та розвитку вмінь у спілкуванні і врегулюванні конфліктів. Також можуть бути досліджені питання ефективності різних типів переговорів та технік. Технологія переговорів – сукупність послідовних дій, до яких звертаються сторони в ході переговорів і принципів їх реалізації. Вона включає принципи, способи подачі позиції і тактичні прийоми взаємодії з опонентом. У загальному, дослідження переговорів у соціальній психології допомагають зрозуміти процес взаємодії між людьми в контексті досягнення спільної угоди. Результати досліджень можуть бути використані для розвитку кращих стратегій переговорів та підвищення ефективності взаємодії між людьми в різних контекстах.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 58).

Переконання – це компонент світогляду особистості, що спонукає її діяти відповідно до власного досвіду та цінностей. Інше значення переконання – це метод організованого, свідомого соціально-психологічного впливу на свідомість людини, за допомогою апеляцій до суджень та логіки, який спонукає діяти. Переконання слугує цілям перетворення повідомлюваної інформації на систему уявлень та установок особистості. У сучасному світі глобальних систем масової інформації людина неминуче потрапляє під вплив могутніх пропагандистських сил. Разом з освітою, яку здобувала людина, пропаганда формує певні переконання. Зусилля, що робляться для того, аби переконати людей у чому-небудь, деколи бу-

вають шкідливими, а деколи – шляхетними, деколи – ефективними, а деколи – марними. Переконавання усюдиусуще: воно – у повчаннях батьків, педагогів, релігії, політиці, маркетингу, торгівлі тощо. Соціальних психологів цікавить, які чинники впливають на обмін інформацією, на переконання людей. На ефективність переконання впливають: комунікатор, зміст повідомлення, канал комунікації і аудиторія. Соціальні психологи довели, що сприйняття інформації залежить від того, хто її повідомляв. Кредитний комунікатор – це той, який сприймається компетентним і надійним, тобто йому можна довіряти. З'ясовано, що одним компонентом кредитності комунікатора є його компетентність. Щоб посилити свою компетентність, існує два способи. Перший полягає у тому, щоб висловлювати думки, з якими погоджуються слухачі, і тим самим завоювати репутацію розумної людини. Інакше кажучи, треба висловлювати солідарні (з якими аудиторія погоджується) судження. Інший – бути представленим як фахівець у певній сфері. Сприйняття надійності комунікатора. Ще одним компонентом кредитності (довіри) є надійність. Щоб сприйматися надійним, відтак щоб заслужити довіру, треба говорити впевнено та дивитися в очі. Наприклад, коли свідки, відповідаючи в суді на питання, дивляться в очі тому, хто їх задає, а не вниз, вони справляють враження людей, яким можна довіряти. Психологи установили, що довіра до комунікатора і переконаність у його щирості зростають, якщо він говорить швидко. Переконливішими повідомленнями є ті, що супроводжуються позитивними почуттями. Люди у хорошому настрої частіше ухвалюють імпульсні, менш обдумані рішення. Переконливими можуть бути також і деякі повідомлення, що породжують страх, бо вони виразні і закарбувалися у пам'яті. Наскільки повідомлення суперечить усталеній в аудиторії думці, залежить від довіри до комунікатора. Що говорити комунікатору (подавати погляди опонентів чи обмежитися викладом власної позиції) залежить від: підготовленості аудиторії, її ставлення до змісту повідомлення, готовності вислухати контраргументи. Якщо аудиторія наперед погоджується з комунікатором, то їй не потрібні контраргументи. Тут найефективнішими є односторонні пові-

домлення. Якщо йдеться про аудиторію, яка або добре знає проблему, або не розділяє позиції комунікатора, ефективніше двобічне повідомлення. Якщо повідомлення послідовно представляє два погляди, то потенційно переконливішою є перший.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 81).

Перцепція – це елемент цілісного процесу пізнання і суб'єктивного осмислення світу в загальнопсихологічному розумінні. Соціальна перцепція – це багатофункціональний психологічний процес сприйняття іншої людини, її зовнішніх ознак, співвіднесення їх з її особистісними характеристиками й інтерпретація та прогнозування на цій основі вчинків. Поняття «соціальна перцепція» вперше було введено американським соціальним психологом Дж. Брунером у 1947 р. для визначення т. зв. «нового погляду» на сприйняття. Дослідження соціальної перцепції передбачає вивчення двох блоків проблем – аналіз особливостей суб'єкта й об'єкта міжособистісного сприймання й аналіз механізмів міжособистісного сприймання. Соціальна перцепція як процес має два аспекти – суб'єктивний (суб'єкт сприймання) і об'єктивний (об'єкт сприймання). Оскільки спілкування завжди є процесом взаємодії двох або більше суб'єктів, то йдеться про взаєморозуміння і взаємопізнання людей. В об'єкта сприйняття доступними для спостереження є лише зовнішні ознаки, серед яких найбільш інформативні зовнішній вигляд (фізичні дані, одяг) і поведінкові (дії, експресивні реакції). Сприймаючи ці ознаки, спостерігач (суб'єкт сприйняття) оцінює їх і формує деякі висновки (іноді неусвідомлено) про внутрішні психологічні властивості партнера. Суб'єкт соціальної перцепції – це передовсім особистість, що діє активно і вступає у взаємовідносини з іншою особистістю (об'єктом сприйняття). Об'єкт соціальної перцепції (об'єкт спостереження) – це автор повідомлення, яке приймає й інтерпретує спостерігач (суб'єкт). Виокремлюють такі механізми міжособистісної перцепції: ідентифікація, рефлексія, атракція, емпатія, децентрація, каузальна атрибуція, фізіогномічна редукція,

стереотипізація та інші. Важливим чинником соціальної перцепції є вікові особливості того, хто сприймає. Із віком подальший розвиток соціальної перцепції виявляється у зміні суб'єктивної значущості різних груп відтворюваних ознак для побудови образу іншого. Так, якщо для дітей молодшого шкільного віку важливішими виявляються одяг і загальний зовнішній вигляд, для підлітків – переважно виокремлення рис зовнішності, то для дорослої людини у більшості випадків – виразна поведінка іншого.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 82).

Поведінка – зовнішні прояви психічної діяльності, властива живим істотам взаємодія із середовищем, опосередкована їхньою зовнішньою (руховою) і внутрішньою (психічною) активністю. Термін застосовується як до окремих осіб, індивідів, так і до їх сукупностей (поведінка біологічного виду, соціальної групи). Поведінка має місце в зовнішньому світі, виявляється зовнішнім спостереженням, а процеси свідомості протікають у внутрішньому світі суб'єкта і виявляються самоспостереженням. До фактів поведінки належать: усі зовнішні прояви фізіологічних процесів, пов'язаних зі станом, діяльністю і спілкуванням людей – поза, міміка, інтонації та ін.; окремі рухи і жести; дії як більш значущі акти поведінки, що мають певний зміст; вчинки – ще складніші акти, що мають, як правило, суспільне, соціальне значення та пов'язані з нормами поведінки, відносинами, самооцінкою. Виокремлюють такі види поведінки: групова просоціальна, інвертована, опосередкована, експресивна, агресивна, регресивна, девіантна, деліквентна, аутодеструктивна, адиктивна, суїцидальна, віктимна та ін. Позитивна оцінка особистістю себе і своїх можливостей, здатність вибудовувати відносини взаємодопомоги й співучасті з іншими людьми, гуманістична спрямованість інтересів, цінностей та ідеалів, загальна пристосованість як виживання генів людини в її потомства й у родичів, яким він допомагає, а також здатність особистості реалізовувати себе на користь суспільству становлять цілісну модель просоціальної пове-

дінки. Груповою поведінкою називають сукупність усіх дій групи, які є результатом взаємодії всіх її членів. Групова поведінка – властивість групи, прояв якої виникає несподівано і не є простою сумою окремих поведінкових актів індивідів у групі. У соціальній психології прийнято здебільшого аналізувати групову поведінку як поведінку малих або середніх (так званих інтерактивних) груп у ситуації виконання групового завдання. Вивчаються чинники, що впливають на продуктивність групової діяльності, та закономірності ухвалення рішень групою. Міжособова поведінка є передусім поведінкою окремої особистості, з її рисами характеру та унікальним набором зв'язків з іншими людьми, міжгрупова поведінка – це поведінка члена групи (наприклад, офіцера поліції або фаната футбольної команди). Соціальна психологія вивчає поведінку в різних контекстах, таких як індивідуальна поведінка, групова поведінка та поведінка у відносинах між групами. Основним завданням соціальної психології є розуміння того, як соціальні фактори впливають на поведінку людей, а також визначення того, як можна впливати на поведінку, залежно від цільових задач.

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 341; 2. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / М.М. Слюсаревський та ін. Київ : Талком, 2018. 580 с. С. 276).

Позиція (лат. *positio* – розміщую, ставлю) тлумачиться як стійка система ставлення людини до певних аспектів дійсності, що проявляється у відповідній поведінці та вчинках; узагальнена характеристика місця людини чи групи у статусно-рольовій структурі. Власне поняття «позиція особистості» запропонував австрійський психолог А. Адлер, який пов'язував її з прагненням особистості до успіху, самоствердження, взаємодії. Поняття «позиція» характеризується з погляду двох загальних підходів: соціологічного, за яким позиція – це щось зовнішнє стосовно особистості, місце, яке вона займає у системі стосунків, умови, за яких людина діє як особистість; психологічного, що розглядає позицію як внутрішній компонент, котрий входить до структури особистості. Позиція розглядається у контексті статусно-рольової реалізації особистості. У

підручнику з основ соціальної психології за редакцією М.М. Слюсаревського підкреслюється, що у просторово-часовій системі невербальної комунікації сигналами слугують елементи організації простору і часу спілкування, а невербальною ознакою найвищого статусу є позиція спиною до стіни, обличчям до дверей (людина контролює поглядом увесь простір приміщення). Невербальна ознака найнижчого статусу – позиція спиною до дверей. Це пояснюється тим, що інстинктивною реакцією живої істоти є намагання захистити спину. Той, кому не дали змоги захистити її, першим зазнає нападу, а отже, є найменш вартісним для спільноти (і навпаки). «Вирівнюють» учасників у статусі круглі столи. Позиція є певним місцем людини в системі її соціальних ролей, що регламентує стиль поведінки. Позицією також називають погляди, переконання, диспозиції особистості, які вона реалізує і відстоює у референтних групах. Позиція – одна з важливих інтегральних характеристик особистості, це щось дуже усталене, вибіркоче й індивідуальне. У дорослої людини практично завжди є власна позиція, яку вона обов'язково проявляє, демонструє і захищає. Наявність позиції сприймається людиною та оточенням як цінність. Людина, що має позицію, є більш самостійною, впевненою у собі, незалежною. Їй можна довіряти, на неї можна покластися, оскільки її поведінка прогнозована. Вивчення позиції має важливе значення для розуміння соціальної поведінки та взаємодії між людьми в різних соціальних контекстах.

(1. Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 44; 2. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / М.М. Слюсаревський та ін. Київ : Талком, 2018. 580 с. С. 192).

Політична соціалізація – це процес включення індивіда до політичної системи суспільства, в результаті чого у нього формуються особистісні якості, завдяки яким він стає суб'єктом цієї системи. Х. Хайман писав, що «завдання соціалізації полягає в тому, щоб навчити людей стійкої політичної позиції, інакше не буде жодного порядку і, можливо, буде навіть хаос». Політична соціалізація досліджується у соціальній психології, починаючи з 50-х рр.

XX ст. Існують різні теорії політичної соціалізації. Сучасні дослідження цієї проблеми зазвичай здійснюються у руслі таких підходів: психоаналітичного, біхевіористського, гуманістичного і когнітивного. У вітчизняній науці у дослідженні політичної соціалізації найбільш поширеним є культурно-діяльнісний підхід. У ньому наголошується на значенні активно-діяльнісного фактора у процесі засвоєння індивідом політичної культури суспільства. Політична діяльність індивіда розглядається як найважливіший фактор його політичної соціалізації. Політична соціалізація відбувається у двох формах. Цілеспрямовані форми – це політичне виховання, що здійснюється як процес цілеспрямованого впливу суспільства на становлення особистості. Стихійні форми – це ті умови соціального оточення, які впливають на політичну позицію і політичну поведінку індивіда, так би мовити, не заплановано. У сучасному суспільстві, що передбачає масову участь громадян у політичному житті, цілеспрямоване політичне виховання набуває особливої актуальності. Структурними компонентами політичної соціалізації, в яких розкривається зміст цього процесу є: когнітивний (знання про політичну систему), афективний (емоційне ставлення до політичної системи, уряду, політичного лідера, «ми-почуття», переживання співпричетності) і конативний (політична поведінка індивідів: участь у політичних рухах, політичних акціях, членство у партіях, участь у виборах). Зазначені структурні компоненти політичної соціалізації характеризують основні сфери, в яких розгортається цей процес та його змістові змінні. Політична соціалізація відбувається як складний процес у єдності всіх його компонентів. Політичний профіль особистості, що формується у процесі політичної соціалізації як певний тип політичної поведінки, визначається особливостями конфігурації системи компонентів, котрі складають цей процес. Суб'єкт політичної діяльності характеризується домінуванням конативних компонентів політичної соціалізації.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 122).

Поляризація групова (від гр. polos – вісь, полюс) – соціально-психологічний феномен, що виникає як результат групової дискусії, у ході якої різномірні думки і позиції учасників не згладжуються, а оформлюються у дві полярно протилежні позиції, що виключають компроміси. Під груповою поляризацією розуміють також посилення у результаті дискусії екстремальності групових рішень або суджень у порівнянні з усередненими. Величина поляризації тим значніша, що більше зміщені первинні переваги членів групи від середніх значень. Групова поляризація може виникнути і поза відкритою дискусією як результат систематичного обміну думками між учасниками спільної діяльності, породжуючи угруповування з полярними позиціями. У крайній формі вона виражає стан внутрішньогрупового конфлікту. Термін «поляризація групова» уведений французьким психологом С. Московічі. В американській традиції застосовують термін «загальне зрушення у виборі». Протилежне поняття – нормалізація групова. Д.О. Яровий у дисертаційному дослідженні зазначає, що групова поляризація є важливим психологічним феноменом, що впливає на континуум конфліктних соціально-політичних процесів у суспільстві через відтворення ціннісних суперечностей у дискурсах і є базовим процесом громадянського протистояння у соціальних медіа. Групова поляризація як базовий процес громадянського протистояння у соціальних медіа відбувається швидше та більш радикально, ніж поза віртуальним простором внаслідок таких особливостей, як необхідність чіткого позиціонування особистості для існування у віртуальному просторі, відсутність рамок, що обмежують ідентичність людини, нижчий рівень цензури, самоцензури, відповідальності комунікаторів, оперативність реакції комунікаторів, розсіювання уваги, можливість долучення сторонніх учасників, відсутність реального контакту тощо. У силу цих особливостей комунікація в соціальних медіа є менш обмеженою для широкого кола учасників, менш продуктивною і конструктивною та часто відрізняється вищим рівнем агресії. Саме завдяки поляризації групи інтересів, які ініціюють та відтворюють дискурс, здійснюють вплив на суспільство задля реалізації власних

інтересів. Групова поляризація відбувається на публічних аренах в умовах жорсткої конкуренції дискурсів і виражається як оформлення різнорідних думок учасників дискусії у взаємовиключній позиції. Оскільки внаслідок групової поляризації посилюється екстремальність групового рішення, цей процес позначений віддаленням позицій учасників спілкування від середньої та мінімізацією можливостей компромісу між ними. Отже, групова поляризація веде до зменшення потенціалу співпраці груп одна з одною, зростання конкуренції між ними та протиставлення ідентичностей за критерієм «ми – вони».

(1. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с. С. 349; 2. Яровий Д.О. Психологічні практики громадянського протистояння в соціальних медіа : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.11 – політична психологія. Київ, 2019. 208 с. С. 43).

Потреба спілкування (потреба в спілкуванні; потреба в соціальних контактах) – є однією з основних соціогенних рис людини, яка виникає у процесі накопичення досвіду в міжособистій взаємодії, а її основою є потреба в емоційному контакті та соціалізований пошук контактів. У дитини потреба у спілкуванні проявляється дуже рано: так званий комплекс поживлення можна спостерігати у віці півтора-двох місяців. Ця потреба в людини залишається однією з провідних, але з плином життя її форма змінюється. У перші роки життя – це потреба в матері й близьких, які доглядають за дитиною. Пізніше вона спрямована на більш широке коло дорослих і перетворюється на прагнення завоювати повагу в колективі однолітків. З'являється потреба в друзях, у коханій людині, в духовному керівникові. Далі виникає прагнення знайти своє місце у житті, одержати суспільне визнання тощо. Цій потребі надається у психології все більше значення. За фундаментальністю вона прирівнюється до органічних потреб: вона настільки ж вітальна, тому що її незадоволення призводить до погіршення фізичного стану немовлят. Деякі автори вважають її уродженою; інші думають, що вона формується у дитини дуже рано, оскільки задоволення всіх її органічних потреб відбувається винятково за допомогою дорослого, і потреба в дорос-

лому стає настільки ж необхідною, як і потреба у їжі, безпеці та ін. Проте усі визнають, що ця потреба виявляється головною рушійною силою формування і розвитку особистості. Потреба у спілкуванні часто реалізовується за допомогою соціальних мереж, які надають можливість та засоби для приватного чи публічного спілкування зі знайомими людьми та знайомства з новими, встановлення та підтримання особистих та ділових контактів тощо. Рівень потреб у спілкуванні можна досліджувати за допомогою діагностичного інструментарію, наприклад, методика «Визначення потреби у спілкуванні» (за Орловим); Тест для визначення потреби у спілкуванні (Ю.М. Орлов, В.І. Шкуркін, Л.І Орлов).

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 354).

Престиж (фр. prestige – авторитет, вплив, повага) – міра визнання суспільством заслуг індивіда (соціальної спільноти), громадська оцінка його суспільної значущості; результат співвідношення соціально значущих характеристик особистості з тією шкалою цінностей, що склалася у певній групі. Показники престижу залежать від суспільних умов життєдіяльності індивіда чи групи та соціально визнаних норм поведінки, характеристик особистості. Отже, престиж в одному випадку може визначатися маркою автомобіля, рахунком у банку тощо, а в іншому – високими моральними якостями, активністю у діяльності тощо. Престижними можуть бути професія, посада, спосіб життя, манери, зовнішні поведінкові прояви (стиль поведінки). Поняття «престижність професії» (англ. – occupational prestige) стосується передусім диференційованої соціальної оцінки, що приписується певним видам робіт або професіям. Однією з причин, яка зумовлює престижність професії, є кількість часу, яку потрібно витратити, щоб дістатися того місця в соціумі, в якому людина завдяки професії урешті-решт опиняється. Цим можна пояснити значні інвестиції часу в освіту студентами, які опановують професії програміста, лікаря, юриста, економіста тощо. Психологія престижності професій М.І. Найдьонова є підґрунтям для спеціальних освітніх технологій, здатних підвищувати готовність молодого

людини до опанування ситуації ринку праці, спроможних зменшувати його дисбаланси, а відтак запобігати персональним трагедіям втрати роботи, безробіттю, убезпечувати від заняття нелюбимою, психологічно виснажливою професійною діяльністю унаслідок помилки професійного вибору. Цей вплив на ринок відбувається не за принципом прямого регулювання, нівелювання престижності або штучного підсилення престижності окремих професій шляхом пропаганди. Освітні впливи спрямовуються передусім на психологічне збагачення престижності професій як суб'єктивно-об'єктивного чинника саморегуляції ринку праці. Психологічне збагачення поняття «престижність професії» – неодмінна складова цивілізованого ринку праці, яка є важливою частиною його саморегуляції. Через довготривале штучне нівелювання і пригнічення механізму престижності професій у радянські часи нині гостро постала потреба збагачення цього механізму, додаткового насичення його рефлексією. Профорієнтаційна робота, спрямована на допомогу кожній конкретній людині у виборі професії, має забезпечувати і загальну мету психологічного насичення механізму престижності.

(1. Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 43; 2. Найдьонов М.І. Психологія престижності професій : монографія. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 160 с. С. 150).*

Прикладна соціальна психологія – реалізується через основні сфери застосування: економіки і виробництва, політики; управління; освіти і науки; і охорона здоров'я; сім'я; правова. *Прикладна соціальна психологія і сім'я*. Прикладна соціальна психологія розглядає сім'ю як малу соціальну групу і соціальний інститут із конкретною системою відносин між батьками, дітьми та батьками, між дітьми. У своїй просвітницькій діяльності соціальна психологія зорієнтована на надання допомоги молодим людям у створенні сім'ї. Конкретно ця допомога полягає у розкритті специфіки, психологічного змісту сімейних взаємин (сімейні ролі, особливості адаптації до сімейного життя тощо). Особлива увага приділяється молодим людям, котрим доводиться долати психологічні бар'єри у встановле-

нні взаємин, а також психологічної готовності молоді до батьківства. З огляду на ускладнення сімейних відносин, актуалізацію проблеми розлучень одним із важливих завдань є соціально-психологічне регулювання сімейних взаємин засобами навчання ідеться про розкриття соціально-психологічних особливостей сімейного життя, пов'язаних із народженням і вихованням дітей, взаємин між членами сім'ї. Сьогодні особливо гостро відчувається потреба у соціально-психологічному забезпеченні сімейних консультацій, організації психологічної допомоги і самотнім, і одруженим людям. Важливість соціально-психологічних досліджень у сфері сім'ї зумовлена зниженням кількості шлюбів, народжуваності, зростанням дитячої смертності, розлученнями батьків. *Прикладна соціальна психологія у сфері освіти й науки*. Робота психолога-практика у галузі освіти має відповідати таким засадам і принципам: гуманізму, ставлення до навчання й виховання підростаючої особистості як до найважливішої сфери діяльності суспільства, визнання навчальної діяльності як суспільно значущої, будь-який вплив на дитину має бути адекватним природному поступові її розвитку, створення умов для різнобічного розвитку дитини, для оптимальної системи взаємин на рівні «вчитель – дитина», «діти – діти», «батьки – діти», «батьки – педагог», пробудження інтересу у школяра до глибин власного «Я». Психологічна консультативно-просвітницька діяльність шкільного психолога має за мету соціально-психологічне консультування й освіти дітей і дорослих (учителів, батьків), добір змісту навчання, форм та методів, що актуалізують саморозвиток школяра. Зміст консультативно-просвітницької діяльності шкільного психолога з педагогами охоплює: консультування вчителів на предмет навчання й виховання конкретних учнів чи груп; інформування педагогів з питань створення та реалізації психологічних програм навчання; соціально-психологічна освіта вчителів.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 133).

Принцип (від лат. *principium* – основа, початок) – першооснова, те, що лежить в основі певної теорії, вчення, науки, світогляду тощо; внутрішні переконання людини, практичні, моральні й теоретичні засади, якими вона керується в житті і діяльності. Соціально-психологічне дослідження має базуватися на певних принципах, тобто на загальних вихідних положеннях, котрі зумовлюють взаємодію дослідника із соціально-психологічними реаліями світу. Діалектичною засадою пізнання є *принцип історизму*, який забезпечує вивчення соціально-психологічної реальності з погляду її виникнення, етапів і механізмів розвитку, становлення й формування, сучасного та майбутнього стану. Соціальна психологія особистості і спілкування, відповідно до принципу історизму послуговується набутим теоретичним і практичним досвідом; враховуючи сучасні тенденції міжособистісної взаємодії. *Принцип об'єктивності* означає вивчення об'єктивних закономірностей розвитку соціально-психологічних явищ, кожне з яких розглядається у сукупності фактів і подій – суперечливих і багатогранних, позитивних та негативних, типових і нетипових; у взаємозв'язку об'єктивного й суб'єктивного впливу компонентів. Об'єктивність наукових висновків та інформації характеризується такими показниками, як точність, обґрунтованість, надійність, достовірність, наукова аргументація. Завдяки *принципові системності* соціальна психологія особистості й спілкування може успішно розвиватися і розв'язувати комплекс проблем, що постають перед нею. Ця засада передбачає виокремлення певної системної властивості, яка об'єднує елементи системи в єдине ціле, у систему зв'язків, у структуру, враховуючи зв'язки і стосунки із середовищем. Застосування цього принципу уможливорює такий підхід до соціально-психологічних проявів особистості і сфери спілкування, за якого окремі елементи предмета пізнання й дослідження розглядаються як такі, що взаємодіють, є взаємозумовленими, взаємопов'язаними елементами єдиного цілого. Дослідження соціально-психологічних явищ у їхньому становленні та формуванні передбачає *принцип розвитку*, застосування якого має особливе значення у прогнозуванні механізмів, моделюванні структури соціаль-

но-психологічної реальності, шляхів оптимізації міжособистісних стосунків, у вивченні соціокультурної, етнопсихологічної програми поведінки членів групи, складових комунікативного потенціалу особистості. Важливим у соціальній психології є *принцип гуманізму*, який є етичним чинником соціально-психологічного відображення, визнає й характеризує людину чи групового суб'єкта діяльності у сфері спілкування та групових процесів як найвищу цінність. *Принцип активності* і творчої діяльності вказує на активний взаємозв'язок людей у процесі їхньої спільної діяльності, зумовлений актом виявлення творчої самодіяльності кожного. *Принцип зворотного зв'язку* у сфері взаємодії та групових процесів вказує на те, що соціально-нормативна регуляція може діяти лише тоді, коли партнери отримуватимуть інформацію про ефект міжособистісних стосунків, тобто коли відбувається оцінка дій і вчинків співрозмовників. Проблема якості дослідження забезпечується за допомогою *принципу репрезентативності*, тобто вибору такої популяції, яка дає змогу знайти кількісні і якісні висновки. Що ближче обсяг вибірки наближається до обсягу генеральної сукупності, то більше ця вибірка репрезентативна. Існують малі ($N < 30$) та великі вибірки ($N > 300$). Якщо вибірка розміщується у межах 25 (30), то висновки, отримані у дослідженні, є справедливими лише для неї. Якщо вибірка є більшою за 25 (30), то висновки, отримані в результаті роботи з нею, поширюються на інші. Наприклад, певні тенденції в учнівському класі, який нараховує понад 25 (30) осіб, можуть бути типовим для інших учнівських класів, діти у яких є ровесниками. Під час збирання первинної інформації важливо дотримуватися наукової етики – *принципу добровільності* участі досліджуваних в експерименті, використання одержаних даних лише з науковою метою тощо.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 24).*

Пропаганда (від лат. *propaganda* – те, що підлягає розповсюдженню), котру у широкому значенні розуміють як діяльність,

спрямовану на поширення й тлумачення політичних, філософських, наукових, етичних, художніх ідей, учень, поглядів, знань, цінностей тощо з метою їх упровадження у свідомість людей. Пропаганда у вузькому розумінні – це формування певного світогляду, уявлень та емоційного настрою у широкого загалу, вплив на поведінку людей. Пропаганду можна розглядати як інформаційно-комунікативну діяльність одних суб'єктів соціальних відносин (пропагандиста, комунікатора), спрямовану на впровадження й закріплення певних соціальних цінностей, ідеалів, установок, стереотипів в інших суб'єктів соціальних відносин (великих груп людей). Серед основних напрямів і проблем у теорії та практиці психології пропаганди дослідники вирізняють: психологічний аналіз прийомів масового впливу за допомогою пропаганди, сприймання змісту пропаганди та особистості пропагандиста, психологічний аналіз особистості пропагандиста (розроблення моделі особистості, в якій треба враховувати характеристики, що суттєво впливають на контакт із реципієнтом), психологічний аналіз змісту пропагандистських повідомлень, психологічна характеристика реципієнтів (аудиторії), їхні установки, ціннісні орієнтації, психологічний аналіз прийомів та способів пропагандистського впливу, аналіз психологічних проблем пропаганди за допомогою засобів масової інформації, діяльність комунікатора у процесах складання й передавання пропагандистського повідомлення, загальний психологічний аналіз взаємодії усіх елементів комунікативної системи із пропагандистськими повідомленнями, проблеми ефективності пропагандистської діяльності тощо. У дисертаційному дослідженні Н.Ф. Семен, підкреслюється, що російські ЗМІ як чинники інформаційної війни застосовують такі маніпулятивні прийоми подачі інформації про Україну: 1) дезінформація – свідомо та спланована омана з метою світоглядної дезорієнтації аудиторії для маніпулювання свідомістю на користь проросійської влади; 2) пропаганда – вплив на свідомість аудиторії з метою створення громадської думки, вигідної для проросійської влади; 3) диверсифікація громадської думки – навмисне акцентування уваги аудиторії на другорядних проблемах з метою відволікання

уваги від головних, кардинальних проблем суспільно політичного й економічного життя, розв'язання яких сприяло б реальному поліпшенню суспільного розвитку; 4) психологічний тиск – спонукання до дій, вигідних проросійської влади, шляхом шантажу та залякування; 5) поширення чуток – розповсюдження повідомлень, правдивість яких неможливо підтвердити. Відтак, на російську пропаганду в Україні треба відповідати акуратною, продуманою, виваженою інформаційною політикою.

(1. Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 83; 2. Семен Н.Ф. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України : дис. ... канд. наук з соціальних комунікацій : 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Рівне, 2018. 260 с. С. 205).*

Просоціальна спрямованість (від лат. pro – діє в інтересах когось і socialis – суспільний) – має зовнішній прояв у унікальній формі соціальної поведінки – дій людини на благо інших, такий феномен отримав назву просоціальної поведінки, а саме всі форми сприяючої поведінки особистості: альтруїстичні дії, прояв емпатії, надання допомоги. Просоціальність більш проявляється у ситуаціях надання допомоги іншій людині (особистісний контекст), а не в ситуаціях загальносоціального характеру (суспільний контекст). Просоціальна спрямованість особистості – це інтегральна властивість, що містить у собі всі прояви соціальної людської природи: потреби, бажання, потяги, установки, інтереси, схильності, ідеали, переконання, цінності, світогляд, життєві цілі. О.І. Гірченко та О.О. Буковська у своїй статті підкреслюють, що структурна модель просоціальної спрямованості включає у себе такі компоненти: емоційний, когнітивний, мотиваційний, ціннісносмісловий. *Емоційний компонент* (емоційно-оцінна функція) просоціальної спрямованості особистості – це емоційне сприйняття і відображення свого ставлення до себе, людей, подій крізь призму духовно-моральних цінностей. Одним із елементів емоційного компонента є емпатійне розуміння і прийняття іншої людини, емоційний відгук на переживання інших людей, що проявляється у співпереживанні, співчутті.

Просоціальний розвиток особистості відбувається через емоційне ставлення до іншого. *Когнітивний компонент* (когнітивна функція) включає знання, способи пізнавальної діяльності, вміння сприймати ситуацію крізь призму духовних цінностей, а також здатність доходити до сутності явищ, бачити їх причини і наслідки, виділяти головне. Провідний елемент когнітивного компонента – знання. Однією з умов появи нового рівня мислення, необхідного для розвитку просоціальної спрямованості, є наявність певного рівня інтелектуального розвитку, заснованого на виникненні та розвитку теоретичного мислення. *Мотиваційний компонент* (регулятивна функція) просоціальної спрямованості – це сукупність стійких домінуючих мотивів, що лежить в основі поведінки людини стосовно навколишнього середовища. *Ціннісно-смисловий компонент* (сенсоутворювальна функція) є ієрархічно найвищим утворенням у структурі просоціальної спрямованості особистості. Так, ціннісний компонент просоціальної спрямованості особистості містить інтеріоризовані особистісні цінності щодо взаємодії у соціумі. Смисловий компонент просоціальної спрямованості особистості становить систему смислових значень образів, самостійно вироблених і прийнятих людиною як ключових детермінант своєї поведінки і діяльності в навколишньому світі. Сукупність же основних ставлень до світу, до людей і себе, що задаються динамічними смисловими системами, і утворюють «в своїй єдності і головній своїй сутності» властиву людині моральну спрямованість особистості.

(Гірченко О.Л., Буковська О.О. Просоціальна спрямованість та поведінка особистості. Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України. Київ : Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2019. Том VII. Екологічна психологія. Вип. 47. С. 120–129. С. 123).

Публічний виступ – це промова перед масовою аудиторією, яку характеризують такі ознаки: ситуативність, безпосередній зв'язок зі слухачами, орієнтація на усне мовлення, використання разом вербальних і невербальних способів впливу на слухачів, попередня продуманість і підготовленість, монологічна форма й діалогічний

характер, наявність колективного співбесідника – аудиторії, невимушеність. У діловій сфері промова спрямована на досягнення прагматичної мети. Наприклад, адвокат готує публічний виступ для того, щоб ефективно захистити клієнта, керівник – аби стимулювати активність працівників і продуктивність їхньої роботи, учасник мітингу – щоб переконати людей, «схилити» на свою позицію. Є різні *види публічних* виступів: інформаційна промова, мета якої – збагатити аудиторію слухачів новими знаннями, дати нове уявлення про процес, явище, зацікавити; переконувальна промова, що розглядається як агітаційна, тобто промовець переконує погодитися з ним у складному питанні; та, яка кличе до дії (заклики надати підтримку комусь або чомусь, брати участь тощо); протокольна промова (з приводу презентації, відкриття, привітання, вдячності); траурна промова; урочиста промова (емоційне висловлювання з приводу урочистої події); промова у дружньому колі. Як *причину виникнення скутості та страху* перед публічним виступом фахівці найчастіше називають: надмірне занурення у власні переживання; недооцінку власних можливостей; брак практичного досвіду або спогад про невдалий виступ (провал); недостатню підготовленість оратора до виступу. *Підготовка до виступу* – дуже важлива і відповідальна справа. Вона включає у себе: вибір і обґрунтування теми; визначення мети; збір, аналіз й узагальнення матеріалу; складання плану і коротких тез; збір інформації про слухачів. Для *привернення уваги* слухачів рекомендується використовувати такі форми перших фраз перед вступом: комплімент на адресу слухачів; питання до аудиторії; цікавий приклад з життя, історії; яскраві статистичні дані, факти; парадоксальні твердження; крилаті висловлювання політиків, громадських діячів, письменників, науковців тощо. Умовами *підтримки уваги* до виступу традиційно виділяють такі. 1. Змістовність виступу – нова, невідома слухачам інформація або оригінальна інтерпретація відомих фактів, цікаві ідеї, аналіз проблеми. 2. Доступність інформації – виклад матеріалу з урахуванням культурно-освітнього рівня слухачів, їх життєвого досвіду. Пам'ятайте: багато людей чують тільки те, що хочуть почути. 3. Співпереживання і

довірливість – вони виникають тоді, коли оратор захоплено описує події, що зачіпають почуття і інтереси аудиторії, пов'язуючи предмет мовлення з власним досвідом, власними міркуваннями. 4. Невимушена манера викладу виявляється у позі, жестикуляції, виразі обличчя, звучанні голосу оратора. Одним із головних елементів публічного виступу є переконання аудиторії у правильності думок та ідей промовця. Для досягнення цієї мети він повинен використовувати різні стратегії, такі як логічний аргумент, емоційний вплив і авторитетність. У висновках рекомендується повторити основну думку промови, підбити підсумки сказаному. Доведено, що майстерність публічної промови (виступу) вимагає від оратора довершеної композиції промови, володіння ним засобами логічного впливу, риторичними засобами виразності, які впливають на емоційно-експресивний стан слухачів, знання формул мовного етикету.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 58).

Р

Ранг (нім. rang – чин, фр. rang – ряд) є важливою соціально-психологічною характеристикою особистості в її статусно-рольовій реалізації. Ранг – це, з одного боку, чин, спеціальне звання, категорія людей чи явищ дійсності, з іншого – ступінь соціального визнання людини у групі. У спільноті діє відповідна ієрархія, що дає змогу кожному її членові знайти свій соціальний ранг, який визначається багатьма чинниками: продуктивністю праці, творчим ставленням до діяльності, комунікабельністю, вмінням відстоювати свої погляди, професійними здібностями тощо. Усе це забезпечує авторитет особистості, визначає її внесок у створення репутації – як власної, так і групи. Ранг може бути визначений за різними критеріями, такими як влада, багатство, престиж, професійний статус, освіта, національність тощо. У соціальній психології ранг визначається на основі таких основних факторів: статусу і впливу. Статус описується як позиція людини в соціальній структурі, яка зазвичай визначається зовнішніми ознаками, такими як одяг, поведінка, мова,

професія тощо. Вплив визначається як здатність людини впливати на інших людей у своїй соціальній групі. Ранг може бути важливим для психологічного благополуччя людини, оскільки він впливає на її самоповагу та соціальну ідентичність. Людина з високим рангом може відчувати більшу самовпевненість та впевненість у своїх діях, але також – відповідальність за стан своєї соціальної групи. З іншого боку, людина з низьким рангом може відчувати низьку самооцінку та непевність у своїх діях. Оскільки ранг може впливати на психологічне благополуччя людини, деякі дослідження в соціальній психології вивчають те, які фактори визначають ранг у різних соціальних групах, як змінюється ранг з часом, а також як люди реагують на зміну свого рангу в соціальній структурі. Рангу особистості відповідають її престиж, репутація, авторитет, популярність у групі, колективі, суспільстві. Важливо зазначити, що статусно-рольова реалізація особистості передбачає рівень її введення у соціальне середовище та у структуру соціальних зв'язків. Статусно-рольові особливості індивіда визначають міру входження людини у систему соціальних норм, правил, очікувань та обов'язків, наявних у структурі групових стосунків.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 44).

Реклама (фр. *reclame*, від лат. *reclamare* – голосно кричати) – форма комунікації, призначена для інформування потенційних споживачів про якість товарів та послуг з метою спонукання до їх придбання. Реклама здійснюється через засоби масової інформації та інші види зв'язку. Ефективність реклами багато в чому залежить від урахування психологічних особливостей потенційних споживачів. Уперше комерційне використання психології в реклами було здійснено американським психологом У.Д. Скоттом (1869–1955), що на початку ХХ ст. опублікував серію статей «Психологія у рекламі». Сучасна реклама – це поєднання традиційних рекламних стратегій із рекламою, що активно використовує нові технічні розробки, «креативну» і «партизанську» реклами. Термін «партизан-

ський маркетинг» (ПМ) належить американському маркетологу Джею Конраду Левінсону, який у 1983 р. видав книгу з однойменною назвою. Головна кінцева мета рекламного впливу всім відома – змусити масового покупця зробити покупку. Аналіз доводить, що для цього треба заразити його бажанням зробити такий вчинок, тобто або сформуванню нову потребу, або актуалізувати стару, що перебувала з якихось причин у «дрімаючому» (пригніченому) стані. Потреба – це дискомфорт, дисбаланс чогось в організмі. Це стан, коли чогось хочеться, але незрозуміло чого. Механізми реклами: збудження бажань, навіювання, зараження, наслідування. Реклама допомагає втілити потребу у речовий еквівалент, підсовуючи якийсь мотив, – потенційний предмет її задоволення. Завдання реклами і полягає в тому, щоб людина захотіла саме те, що пропонує реклама. Мотив як предмет потреби виконує в людській психіці дві основні функції. По-перше, спонукальну – реальне спонукання до дії, спрямоване на оволодіння предметом, що задовольняє потребу, яка виникла. По-друге, змістотворчу. Саме наявність мотиву під час придбання і викликає реклама.

(Психологія мас : конспект лекцій / укладачі: П.І. Сахно, К.С. Сахно. Суми : Сумський державний університет, 2022. 116 с. С. 106).

Ресоціалізація – процес відновлення соціального статусу людини, засвоєння нею нових цінностей, ролей, навичок замість втрачених або застарілих, шляхом включення її у нові, позитивно орієнтовані стосунки та види діяльності. Термін «ресціалізація» активно використовується у соціальній психології останні два десятиліття. Уперше цей термін застосували американські соціальні психологи А. Кеннеді і Д. Кербер для означення процесу «вторинного» входження індивіда в соціальне середовище у результаті певних «дефектів» соціалізації (ресціалізація звільнених з місць позбавлення волі) або в результаті зміни соціокультурного оточення (ресціалізація мігрантів). У своїх наукових доробках Я. Гошовський розглядає ресціалізацію як своєрідну розгалужену соціальну психореабілітацію значної кількості людей, онто- і соціогенез яких травмований досвідом ув'язнення, перебуванням у деприваційному

режимі пенітенціарного закладу. Процес ресоціалізації може бути ускладнений поєднанням різних форм соціальної, психічної та патогенної дезадаптації окремих депривованих осіб, що потребує задіяння засобів медико-психологічного реабілітування з метою подолання проблем психосоматичного чи нервово-психічного походження. Для успішної ресоціалізаційної (ревіталізаційної) допомоги, крім традиційних підходів, суть яких полягає в активізації позитивних якостей у процесі психологічної підготовки до життя в нових умовах, шляхом звернення до кращих особистісних якостей, нагадування минулих заслуг, активізації позитивних настановлень, морально-етичних і правових почуттів, потрібно задіювати науково виважені інтегративні психолого-педагогічні технології, зокрема медіально-рефлексійний тренінг. Ресоціалізація як посилення адаптивності / реадативності особистості передбачає позитивні зрушення у соціальному і власне психологічному розвитку через культивування самообілізації та самоактивності, що повинні відбуватися завдяки виваженим і науково доречним впливам кваліфікованих психологів – фахівців, які базуються на сучасних, зокрема генетично-психологічних, психотехнологіях.

(1. Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с. С. 255; 2. Гошовський Я.О. «Парадигма колонії» та специфіка поступенітенціарної ресоціалізації людини. Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія». 2015. Вип. 1 (1). С. 108–112. С. 111).

Референтна група (від лат. *referens* – повідомляти, доповідати) – це об'єднання, що є для індивіда еталоном в оцінці ним власних соціального становища, дій, поглядів тощо. Поняття вперше було запропоновано американським психологом Г. Хайменом у 1942 р. для позначення будь-якої групи, з якою індивід співвідносить свої установки, поведінку, думки. З часом коло проблем, які пояснювалися за допомогою концепції референтних груп, значно розширилося, набули нового пояснення проблеми соціалізації, дитячої злочинності, психічних хворіб, поведінки політичних лідерів, особливостей виборчих кампаній, громадської думки, засобів масової

комунікації тощо. Її універсалізація, використання для пояснення різноманітних соціально-психологічних явищ привели до появи низки похідних понять: «референтний індивід», «референтна влада», «референтний контроль» тощо. Теорія референтних груп Т. Хаймена ґрунтувалася на ідеях Ч. Кулі та В. Джемса. На становлення концепції референтних груп вплинули ідеї американських дослідників – У. Самнера, котрий у 1906 р. висунув ідею про *два різновиди груп* – внутрішні (групи членства) та зовнішні (групи нечленства) та Дж. Міда, на думку якого «я» людини формується у процесі «прийняття ролі іншого» чи «узагальненого іншого». У соціальній психології референтна (уявна) група довго протиставлялася групам членства (реальним групам). Референтну групу можна визначити як реальну чи уявну групу або соціальну спільноту, з якою індивід співвідносить себе як з еталоном і на норми, оцінки, цінності якої орієнтується у своїх поведінці, самооцінці, стосунках з іншими. Регуляція поведінки індивіда здійснюється через дві головні *функції* референтних груп – нормативну і порівняльну. Нормативна функція референтної групи пов'язана з мотиваційним аспектом поведінки особистості. Уважається, що група стає для індивіда референтною, якщо на його поведінку впливають ті норми і цінності, які вона має. Вона для індивіда може бути позитивною і негативною. Позитивна референтна група розуміється як така, що спонукає індивіда прагнути бути прийнятим до неї, стати її членом або хоча б досягнути ставлення до себе як до її члена. Негативна референтна група – це та, що мотивує індивіда виступати проти неї, або та, з якою він не хоче мати відносин як член групи. Порівняльна функція референтної групи пов'язана з тим, що індивід використовує групу як підставу співвідношення (еталон) під час оцінки себе та інших. У кожної людини, як правило, існує кілька референтних груп. Необхідність дослідження референтних груп особистості визначається такими чинниками: референтні групи (реальні чи уявні) – це завжди система еталонів (норм та цінностей) для вибору й оцінки індивідом своїх вчинків і поведінки інших людей чи подій; група стає референтною, якщо індивід визнає її цілі, цінності, норми, добровільно

прагне дотримуватися її вимог; за допомогою референтних груп особистість інтерпретує соціальні норми, встановлюючи для себе межі припустимого, бажаного чи неприпустимого; очікування членів референтної групи (реальної чи уявної) є для людини критерієм оцінки своїх вчинків, які спонукають її до самоствердження, самовиховання; референтні групи впливають на характер взаємин індивіда із соціальним середовищем, зумовлюють вибір бажаного кола спілкування; за допомогою референтних груп формується певний тип поведінки особистості, здійснюється соціальний контроль за цією поведінкою. Референтні групи – необхідний чинник соціалізації особистості.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 35).

Референтометрія – метод соціальної психології, який виявляє значущих для особистості осіб (груп), на яких вона орієнтується у розв’язанні проблеми; один із соціометричних методів, спрямований на виявлення референтності членів групи для кожного індивіда, який входить до неї.. Дає уявлення про статусну структуру членів групи. Структура методу: підготовчий етап; робота з окремими членами групи; інтерпретація результатів. Процедура методу передбачає системне порівняння різнопланових суджень одного члена групи про інших. Референтометричне тестування складається з двох процедур. Під час попередньої (допоміжної) з’ясовують позицію кожного члена групи щодо особистісно значущого об’єкта, події чи людини. Друга (основна) процедура виявляє осіб, позиція котрих найбільше цікавить інших членів групи. У такий спосіб дізнаються про мотиви міжособових виборів. Референтометрія – це соціально-психологічний методичний прийом виявлення факту референтної (особистісної) переваги (значущості). Референтність – характеристика члена референтної групи, якому притаманні особливі суб’єктивно важливі якості, що є постійно діючим орієнтиром для зіставлення своєї поведінки з діяльністю інших членів групи. Референтність проявляється у ситуації, коли визначається ставлення члена групи

до значущих для нього об'єктів, мети й завдань діяльності, а також об'єктивних труднощів їх здійснення, конфліктних ситуацій, особистісних якостей, у тому числі і його самого тощо. Індивід отримує можливість не тільки сприймати довкілля через призму ціннісних орієнтацій переконання, погляди, думки його товаришів, але й відкоригувати завдяки цьому, своє ставлення до навколишнього, краще оцінити й зрозуміти себе. Референтометрія, що проводиться у формі індивідуального опитування, дає змогу отримати великий масив додаткових даних, які можуть бути цінним матеріалом щодо самих референтометричних виборів. Крім матричної форми компонування матеріалу, при аналізі даних референтометрії може бути використана і референтограма (за аналогією із соціограмою, яка наочно демонструє ступінь взаємності референтометричних переваг.

(Грубі Т.В. Практикум з соціальної психології : навчальний посібник. Кам'янець-Подільський, 2011. 170 с. С. 13).

Рефлексія (від лат. reflexio – відображення) – усвідомлення індивідом того, як він сприймається партнером зі спілкування. Структура рефлексії: як особистість сприймається оточенням; як особистість оцінює себе; якою особистість є насправді (цей компонент найпроблематичніший для пізнання). За поглядами низки вчених, рефлексія є головною рушійною силою саморозвитку особистості, вона стимулює змінювання власної моделі поведінки та діяльності відповідно до ситуації, є шляхом до переосмислення власного досвіду, в результаті чого перетворюється на основний механізм саморозвитку. На думку І. Беха, рефлексія є засобом усвідомлення суб'єктом підґрунтя власних дій, це спрямованість мислення на себе, на власні процеси і продукти діяльності. Вченим описані й досліджені такі види рефлексії, як регулятивна (внутрішнім об'єктом якої є увага, що визначає зосередженість і спрямованість виховного процесу); визначальна (осмислення суб'єктом свого Я та усвідомлення того, що віддаляє його від досконалості); синтезна (узгодження гуманістичних цінностей з Я-духовним); створювальна (розвиток і саморозвиток особистості). М. Савчин вважає, що рефлексія передбачає самоаналіз, дослідження людиною свого внутрішнього

світу і поведінки. Її розвиток впливає на становлення людини як учасника соціальної взаємодії. У результаті такого дослідницького процесу людина усвідомлює себе по-іншому, оскільки співвідношення власних почуттів і переживань з почуттями і переживаннями іншої людини, аналіз і розуміння своєї поведінки дозволяє їй побачити ситуацію і себе в ній з іншого боку, що сприяє більш адекватній оцінці власної поведінки. У дисертаційному дослідженні М.І. Іващенко стверджує, що *професійна рефлексія* майбутніх психологів – це психологічний механізм професійного самовдосконалення через осмислення людиною можливостей власного «Я» з позиції фахівця, та співвіднесення їх із вимогами обраної професії, завдяки чому стає можливим саморозвиток особистості як професіонала. Критеріями розвитку професійної рефлексії виступає досконале володіння теоретичними знаннями, сформовані професійні якості та вміння, вмотивованість і ціннісне ставлення до майбутньої професії, готовність до реалізації власних професійних планів. Розвиток професійної рефлексії майбутніх психологів характеризується такими *рівнями* та показниками: високий – постійно збагачують свої професійні знання, емпатійні та толерантні стосовно інших, з легкістю вибудовують ефективну комунікацію з людьми, вмотивовані стосовно обраної професії, яка цілком їх задовольняє, мають активну особистісну позицію, готові до самореалізації в майбутній професії; середній – володіють професійними знаннями, проте інколи неправильно співвідносять основні поняття, емпатійні й здатні приймати індивідуальність інших людей, однак у конфліктній ситуації, не завжди можуть знайти альтернативне рішення, знають стратегії і тактики конструктивного спілкування, проте сумніваються чи зможуть їх ефективно застосувати на практиці, переважальними професійними мотивами є бажання отримати похвалу і матеріальні винагороди, мають нейтральні емоції та особистісну позицію стосовно професії, прагнуть реалізуватись у психології, але їм складно спрогнозувати стратегії досягнення цієї мети; низький – властива недостатня теоретична обізнаність, їм складно приймати думки і погляди інших, якщо вони не збігаються з їхніми, є трудно-

щі у встановленні контакту з людьми, простежуються емоції неприйняття професії та пасивна позиція щодо неї, мають недостатню мотивацію, не впевнені, що психологія є їхнім покликанням. Учена розробила психологічний соціально-психологічний тренінг підвищення потенціалу професійної рефлексії як механізму саморозвитку майбутніх психологів на засадах вихідних положень особистісно-орієнтованого виховання.

(Іващенко А.І. Професійна рефлексія як механізм саморозвитку майбутніх психологів : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2020. 248 с. С. 45).

Роль (від фр. *role*) – у соціальній психології – соціальна функція особистості; відповідний прийнятим нормам спосіб поведінки людей залежно від їхнього статусу або позиції у суспільстві, системі міжособистісних відносин. Сучасні рольові теорії опираються на соціально-психологічні концепції Дж. Міда, пов'язані з поняттям «роль», яке він увів в обіг соціальної психології, але не дав його визначення. Р. Лінтон вважає, що «роль – це динамічний аспект статусу. Індивід у суспільстві займає певний статус, що пов'язаний з іншими статусами. Коли індивід здійснює свої права й обов'язки, що випливають із його статусу, він виконує відповідну роль». Індивідуальне виконання ролі людиною має певне «особистісне забарвлення», що залежить насамперед від її знань і уміння перебувати у такій ролі, від її значимості для людини, від прагнення більш-менш відповідати очікуванням навколишніх. Діапазон і кількість ролей визначаються різноманіттям соціальних груп, видів діяльності та відносин, у які включена особистість, а також її потребами й інтересами. Розрізняють: *ролі соціальні*, зумовлені місцем індивіда у системі соціальних відносин; *ролі професійні*, соціально-демографічні та ін.; *ролі міжособистісні*, зумовлені місцем індивіда у системі міжособистісних відносин – лідер, знехтуваний та ін. Виділяють також *ролі активні*, що виконуються у певний момент, і *латентні*, що не виявляються у такій ситуації. Крім того, розрізняють: *ролі інституціоналізовані* – офіційні, конвенціональні (тобто закріплені правовими актами з чітко сформованими правилами поведінки

(президент держави, директор школи)), вони пов'язані з офіційними вимогами організації, до якої входить суб'єкт; *ролі стихійні* – пов'язані з відносинами і видами діяльності, що виникають стихійно. У західній соціології і психології поширені різні рольові концепції особистості, методологічно схильні ігнорувати соціально-історичні умови, що визначають очікування і вимоги до рольової поведінки людини. Часом особистість постає як сукупність слабо взаємозалежних рольових масок, що визначають її зовнішню поведінку безвідносно до її внутрішнього світу, при цьому ігноруються своєрідність особистості, її активне начало і цілісність. Рольовий конфлікт – наявність будь-якої однієї з наступних трьох типів ситуацій: 1) ситуація, у якій особистість має виконувати соціальну роль, яка потребує дій, які несумісні з її «Я»-концепцією. Наприклад, сором'язлива людина у ролі рекламного агента, що працює на вулиці (конфлікт «Я» та соціальної ролі); 2) ситуація, в якій особистість, яка виконує ту чи ту соціальну роль, зустрічається з несумісними очікуваннями, які висувають до її дій інші люди. Наприклад, нерідко робітники та керівники цеху демонструють несумісні очікування щодо соціальної ролі майстра (внутрішньорольовий конфлікт); 3) ситуація, в якій особистість, що виконує дві різні соціальні ролі, виявляє, що успішне виконання однієї з них перешкоджає успішному виконанню іншої. Наприклад, жінці, яка працює, неможливо одночасно орієнтуватися і на кар'єру, і на сім'ю (міжрольовий конфлікт).

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 437).

С

Соціалізація – це процес входження індивіда до різних спільнот, колективів і груп людей на підставі засвоєння і відтворення норм, ідеалів, цінностей шляхом виховання, навчання, соціального досвіду та системи соціальних зв'язків. Термін «соціалізація» запропонований Ф. Гіддінгсом (1887) і означає (В.С. Мерлін): діяльність; спілкування; розвиток самосвідомості; самоусвідомлення тотожності; усвідомлення себе як суб'єкта діяльності, своїх пси-

хічних властивостей; формування самооцінки на основі накопиченого досвіду діяльності і спілкування. Виокремлюють такі групи *способів соціалізації*: традиційний, інституційний, міжособистісний, рефлексивний та стилізований. *Традиційний* – реалізується через сім'ю, найближче оточення. Цей спосіб характерний для ранніх етапів соціалізації (від народження до 5–6 років) і названий Т. Парсонсом «просоціалізацією», або «усною ідентифікацією». Саме у сім'ї діти набувають перших навичок взаємодії, осягають перші соціальні ролі (у тому числі – статеві); формування рис маскулітності й фемінності), осмислюють перші норми й цінності. Тип поведінки батьків (авторитарний або ліберальний) має вплив на формування у дитини «образу Я» (Р. Берне). *Інституційний* – реалізується через певні інститути: дитячий садок, школу, засоби масової інформації – пресу, радіо, телебачення, Інтернет тощо. У процесі взаємодії людини з різними інститутами соціалізації на базі наростаючого накопичення нею відповідних знань і досвіду у неї відбувається формування соціально прийнятної поведінки. *Міжособистісний* – у процесі спілкування із суб'єктивно значущими особами. Цей спосіб реалізується через такі механізми, як імітація та ідентифікація (Н. Смелзер). Імітація з погляду соціалізації розуміється як усвідомлюване прагнення дитини копіювати певну модель поведінки; ідентифікація – як спосіб засвоєння дітьми поведінки, установок і цінностей батьків як власних. Ці механізми характерні для ранніх стадій соціалізації. *Рефлексивний* – своєрідний внутрішній діалог, у якому людина розглядає, оцінює, приймає (або не приймає) ті чи ті цінності, включаючи їх до своєї поведінки як результат перетворення суспільних відносин. Він реалізується через такі механізми, як почуття сорому і провини (Н. Смелзер). Вони є негативними механізмами, оскільки забороняють певну поведінку або придушують її. *Стилізований* – діє у межах певної субкультури. Субкультуру прийнято розглядати як комплекс морально-психологічних рис і поведінкових проявів, типових для людей певного віку, професійного або культурного прошарку, що загалом створює певний стиль життя. Вплив субкультури на соціалізацію людини за-

лежить від міри референтності для індивіда тієї чи тієї групи, яка є її носієм. У зв'язку з цим зростає актуальність питань про вплив на соціалізацію класових, етнічних і культурних відмінностей. *Стадії соціалізації*: дотрудова, трудова та післятрудова. Дотрудова стадія, межі якої визначаються від дня народження (рання соціалізація) до 17 років. Відображає співвідношення вікової періодизації з особливостями навчально-виховної системи, що є дискусійною позицією (дошкільний, молодший шкільний, підлітковий, ранній юнацький вік). Часто означає етап ранньої соціалізації. Трудова стадія, межі якої є індивідуальними. Це період активної трудової діяльності, пов'язаної із професійною самореалізацією. Післятрудова стадія, межі якої також індивідуальні. Залежить від рівня фізичного та психічного здоров'я особистості. Е. Еріксон називає цю стадію періодом «мудрості», що відповідає остаточному становленню ідентичності. Усі механізми соціалізації психологи поділяють на три групи: 1) неусвідомлювані (навіювання, зараження, наслідування, ідентифікація); 2) усвідомлювані (референтна група, авторитет, популярність); 3) санкції заохочення і покарання, що застосовуються у суспільстві.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с. С. 114).

Соціальна взаємодія – це взаємно зумовлені дії сторін у процесі спілкування і виконання суб'єктами спільної діяльності, а результатом цього є налагодження взаємин при розв'язанні питань щодо визначення міри внесків кожного у реалізацію спільної мети і соціально справедливого розподілу винагород, заохочень чи покарань за дії. Компонентами соціальної взаємодії є її сторони, їх зв'язок, взаємовплив, зміни в особистості та поведінці учасників. Соціальна взаємодія передбачає обмін різними діями, які забезпечують планування спільної діяльності її суб'єктів, координацію та розподіл функцій, що дає змогу здійснювати взаємні стимулювання й контроль та взаємодопомогу в процесі розв'язання спільного завдання. Відповідно до авторської позиції Л.В. Ключек, задекларованої у

дисертаційному дослідженні, справедливе ставлення сторін соціальної взаємодії одна до одної зумовлюється низкою внутрішніх чинників. Важливим моментом є наявність у структурі моральної сфери особистості цінності справедливості. Сторони соціальної взаємодії при обговоренні проблеми мають перебувати в одному смисловому полі. Судження, висловлені кожним учасником, мають бути близькими за змістом. За такої умови не виникатиме розбіжностей у принципових моментах. Учасники взаємодії будуть мати схожий образ світу, що дозволить їм з розумінням ставитися до дій партнера. Це виключатиме ймовірність виникнення емоцій, пов'язаних з відчуттям несправедливості. Завдяки спільному смислу може бути досягнута злагода у взаєминах, взаємодія мислитиметься як справедлива і така, що не наносить шкоди жодній зі сторін. Аналіз поглядів різних дослідників на структуру соціальної взаємодії уможливило виділити такі її компоненти: 1) особистісно-суб'єктний – учасники взаємодії (індивіди та їх угруповання) з їх індивідуально- та соціально-психологічними властивостями, що виступають суб'єктами й об'єктами взаємодії; 2) мотиваційний – потреби, інтереси, мотиви, установки та цілі учасників взаємодії; 3) організаційно-діяльнісний – взаємоспрямовані дії, що здійснюються у певний спосіб, з використанням певних методів, форм та засобів; 4) ситуативний – зовнішнє оточення дійових осіб, соціальна ситуація взаємодії, що включає ролі, правила і норми взаємодії; 5) результативний – взаємні реакції та подальші зміни в суб'єктах взаємодії. У соціальній психології актуальною є розробка дидактичних стратегій використання групової взаємодії для підвищення ефективності навчальної діяльності студентів, адже високий рівень сформованості групової взаємодії дає можливість будувати освітній процес на принципах співробітництва і співтворчості.

(Ключек Л.В. Психологія соціальної справедливості у педагогічній взаємодії : дис. ... докт. психолог. наук : 19.00.07. Київ, 2019. 565 с. С. 64).

Соціальна інгібіція (від лат. *inhibeo* – стримування, придушення) – гальмування дії індивіда під впливом присутності інших. Явище інгібіції за своїм змістовим наповненням протилежне до

фасилітації і полягає в тому, що особа гірше виконує завдання у присутності інших людей. Р. Зайенс довів, що домінантні реакції посилюються за присутності інших осіб унаслідок виникнення соціального збудження. Так, якщо людина зіштовхнулася із виконанням складних завдань, соціальне збудження утруднюватиме процес мислення і зазвичай рішення виявиться неправильним. Якщо ж завдання прості, то присутність інших є сильним стимулом і сприяє швидкому знаходженню правильного рішення. Виокремлюють три основні чинники, що зумовлюють прояв соціальної інгібіції: 1) боязнь оцінки власних дій (виникнення тривоги внаслідок того, що нам не байдужа думка глядачів); 2) відволікання уваги (люди починають замислюватися про реакцію аудиторії, а відтак відбувається розподіл їхньої уваги і правильність виконання дій знижується); 3) наявність спостерігача (сила реакції ефекту залежить від кількості спостерігачів, рівня їх значущості для обстежуваного, взаємин у групі і заповненості глядачами приміщення). У дисертаційному дослідженні А.Н. Гірняк підкреслює, що інгібітний стиль взаємодії викладач здебільшого використовує на початку вивчення певного змістового модуля (з метою створення смислових суперечностей, викликання у студентів відчуття нестачі інформації й спричинення потреби в опануванні актуальним фрагментом вітакультурного досвіду) і на етапі його завершення (зادля перевірки міцності оволодіння навчальним змістом, здатності вільно оперувати ним і готовності до обстоювання кожним студентом власних поглядів і переконань шляхом успішного здолання певних особистісних бар'єрів та соціальних міфів чи стереотипів). Засобами для налагодження інгібітного стилю взаємодії є організація викладачем дискусій, постановка дилем, проєктування навчальних проблемних ситуацій, використання задач з надлишковими / недостатніми даними чи хибними засновками, формулювання складних гіпотез, виконання завдань в екстремальних умовах (пришвидшений темп, перебивання співрозмовника, творча неунормованість тощо). Загалом така взаємодія має нагадувати психодраму навчального дійства, котра моделює повний функціональний цикл пізнавальної, нормативної, морально-

естетичної і духовної проблемності (виникнення – становлення – розв’язання – зняття).

(Гірняк А.Н. *Психологічні засади модульно-розвивальної взаємодії учасників освітнього процесу ЗВО : дис. ... докт. психолог. наук : 19.00.07. Тернопіль, 2021. 541 с. С. 169).*

Соціальна норма – загальноприйнятий стандарт або правило, що регулює поведінку в якій-небудь соціальній спільноті. Соціальна норма вказує на наявність певних соціальних очікувань щодо «правильної» або «відповідної» поведінки та виступає, з одного боку, як засіб орієнтації особистості у тій чи тій ситуації, а з іншого – як засіб соціального контролю поведінки особистості. Всі виявлення поведінки членів групи сприймаються, оцінюються, регламентуються у відповідності з соціальними нормами. У разі відхилення поведінки від соціальної норми, до особистості можуть застосувати санкції соціальною спільнотою. *Ознаки норм:* їхня тематика охоплює те, хто що може або повинен; ясність норм демонструє, наскільки чіткою і конкретно є норма для зацікавленої; сфера толерантності характеризує діапазон прийнятної поведінки і межі, за якими починається неприйняття; сталість характеризує міцність норм, те, як вони діють – іноді чи завжди; визначення аномальності, невідповідної до норм поведінки, підпорядковане також і чотирьом названим вище ознакам (наприклад, визначити їх важко або легко). Практична реалізація норм характеризується індивідуально, однак і надіндивідуально; вона має відображати те, як діють норми у фактичній поведінці і чи діють взагалі. Соціальні норми як суспільні зразки поведінки засвоюються особистістю, стаючи елементом її соціальної установки, або нав’язуються особистості ззовні шляхом різних форм зовнішнього впливу, змушуючи її в певних умовах діяти навіть усупереч власній установці. Будь-яка *система соціальних норм* передбачає наявність: певних суспільно значущих стимулів діяльності, що постають як цілі, ідеали, цінності; зразків або правил «нормальної» для певної системи поведінки або позначення меж її припустимих варіантів; санкції за ухилення від соціальних норм. Для того, щоб стимулювати нормативну поведінку і знижува-

ти імовірність появи ненормативності як масового явища, в кожній групі створюється і діє система санкцій. Санкції – це механізм, завдяки якому група «повертає» свого члена на шлях дотримання норм. Санкції можуть бути двох типів: заохочувальні і каральні, позитивні і негативні. Система санкцій призначена не для того, щоб компенсувати недодержування норм, а для того, щоб забезпечити їх дотримання. Дослідження групових санкцій потребує конкретного аналізу конкретних груп, бо зміст санкцій повинен відповідати змістові норм, а такий аналіз неможливо зробити без аналізу конкретних властивостей групи. Ті чи ті соціальні норми притаманні будь-яким групам – великим (соціальні верстви, етнічні спільності) та малим, формальним і неформальним. Будь-яка соціальна норма набувається індивідом у вигляді механізму інтерналізації під час соціалізації. Іноді соціальна норма називається груповою. Однак останній термін краще використовувати стосовно малих груп. Вивчення соціальних норм є важливим для розуміння впливу групової динаміки на індивіда та для формування ефективних стратегій соціальної взаємодії.

(Бенеш Г. Психологія: dtv – Atlas : довідник ; пер. з нім. ; худож. Герман і Катаріна фон Заальфельд ; наук. ред. пер. В.О. Васютинський. Київ : Знання-Прес, 2007. 510 с. С. 309).

Соціальна психологія – галузь психології, яка вивчає причини, механізми та закономірності групової, колективної і масової психології, що виявляються у спільній діяльності людей, їхній поведінці, емоційних переживаннях і особливостях взаємного психологічного спілкування, а також закономірності поведінки й виникнення психічних станів індивіда в групі та колективі. *Метою* вивчення дисципліни є сформувані у студентів систему знань базових психологічних понять, які є необхідною умовою повноцінного особистісного розвитку, формування активної життєвої позиції, пізнання інших людей і себе. Вивчення дисципліни «Соціальна психологія» сприятиме формуванню у майбутніх фахівців свідомого і відповідального ставлення до своєї професії й особистості, що потребує якісних нововведень на рівні теорії і практики. *Загальні компетент-*

ності: здатність застосовувати знання у практичних ситуаціях; наявність знань і розуміння предметної області та специфіки професійної діяльності; здатність бути критичним і самокритичним; навички міжособистісної взаємодії. Фахові компетенції: здатність оперувати категоріально-понятійним апаратом психології; здатність до ретроспективного аналізу вітчизняного та зарубіжного досвіду розуміння природи виникнення, функціонування і розвитку психічних явищ; здатність самостійно збирати й критично опрацьовувати, аналізувати та узагальнювати психологічну інформацію з різних джерел; здатність використовувати валідний і надійний психодіагностичний інструментарій; здатність аналізувати та систематизувати одержані результати, формулювати аргументовані висновки і рекомендації. *Програмні результати навчання* з дисципліни «Соціальна психологія»: аналізувати і пояснювати психічні явища, ідентифікувати психологічні проблеми та пропонувати шляхи їх розв'язання; здійснювати пошук інформації з різних джерел для виконання професійних завдань, у тому числі з використанням інформаційно-комунікаційних технологій; здійснювати реферування наукових джерел, обґрунтовувати власну позицію, робити самостійні висновки; обирати й застосовувати валідний і надійний психодіагностичний інструментарій (тести, опитувальники, проєктивні методики тощо) психологічного дослідження та технології психологічної допомоги; формулювати мету, завдання дослідження, володіти навичками збору первинного матеріалу, вміння дотримуватися процедури дослідження; рефлексувати та критично оцінювати достовірність одержаних результатів психологічного дослідження, формулювати аргументовані висновки; презентувати результати власних досліджень усно / письмово для фахівців і нефахівців; взаємодіяти, вступати у комунікацію, бути зрозумілим, толерантно ставитися до осіб, що мають інші культуральні чи гендерно-вікові особливості.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 6).

Соціальна роль – це соціальна функція особистості, нормативно схвалений зразок поведінки, який очікується від кожного, хто займає певну соціальну позицію, а також здійснення сукупності дій, очікуваних соціальним оточенням. Ці очікування визначають загальні контури соціальної ролі і не залежать від свідомості та поведінки конкретного індивіда; їхнім об'єктом є радше суспільство чи група, а не окремі індивіди. Очікування розглядаються як різновид соціальних санкцій, що впорядковують систему взаємовідносин. Вони можуть мати як визначальний, так і прогнозувальний характер. До характеристик ролі входять також бажання, цілі, переконання та почуття, соціальні настанови, цінності і дії, що очікуються або приписуються людині, яка займає у суспільстві певне становище. Кожна людина задіяна відразу в декількох ролях. Людина нерідко зростається з роллю, вона стає частиною її особистості. Втрата звичної ролі переживається як втрата частини своєї особистості. Близькі до цієї ситуації тимчасового «обезролювання» люди, наприклад, при важких хворобах, стихійних лихах. Подібні ситуації соціального вирівнювання, іноді навіть соціальної інверсії, досить цікаві, адже виявляють ступінь жорсткості зв'язку особистості зі своєю роллю. Якщо придивитися до усіх фактів, які складають «феноменологію соціальних ролей», то можна зробити висновок, що освоєння ролей безпосередньо стосується формування і життя особистості. Соціальна роль у всій своїй оформленості й визначеності, із запрограмованою системою дій і відносин, входить в особистість, стаючи її органічною частиною. Проте у звичайних випадках особистість, у такий спосіб асимілюючи роль, сама цією роллю цілком не асимілюється; повний збіг структур ролі й особистості можливий лише як епізод у розвитку особистості. Вихід особистості за межі ролі, переростання нею ролі дуже нагадують аналогічну динаміку при ідентифікації. Так відбувається з більшістю особистостей, з більшістю ролей. Можливі також відхилення від цього правила, що трапляються, якщо особистість досить слабка або роль досить сильна. У першому випадку навіть незначна посада або положення може цілком наповнити життя людини, визначити її почуття

і відношення. У другому випадку роль виявляється важко переборною через її широту і жорсткість. У соціальній психології у контексті вивчення соціальних ролей виокремлюють поняття «рольовий дисонанс» (рольова неузгодженість) – труднощі, пов'язані з пошуком і виконанням ролі. У «найбезневиннішій формі» це лише незначне порушення – людина «виходить з ролі», поводить «невідповідно»; складніший випадок – несумісність ролі (священник і корчмар); далі йдуть табуйовані (такі, що наражаються на стійку соціальну зневагу) ролі (гомосексуальна); і нарешті, втрата ролі може призвести до психічних розладів (шок від виходу на пенсію, нездатність справитися з втратою роботи). Основна проблема кожної ролі – її індивідуальне наповнення.

(Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків: Прапор, 2007. 640 с. С. 438).

Соціальна фасилітація (від англ. facilitate – допомагати, полегшувати, сприяти) – полягає у тому, що присутність інших спонукає людей краще виконувати прості або добре знайомі завдання, полегшує дії людини, сприяє їх виконанню. Цей феномен полегшення було відкрито Тріплеттом, йому також належить поняття, яким він визначив зафіксоване ним явище – «соціальна фасилітація». Дослідження феномену фасилітації проводилося і німецьким психологом В. Меде, який встановив, що виникнення ефекту фасилітації залежить від характеру завдань, які виконує людина. Присутність інших позитивно впливає на кількісні характеристики й негативно – на якісні. Крім того, в присутності інших підвищується результативність простих різновидів діяльності й знижується – складних. Проведення ранніх експериментів із дослідження фасилітації пов'язано з ім'ям американського соціального психолога Ф. Олпорта, котрий визначав соціальну психологію як науку, що вивчає поведінку індивіда у тих галузях, де вона стимулює інших людей. К. Роджерс у книзі «Свобода вчитися» зауважує, що основним завданням викладача є опікування, полегшення і водночас стимулювання молоді до навчання. Він має створити атмосферу психологічної підтримки та психологічної безпеки шляхом визнання безумовної

цінності й самобутності кожної особистості, а також забезпечення обставин, за яких відсутнє зовнішнє оцінювання. Психологічна свобода є передумовою вивільнення почуттів, особистісного самовираження студентів, а отже, розвитку їхньої творчості та креативності. Відтак фасилітативний вплив є провідним різновидом впливу в гуманістичній парадигмі, механізм якого ґрунтується на діалогічній взаємодії, щирості, довірі, емоційній гнучкості та емпатії. Встановлено, що виникнення феномена соціальної фасилітації залежить від характеру виконуваних завдань. Присутність спостерігача (суперника) позитивно впливає на кількісні характеристики діяльності та негативно – на якісні, відповідно підвищуючи результативність відносно простих видів діяльності й ускладнюючи виконання важких дій і виконання складних завдань. Виявлена залежність соціальної фасилітації від статі, віку, статусу й інших характеристик суб'єкта, а також від його ставлення до присутніх. У зарубіжній психології для пояснення механізму соціальної фасилітації користуються, в основному, теоріями Р. Зайонца і Н. Коттрелла.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 14).

Соціальний контроль – система способів впливу суспільства і соціальних груп на особистість для регуляції її поведінки і приведення її у відповідність до загальноприйнятих у цій спільності норм. Сприяє розв'язанню подвійного завдання – досягненню і підтримці стабільності соціальної системи, елементом якої є контрольований індивід, а також забезпеченню позитивного розвитку цієї системи. Об'єктом уваги психології передовсім є соціальний контроль, здійснюваний соціальними групами. Вплив контролю найбільше відчувають на собі індивіди, чия поведінку можна характеризувати як відхилення (що не відповідає груповим нормам). Залежно від того, якими є інтенсивність і «знак» цих відхилень, група застосовує ті або ті санкції. Характер санкцій, адекватність їхнього використання у конкретній ситуації, їхня диференційованість багато в чому визначаються рівнем соціально-психологічного розвитку такої групи.

Так, у корпоративному угрупованні негативне санкціонування (покарання, примус) істотно превалює над позитивним (заохочення, схвалення). При цьому в таких групах нерідко не беруться до уваги ані мотиви поведінкових відхилень, ані навіть їхня спрямованість. Будь-яке порушення групових норм сприймається спільністю як погроза її існуванню та призводить до негайного покарання. Соціальний контроль, який здійснюється групою високого рівня розвитку, характеризується гнучкістю і диференційованістю, що сприяє формуванню самоконтролю у членів групи, дозволяючи їм успішно інтегруватися не тільки в самій групі, але й у соціумі загалом. Найпоширенішими *формами* соціального контролю є: закони, табу, традиції, обряди, звичаї, мораль, етикет, моральність, манери, звички тощо. Соціальний контроль – це одна із важливих функцій управління суспільством, метою якого є підтримання встановленого соціального і правового порядку, базується на системі цінностей, які складають підґрунтя (основу) соціальної організації. У дисертаційному дослідженні В.В. Налуцишин зауважено, що *система соціального контролю* складається з таких компонентів: *соціалізаційний* (передбачає всесторонній вплив на індивіда, починаючи з ранніх етапів його розвитку, вплив здійснюється через різноманітні організації, освіту, релігію, пропаганду, заохочення тощо); *суб'єкт-об'єктний* (до основних об'єктів соціального контролю можна віднести: суспільство, адміністративний апарат, елітарні спільноти, соціальні інститути, економічні інститути; суб'єкти соціального контролю становлять відокремлені від суспільства інституалізовані спільноти, що наділені власними потребами); *нормативний* (сукупність соціальних складових (традиції, звичаї, релігія, мораль), у тому числі правові норми, які встановлюють соціальні рамки); *методичний* (сукупність методів та інших способів впливу, за допомогою яких здійснюється соціальний контроль (позитивні (заохочення) та негативні (покарання) санкції).

(Налуцишин В.В. *Філософсько-вікова парадигма соціального контролю як засобу забезпечення правового порядку*: дис. ... докт. юрид. наук : 12.00.12. Львів, 2018. 403 с. С. 4).

Соціальні інститути – системи спеціально створених або таких, що природно склалися, установ і органів, функціонування яких спрямоване на розвиток індивідів насамперед шляхом освіти та виховання; тих конкретних груп, у яких особистість приєднується до системи норм і цінностей як своєрідних трансляторів соціального досвіду. Соціально-психологічний аспект соціалізації дає змогу виокремити ті інститути суспільства, які здійснюють сам процес і для яких людина виявляється передусім об'єктом впливу. За своїм соціальним статусом ці інститути можуть бути формальними і неформальними. Перші – це офіційні установи суспільства (держави), які функціонально призначені для виховання і навчання кожного нового покоління (дошкільні установи, школи, ЗВО, установи культури тощо). Другі – неформальні інститути – мають соціально-психологічне підґрунтя. Це різні соціальні групи, від малих до великих, у які індивід включається (сім'я, клас, професійна трудова група, група ровесників, етнічна спільнота, референтна група тощо). Інститути соціалізації – це відносно стійкі типи і форми соціальної практики, завдяки яким організується процес соціалізації особистості в рамках соціальної системи суспільства. Функціонування цих інститутів визначається: 1) системою норм, які регулюють певну поведінку індивіда; 2) наявністю засобів і умов, що забезпечують успішне виконання нормативних наказів і здійснення соціального контролю; 3) інтеграцією інституту в соціально-політичні, ідеологічні і ціннісні структури суспільства, що дозволяє узаконити формально-правову основу функціонування того чи того інституту. Із плином часу збільшується різноманітність інститутів виховання у зв'язку з ускладненням соціально-економічних та культурних потреб суспільства, змінюються їхні роль і співвідношення у системі виховання. Поряд зі зростанням кількості державних виховних установ набувають усе більшого значення приватні, церковні, суспільні навчально-виховні заклади (школи, дитячі садки, інтернати тощо), благодійні інституції (фонди). Дослідження соціальних інститутів у соціальній психології дають змогу зрозуміти, які фактори визначають поведінку та думки людей, як вони формують своє ставлення

до соціальних інститутів та які наслідки це може мати для суспільства загалом.

(Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н.Ю. Воляннюк, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська, І.О. Блохіна, М.О. Кононець, О.В. Москаленко, О.І. Боковець, Б.В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с. С. 60).

Соціальні явища (соціально-психологічні явища) – це ті феномени, що виникають у результаті взаємодії суб'єктів комунікативного процесу (окремих індивідів та спільнот) за певних умов. Вони відтворюють *соціально-психологічну реальність* (психічне відображення соціальних явищ, у регуляції та дії соціального через суб'єктивне; у сприйнятті, відображенні людиною соціальних відносин і соціальних спільностей), спонукають і регулюють поведінку людей, сприяють організації різних форм діяльності і спілкування, здійснюють обмін повідомленнями, інформацією й переживаннями. До основних соціально-психологічних явищ належать спілкування, спосіб життя, конфлікт, настрій тощо. Водночас спілкування постає основним механізмом виникнення соціально-психологічних явищ. Загалом механізми виникнення та поширення соціально-психологічних явищ поділяються на навмисне створювані (чутки, різного роду об'єднання, тощо) і на ті, що виникли й набули поширення стихійно (мода тощо). Універсальні механізми соціально-психологічних явищ охоплюють наслідування, навіювання, зараження, переконання. Розрізняють соціально-психологічні явища у малих (мікросередовищі) та великих (макросередовищі) групах. Класифікація соціально-психологічних явищ відбувається за різними основами: змістом (нормальні й деформовані), стійкістю (динамічні – наприклад, різні види спілкування; динаміко-статичні – наприклад, настрої; статичні – зокрема, традиції, звичаї) тощо. Навколо базових понять концентрується відповідна соціально-психологічна проблематика, а також інші поняття, що характеризують суттєві ознаки, конкретні механізми взаємозв'язку соціального та психічного.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 8).

Соціометрія – метод з'ясування структури міжособистісних стосунків у групі, який запропонований учнем З. Фройда – Джекобом Морено. Термін «соціометрія» буквально означає «соціальне вимірювання»; соціометрична методика призначена для оцінювання міжособистісних стосунків неформального типу: симпатій та антипатій, привабливості. Структура методу: соціометрична анкета; соціоматриця; соціограма; систематизація отриманих результатів. Соціограма – це графічне зображення результатів, одержаних за допомогою соціометричної методики при дослідженні міжособистісних відносин. Вона дає наочне уявлення про внутрішньогрупову диференціацію членів малої соціальної групи за їх статусом (популярністю). Соціометрична процедура буває параметрична і непараметрична. Згідно з теорією Дж. Морено, всі напруги, конфлікти, в тому числі й соціальні, зумовлені незбігом мікро- та макроструктури. Цей незбіг, на його думку, означає, що система симпатій і антипатій, яка показує психологічне ставлення індивіда до людей, часто не вміщується у рамки, заданої індивіду макроструктури: найближчим може виявитися оточення, яке складається з неприйнятних у психологічному плані людей. Завдання полягає у тому, щоб привести у відповідність макро- і мікроструктури. Саме з цією метою повинна застосовуватися соціометрична методика, за допомогою якої можна дослідити симпатії та антипатії, щоб відповідно до одержаних результатів здійснити певні переміщення. Маючи характер опитування, соціометрія суттєво відрізняється від анкетного опитування та інтерв'ю тим, що запитання стосуються емоційної сфери стосунків людей. Соціометрична методика полягає у тому, що членам групи пропонують перелічити в порядку переваги тих товаришів у групі, з якими вони хотіли б разом працювати, відпочивати, сидіти за партою тощо. Запитання про бажання людини спільно і з кимось брати участь у певній діяльності можуть бути сформульовані так: «З ким із членів групи Ви б виконували спільне завдання (виробниче, навчальне)?», «З ким Ви хотіли б разом готуватися до екзамену», «Кого б Ви запросили на день народження?», або «З ким із членів групи Ви могли б поділитися своїми особис-

тими переживаннями?» тощо. Часто успіх вивчення взаєностосунків лежить від правильного підбору цих запитань. Що важливішою для людини є та чи та діяльність, тісніше і триваліше спілкування вона передбачає, то сильнішим вважається критерій вибору. Найчастіше у дослідженні поєднуються запитання різних типів. Вони добираються так щоб виявити прагнення людини до спілкування з членами групи в різних видах діяльності – у праці, навчанні, відпочинку, дружбі тощо. Плануючи проведення соціометрії, важливо вирішити питання про якість та кількість критеріїв, що використовуються, а також про кількість виборів, які зробить кожен член групи, та їх інтенсивність – більшою чи меншою мірою. Найчастіше кількість виборів обмежується трьома. Результати, одержані за допомогою соціометричної методики, можуть бути представлені графічно у вигляді соціограми, матриці та спеціальних числових індексів. Таблиці результатів заповнюються насамперед, до того ж окремо за діловими і особистими стосунками. На підставі даних соціометричного аналізу робляться висновки про рівень згуртованості групи; наявність угруповань; їхні зв'язки з лідерами; про взаємодію лідерів між собою; відповідність обраного активу групи реальному; наявність членів групи, яких група не приймає, та ізольованих.

(1. Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1.* Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 28; 2. Коваленко А.Б., Корнєв М.Н. *Соціальна психологія : підручник.* Київ : Геопринт, 2006. 400 с. С. 66–69).

Спілкування – це складний багатоплановий процес установлення й розвитку контактів між людьми, викликаний потребою спільної діяльності і обміну інформацією, що включає формування єдиної стратегії взаємодії, сприйняття й розуміння іншої людини. Об'єктом спілкування є процес міжособистісної та міжгрупової взаємодії. Предметом спілкування постає комунікація, взаємодія, пізнання, сприймання та способи впливу на особистість. Цей різновид спілкування розвивається передовсім у малих групах і колективах. Вихідна й головна одиниця міжособистісного спілкування – діада, парний соціально-психологічний зв'язок (у малій групі

спілкуються без посередників). Ураховуючи, що спілкування є досить складним феноменом, для більш ґрунтовного розуміння треба розглянути його структуру як систему трьох взаємозалежних компонентів: комунікативного (полягає в обміні інформацією між індивідами, що спілкуються), інтерактивного (організація взаємодії між індивідами, що спілкуються, тобто обмін не тільки знаннями, ідеями, а й діями) й перцептивного (сприйняття й пізнання один одного партнерами зі спілкування і налагодження на цій основі взаєморозуміння). З огляду на мету спілкування розрізняють його функції, які реалізуються у будь-якому процесі взаємодії і забезпечують досягнення у ньому певних цілей (Л. Карпенко): контактна (передбачає встановлення контакту як стану взаємної готовності до прийому і передавання повідомлення та підтримання взаємозв'язку під час взаємодії; інформаційна (полягає в обміні повідомленнями, а саме: інформацією, думками, рішеннями, задумами); спонукальна (суть її – у стимулюванні активності партнера зі спілкування, що спрямовує його на виконання дій); координаційна (передбачає взаємне орієнтування й узгодження дій для організації спільної діяльності); розуміння (виявляється в адекватному сприйманні й розумінні сутності повідомлення, а також партнерами один одного); емотивна (реалізується через стимулювання у партнера зі спілкування потрібних емоційних переживань і станів, у зміні за його допомогою власних переживань та станів); налагодження відносин (полягає в усвідомленні і фіксуванні індивідом свого місця у системі рольових, статусних, ділових, міжособистісних та інших зв'язків); здійснення впливу (наслідками її дії є зміна стану, поведінки, особистісно-змістових утворень партнера). Основні *види спілкування*: матеріальне; духовне; фатичне; культурне; творче; інтелектуальне; пізнавальне; естетичне; необхідне; бажане; небажане; нейтральне; міжособистісне; масове; монологічне; діалогічне; довготривале; короткочасне; завершене; незавершене; перерване; конфліктне; значний інтерес для соціальної психології становлять ділове, неформальне, насильницьке та ненасильницьке спілкування, а також спілкування зі знайомими і незнайомими людьми. Передача будь-

якої інформації можлива лише за допомогою знакових систем. У соціальній психології виокремлюють вербальну і невербальну комунікацію (див. вербальний, невербальна комунікація).

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. *Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 47).*

Стереотипізація – процес формування уявлення про людину, яку сприймаємо на основі вироблених стереотипів; сприйняття, класифікація й оцінка соціальних об'єктів (подій) шляхом поширення на них характеристик якої-небудь соціальної групи тощо на основі певних уявлень – соціальних стереотипів; один з механізмів міжособистісної перцепції. Стереотип – це деякий стійкий образ певного явища або людини, що пов'язаний із неправдою й неточностями. Як правило, стереотип виникає на основі досить обмеженого минулого досвіду, у результаті прагнення будувати висновки на базі обмеженої інформації. *Соціальний стереотип* – відносно стійкий і спрощений образ соціального об'єкта – групи, людини, події, явища та ін., що складається в умовах дефіциту інформації як результат узагальнення особистого досвіду і уявлень, прийнятих у суспільстві (нерідко упереджених). Термін уведений американським журналістом У. Ліпманом. Визначення істинності або хибності соціального стереотипу має будуватися на аналізі конкретної ситуації. Будь-який стереотип, що є дійсним в одному випадку, в іншому може виявитися зовсім помилковим або таким, що менше відповідає дійсності, а отже, неефективним для розв'язання завдань орієнтації у навколишньому світі, тому що його підстава виступає другорядною щодо цілей і завдань нової класифікації. Є декілька класифікацій стереотипів. Згідно з однією з них (В. Панферов), стереотипи поділяють на три класи: антропологічні, соціальні, етнонаціональні. Друга класифікація (А. Реан) пропонує виокремити такі групи соціально-перцептивних стереотипів: антропологічні (проявляються у тому разі, якщо оцінка внутрішніх, психологічних якостей людини, оцінка її особистості залежить від її антропологічних ознак, тобто від особливостей фізичного вигляду); етнонаціональні (виявляються

тоді, коли психологічна оцінка людини опосередкована її належністю до тієї чи тієї нації, раси, етнічної групи); соціально-статусні (полягають у залежності оцінки особистісних якостей індивіда від його соціального статусу); соціально-рольові (проявляються у підпорядкованості оцінки особистісних якостей індивіда його соціальній ролі, рольовим функціям); експресивно-естетичні (визначаються залежністю оцінки особистості від зовнішньої привабливості людини: що привабливішою видається зовнішність людини, то позитивнішими особистісними рисами її наділяють); вербально-поведінкові (пов'язані із залежністю оцінки особистості від зовнішніх особливостей – мови, міміки, пантоміміки тощо). Відомі й інші класифікації, згідно з якими виокремлюють професійні (персоніфікований образ професії, тобто узагальнений образ типового професіонала), фізіогномічні (в основу покладено зв'язок рис зовнішності і характеру особистості), етнічні та інші стереотипи. Найбільш дослідженими й вивченими є національні стереотипи. Стереотипізація у процесі пізнання людьми один одного може призвести до двох різних наслідків: з одного боку, – до певного спрощення процесу пізнання іншої людини, що, хоча й не сприяє точності побудови образу іншого, замінюючи його штампом, але в певному сенсі є необхідним, тому що допомагає скорочувати процес пізнання. В іншому випадку стереотипізація призводить до виникнення упередження, якщо судження будується на основі минулого негативного досвіду.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 88).

У

Уміння слухати – важлива складова міжособистісних відносин і в соціальній психології вивчається як процес, що впливає на сприйняття, спілкування та взаємодію між людьми і є необхідною умовою правильного розуміння співрозмовника. Доведено, що слухання як метод сприймання інформації в діловому спілкуванні використовується набагато частіше, аніж уміння читати й писати. Однак ця якість притаманна далеко не всім людям, які спілкуються. Розроб-

лені рекомендацій з приводу культури слухання. Зокрема, тактовна людина ніколи не дозволить собі переривати співрозмовника, навіть, якщо їй відомо, про що той збирається говорити; така людина здатна не звертати уваги на деякі неточності у висловлюваннях партнера, виявляти розуміння й доброзичливість, співчуття, увагу. Це не позбавляє від суперечок під час обговорення серйозних проблем. Однак власне форма вираження принципової незгоди, критичних зауважень має бути тактивною, витриманою. Виокремлюють *критичне* й *емпатійне* слухання. За умов критичного слухання учасник спілкування спочатку здійснює критичний аналіз повідомлення і тільки після цього намагається його зрозуміти. Таке слухання може бути прийнятним на діловій нараді, конференції, дискусії тощо, тобто там, де обговорюються проблеми, думки, ідеї з приводу нових проєктів, нового досвіду тощо. Однак там, де обговорюється нова інформація, наприклад, на лекції, критичне слухання є неперспективним, адже відторгнення інформації позбавляє можливості прислухатися до неї, почерпнути цінне. За умов емпатійного слухання учасник спілкування приділяє більше уваги «зчитуванню» почуттів, а не слів. Таке слухання буває ефективним, якщо той, хто говорить, викликає у співрозмовника (того, хто слухає) позитивні емоції (радість, надію на краще, упевненість у собі), а неефективним, якщо породжує негативні емоції (страх, тривогу, розчарування тощо). Також розрізняють *нерефлексивне* та *рефлексивне* слухання. Сутність нерефлексивного слухання полягає у мінімальному втручанні у мовлення співрозмовника (умовно-пасивне слухання). Залежно від ситуації спілкування під час нерефлексивного слухання можуть виявлятися підтримка, схвалення, розуміння за допомогою мінімальних відповідей, що допомагають продовжити бесіду (репліки типу «так», «розумію», «це цікаво» тощо). Рефлексивне слухання полягає у налагодженні зворотного зв'язку із співрозмовником для того, щоб проконтролювати точність сприймання інформації. Ідеться про регулярне використання зворотного зв'язку для досягнення більшої точності в розумінні партнера. Іноді цей метод називають «активним слуханням», оскільки він передбачає активніше

використання вербальної комунікації для підтвердження розуміння інформації. Виокремлюють також внутрішні і зовнішні *перешкоди слухання*. До внутрішніх, зокрема, належать шкідливі звички слухання, притаманні конкретній особі. Це зазвичай роздуми про щось інше, окрім змісту розмови: власна зовнішність, особисті переживання, фантазії на різні теми, загострення уваги на зовнішності співрозмовника тощо. До зовнішніх перешкод належать сторонні шуми; акцент співбесідника; темп розмови (занадто швидкий чи, навпаки, повільний); певні особливості у зовнішності співрозмовника (екзотичні прикраси, неадекватність міміки); погана акустика; голос співбесідника (говорить занадто голосно чи пошепки); температура приміщення; телефонні дзвінки, які переривають розмову; обмеженість у часі; неприємні запахи у приміщенні тощо. Звісно, наявність труднощів свідчить про потребу навчатися ефективних методів слухання. У соціальній психології вивчається вплив уміння слухати на сприйняття та взаємодію між людьми. Дослідження показали, що люди, які здатні до уважного слухання, зазвичай мають кращі взаємини з оточуючими та зазнають менше конфліктів.

(Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с. С. 73).

Ф

Фасцинація (від англ. *fascination* – зачарування) – спеціально організований вербальний вплив, призначений для зменшення втрат семантично значимої інформації при сприйнятті повідомлення реципієнтами, за рахунок чого підвищується можливість її впливу на їхню поведінку. Форми фасцинації бувають різними. Залежно від акустичної організації інтенсивність фасцинації може варіюватись від мінімальної (монотонна дикторська мова) до максимальної (спеціально інтоноване мовлення, декламація, спів). Важливий фактор фасцинації – ритмічна організація повідомлення. Існує і фасцинація семантична, коли текст повідомлення за певних умов виявляється життєво значимим для реципієнтів, викликаючи різку зміну їхньої поведінки. Ефект семантичної фасцинації властивий також чуткам.

Засобами фасцинації (так званими «фасцинаторами») виступають вербальні (ритм, темп, інтонація) і невербальні (колір, погляд) види впливу. Крім ритмічної організації повідомлення, важливим фактором фасцинації, як довів відомий експеримент «феномен 30 жовтня 1938 р.», вписаний, мабуть, у всі підручники з соціальної психології, виступає семантична фасцинація, коли текст повідомлення за певних умов виявляється життєво значущим для реципієнтів, викликаючи різкі зміни їхньої поведінки. Звертає на себе увагу той факт, що паніка, яку викликала в США радіотрансляція інсценування фантастичного оповідання Г. Уеллса «Боротьба світів» (ефект 30 жовтня), через 15 років була повторно викликана, але у Екваторі, що свідчить про закономірний характер впливу певних фасцинаторів. Найчастіше фасцинація використовується у театралізованих виставах, ігрових і шоу-програмах, політичних і релігійних (культових) заходах тощо – для зараження людей у юрбі особливим емоційним станом. На цьому тлі передається відповідна інформація. У стані фасцинації людина може відчувати емоції, такі як захоплення, зацікавлення, відчуття піднесення і важливості. Вона може бути корисною, якщо вона стимулює людину до досягнення більш високих результатів, або шкідливою, якщо вона заважає їй зосередитися на роботі та повсякденних справах. Фасцинація може бути пов'язана з різними соціальними явищами, такими як культ особистості, медіавплив, релігійна та політична індоктринація. Наприклад, «культура зірок» може викликати фанатичну захопленість серед шанувальників, політичні лідери можуть використовувати фасцинацію, щоб привернути увагу і залучити прихильників до своєї партії чи платформи. Іноді вважають, що різновидом фасцинації є навіювання гіпнотичного стану пильним і тривалим поглядом у вічі. Як свідчить практика пропагандистської, лекційної, а тим більше – навчально-виховної роботи, таким фактором виступає атмосфера довіри, взаємної приязні, викликана суб'єктом – фасцинатором в аудиторії, що характерно для педагогічно-комунікативних технологій взаємодії.

(Мусатов С.О. Психологія педагогічної комунікації: теоретико-методологічний аналіз. Київ – Рівне : Ліста, 2003. 176 с. С. 123).

Ч

Чутки – це циркулювальна форма комунікації (яка не є перевіреною чи підтвердженою), за допомогою якої люди, перебуваючи в неоднозначній ситуації, об'єднуються, створюючи її інтерпретацію; неточна, недостовірна інформація, що виникає в результаті багаторазової інтерпретації якогось факту, події чи явища. Для натовпу чутки є найбільш розповсюдженим типом інформації. Вони увиразнюють ситуацію, яку люди не розуміють, і допомагають їм підготуватися до дії. Г.Г. Почепцов, характеризуючи чутки, зазначає: чутки подаються як інформація, що відповідає дійсності; чутки – емоційно забарвлена інформація, оскільки у натовпі тільки такий тип повідомлень є засобом впливу. Чутки, що розповсюджуються у натовпі, спрямовуються на те, щоб збуджувати або заспокоювати емоції. Вони не призначені для роздумів, а необхідні для короткогочасного вибуху емоцій. Чутки є також необхідною формою зв'язку у великій спільноті, постійним процесом інтерпретації подій, проти яких безсилі як засоби масової інформації, так і система ідеологічного тиску. Своєчасне виявлення емоційної насиченості чуток, визначення меж їх розповсюдження, їхньої інтенсивності можуть допомогти зробити висновки про переважальні настрої у конкретній соціальній спільноті. Поява чуток є свідченням того, що існує інтерес людей до певної соціальної проблеми і що він не задовольняється даними засобів масової інформації. Г. Олпорт виявив закономірність, згідно з якою інтенсивність чуток залежить від рівня зацікавленості людей їх предметом і невизначеності інформації з питання, яке їх цікавить. Для виникнення чуток потрібно, щоб якась подія була достатньо важливою, відбувалася у ситуації, що турбує людей, була загрозливою для їх безпеки. Інформація, яка передається у вигляді чуток, має бути незрозумілою і недоступною для перевірки. У процесі передачі чуток використовуються два паралельні способи спотворення інформації. 1. Інформація стає конкретнішою, емоційнішою, однак утрачається її точність. 2. Збіднення інформації

супроводжується деякими перебільшеннями. Фраза стає коротшою, але погроза, що в ній міститься, підсилюється, початкові цифри «виростають», термін розвитку подій збільшується. Що безпечніші і простіші чутки, то більше шансів на їх розповсюдження у натовпі. Чутки здійснюють сильний вплив на психіку людини і масову поведінку. За критерієм впливу виділяють чутки, що: збуджують суспільну думку; провокують асоціальну поведінку; руйнують соціальні зв'язки, призводять до масових безпорядків, агресії, вандалізму. Для розробки профілактичних заходів А.П. Назаретян пропонує налагодити високу оперативність і систематичність офіційних повідомлень, високий рівень їх достовірності, систематичний та добре налагоджений зворотний зв'язок між джерелом інформації й аудиторією. Н.С. Ярош та Н.Б. Щокіна у своїй науковій статті роблять висновки що, чутка – це надзвичайно ефектний та ефективний інструмент психологічного впливу, потужна зброя політичного маніпулятора, здатна в силу своєї специфіки суттєво вплинути на громадську думку, відкоригувати усталені оцінки і настановлення. Глибинна суть цього феномену суспільної комунікації полягає у подачі (інтерпретації народом) для народу актуальної інформації, яка у конкретних умовах є дефіцитною, сенсаційною, неоднозначною, незрозумілою, загрозливою чи обнадійливою. Саме це і дозволяє чутці разом чи поряд з такими комунікаційними факторами, як стереотипи, міфи, ритуали виконувати функцію ініціювання (провокування) запуску механізму психічного автоматизму, що лежить в основі будь-якої маніпулятивної дії. Дослідження показали, що люди часто поширюють чутки, які підтримують їхні переконання чи інтереси. У соціальній психології вивчається, як люди реагують на чутки та як вони впливають на їх поведінку та сприйняття.

(Ярош Н.С., Щокіна Н.Б. Чутки як соціально-психологічний феномен сучасного суспільства. Науковий семінар ХНУПС ім. І. Кожедуба, 25 жовтня 2018. С. 62–65. С. 65).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Актаєва М.Г. Психологічні чинники формування громадянської відповідальності у юнацькому віці : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2017. 263 с.
2. Андрущенко Т.В., Зеленін В.В. Психологія політичної пропаганди : методичні рекомендації для самостійної роботи студентів. Київ : НПУ імені М.П. Драгоманова, 2021. 89 с.
3. Балецька Л.М. Психологічні особливості атрибуції успіху у професійному самовизначенні студентів вищих навчальних закладів : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2017. 254 с.
4. Бенеш Г. Психологія: dtv – Atlas : довідник ; пер. з нім. ; худож. Герман і Катаріна фон Заальфельд ; наук. ред. пер. В.О Василютинський. Київ : Знання-Прес, 2007. 510 с.
5. Бех І.Д. Духовні цінності як надбання особистості. *Рідна школа*. 2012. № 1–2 (985–986). С. 9–12.
6. Блинова О.Є. Соціально-психологічна адаптація вимушених мігрантів: підходи і проблеми вивчення феномена акультурації. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Збірник наукових праць. Серія «Психологічні науки»*. 2016. Вип. 3, Т. 1. С. 111–117.
7. Бліхар М.П. Духовні цінності студентської молоді в сучасному українському суспільстві : дис. ... канд. соціолог. наук : 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. Львів, 2018. 271 с.
8. Борець Ю.В. Психологічні особливості громадянської компетентності майбутніх фахівців соціономічного профілю : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.05 – соціальна психологія, психологія соціальної роботи. Чернігів, 2016. 239 с.
9. Боснюк В.Ф., Дейнеко Н.В., Склярів С.О. Установка як оціночне відношення до соціальних об'єктів. *International scientific and practical conference «Prospects for the development of psychology as a science in EU countries and Ukraine»*, 1–2 February 2019.

Warsawa, Republic of Poland : Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2019. P. 108–111.

10. Брагіна К.І. Губристична мотивація як умова прояву емоційного інтелекту осіб літнього віку : дис. ... докт. філософ. : 053 психологія. Луцьк, 2022. 202 с.
11. Васюк К.М. Методологічні аспекти дослідження героїзму в структурі особистісного сценарію. *Науковий вісник Херсонського державного університету: збірник наукових праць. Серія: Психологічні науки*. Херсон, 2017. Вип. 2. Т. 1. С. 57–61.
12. Васютинський В.О. Психологія масової політичної свідомості та поведінки. Київ : ДОК-К, 1997. 190 с.
13. Волянська О.В. Соціальна психологія : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 275 с.
14. Гамова Г.І. Публічний виступ як реалізація ораторської майстерності. *Лінгвістичні дослідження*. 2019. Вип. 50. С. 156–165.
15. Гапон Н. Соціальна психологія : навчальний посібник. Львів : Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2008. 366 с.
16. Гарькавець С.О., Волченко Л.П. Спілкування в педагогічному процесі : навчальний посібник. Житомир : ТОВ «Видавничий дім Бук-Друк», 2021, 100 с.
17. Гафіатуліна А.В. Психологічні особливості формування національної самосвідомості студентської молоді України : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2017. 199 с.
18. Гірняк А.Н. Психологічні засади модульно-розвивальної взаємодії учасників освітнього процесу ЗВО : дис. ... докт. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Тернопіль, 2021. 541 с.
19. Гірченко О.Л., Буковська О.О. Просоціальна спрямованість та поведінка особистості. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. Київ : Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2019. Том VII. Екологічна психологія. Випуск 47. С. 120–129.

20. Гладкевич М.І. Психологічні умови формування життєвих планів у юнацькому віці : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2019. 227 с.
21. Гошовський Я.О. «Парадигма колонії» та специфіка постпенітенціарної ресоціалізації людини. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія «Педагогіка та психологія»*. 2015. Випуск 1 (1). С. 108–112.
22. Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 1. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 104 с.
23. Гриник І.Я., Хавула Р.М. Соціальна психологія : тексти лекцій. Частина 2. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2015. 148 с.
24. Грубі Т.В. Практикум з соціальної психології : навчальний посібник. Кам'янець-Подільський, 2011. 170 с.
25. Давидова О.В. Психологічні особливості впливу педагогічних стереотипів на професійну діяльність учителя : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2017. 246 с.
26. Данилюк І.В., Курапов А.О. «Культурна соціалізація»: Акультурація як механізм мультикультурної соціалізації. *Актуальні проблеми психології*. 2018. Т. І. Вип. 48. С. 46–52.
27. Демчук О.О., Дружиніна І.А. Термінологічні аспекти емпатії. *Актуальні проблеми психології: Збірник наукових праць Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України*. Київ – Ніжин : Видавець «ПП Лисенко М.М.», 2018. Т. XIV: Методологія і теорія психології. Вип. 1. С. 95–102.
28. Джонсон Д. Соціальна психологія: тренінг міжособистісного спілкування. Київ : КМА, 2003. 288 с.
29. Дмишко О.С. Психологічні детермінанти розвитку локус-контролю підлітків : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2012. 238 с.
30. Дудник О.А. Набута безпорадність та депресія: особливості взаємозв'язку. *Психологічний журнал*. 2021. № 7. С. 37–45.

31. Жорнова О.І. Звичаєвість соціального життя як науковий конструкт соціальної психології (на прикладі дискурсу культуротворчості). *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*. 2013. Вип. 18. С. 138–146.
32. Завацький В.Ю. Блискун О.О. Соціально-психологічна специфіка антиципації молоді та її самопочуття в умовах життєвих змін: онто- та соціогенез. *Український психологічний журнал*. 2020. № 2 (14). С. 85–99.
33. Заміщак М. Психологічні основи становлення морально-духовної особистості майбутнього педагога. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету*. 2016. № 2 (17). С. 212–216.
34. Засади когнітивної психології спілкування : монографія / В.П. Казміренко, В.М. Духневич; О.Ю. Осадько та ін. ; за наук. ред. В.П. Казміренка ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. Кіровоград : Імекс ЛТД, 2013. 390 с.
35. Зелінська Т.М. Психологія особистісної амбівалентності в юнацькому віці : автореф. дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2012. 44 с.
36. Зимянський А. Соціальна психологія : робочий зошит з організації самостійної роботи студентів усіх педагогічних спеціальностей університету. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ ім. Івана Франка, 2012. 74 с.
37. Зімбардо Ф. Ефект Люцифера. Чому хороші люди чинять зло. Київ : Yakaboo Publising, 2019. 592 с.
38. Іванченко С.М. Багатовимірна модель гендера. *Соціальна психологія*. 2007. № 4. С. 157–173
39. Іващенко А.І. Професійна рефлексія як механізм саморозвитку майбутніх психологів : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ. 2020. 248 с.
40. Івкін В. Психологічні особливості безробітного: аналіз сучасних досліджень. *Організаційна психологія. економічна психологія*. 2017. № 4 (11). С. 36–42.

41. Карнаух Л. Психологічні аспекти формування гендерних ролей особистості в період дошкільного дитинства. *Studia Zarządzania I Finansów Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu*. Nr 14. 2018. С. 121–127.
42. Ключек Л.В. Психологія соціальної справедливості у педагогічній взаємодії : дис. ... докт. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2019. 565 с.
43. Кобильченко В.В. «Норма» і «аномалія», «онтогенез» і «дизонтогенез»: аналіз дефініцій. *Освіта осіб з особливими потребами: шляхи розбудови* : зб. наук. праць. Київ : ТОВ «Поліграф плюс», 2015. Вип. 8. С. 59–67.
44. Коваленко А.Б., Корнєв М.Н. Соціальна психологія : підручник. Київ : Геопринт, 2006. 400 с.
45. Кокур О.М. Зміст та структура психологічної готовності фахівців до екстремальних видів діяльності. *Проблеми екстремальної та кризової психології* : зб. наук. праць. Харків : УЦЗУ, 2010. Вип. 7. С. 182–190.
46. Коновалова О.А. Глибиннопсихологічне пізнання феномена експектацій методом активного соціально-психологічного навчання : автореф. дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2002. 23 с.
47. Копець Л. Класичні експерименти в психології : навч. посіб. Київ : Вид. дім «Києво-Могилянська академія», 2010. 283 с.
48. Кордунова Н., Мудрак І., Дмитріюк Н. Особливості життєстійкості та адаптивності студентів у кризових ситуаціях. *Наукові видання Волинського національного університету імені Лесі Українки. Психологічні перспективи*. 2021. № 38. С. 96–109.
49. Корнієнко О.М. Етнічні стереотипи в міжетнічній комунікації. *Світогляд – Філософія – Релігія* : зб. наук. праць. Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2015. Вип. 9. С. 59–69.
50. Коробанова О.Л. Психологічні особливості групових феноменів в інформаційно-цифровому просторі. *Institute of Social and Political Psychology of NAES of Ukraine*. 2019. С. 1–9.

51. Короткий словник термінів із соціальної психології / упоряд. Д. Гошовська, Я. Гошовський. Дрогобич, 2002. 67 с.
52. Коцюба Г. Особливості соціальної адаптації в осіб з нехімічними формами залежності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка*. 2020. Т. 2. № 4. С. 66–70.
53. Коцюба Г. Особливості соціальної адаптації в осіб з нехімічними формами залежності. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Психологія»*. 2016. Вип. 1 (4). С. 66–70.
54. Кошонько Г.А. Теоретичні засади дослідження подружньої сумісності як психологічного феномена. *Теорія і практика сучасної психології*. 2019. № 2. Т. 1. С. 155–160.
55. Кричфалушій М. Потреба у спілкуванні як фактор формування особистості майбутнього спортивного педагога в процесі професійної підготовки. *Фізичне виховання, спорт і культура здоров'я у сучасному суспільстві* : збірник наукових праць. 2012. № 1 (17). С. 25–29.
56. Кузнецов О.І. Психологічний аналіз феномену віри у науковому пізнанні. *Психологія і особистість*. 2017. № 1 (11). С. 289–295.
57. Лящ О.П. Генеза емоційного інтелекту в юнацькому віці : дис. ... доктора психологічних наук : 19.00.07. Київ, 2020. 458 с.
58. Майорчак Н.М. Брехливість особистості в соціально-психологічному контексті : монографія. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2018. 193 с.
59. Макарова А.І. Управління масовою свідомістю як інструмент примирення. Магістерська дисертація. Київ, 2018. 95 с.
60. Максименко О.Г. Психологія самодепривації особистісного розвитку суб'єкта : автореф. дис. ... докт. психолог. наук : 19.00.01. Київ, 2017. 44 с.
61. Максименко С.Д. Психологія в соціальній та педагогічній практиці. *Методологія, методи, програми, процедури* : навчальний посібник. Київ : Наукова думка, 1998. 224 с.
62. Максименко С.Д. Соціальна психологія : підручник. Київ : Наукова думка, 1999. 216 с.

63. Маланьїна Т.М. Психологічні особливості подолання вчителями внутрішньоособистісних конфліктів : автореф. дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2011. 22 с.
64. Мартиняк О.Р., Періг І.М. Авторитет у психології впливу. *Актуальні задачі сучасних технологій : зб. тез доповідей міжнар. наук.-техн. конф. молодих учених та студентів*, (Тернопіль, 28–29 листоп. 2018) / М-во освіти і науки України, Терн. нац. техн. ун-т ім. І. Пулюя та ін. Тернопіль : ТНТУ, 2018. С. 200–201.
65. Мартиняк О.Р., Періг І.М. Авторитет у психології впливу. *Матеріали VII Міжнародної науково-технічної конференції молодих учених та студентів*, Тернопіль 28–29 листопада 2018. Тернопіль, 2018. С. 200.
66. Массанов А.В. Психологічні бар'єри в професійному самовизначенні особистості : дис. ... докт. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Одеса, 2010. 409 с.
67. Мельник І. Просоціальна поведінка як психологічна категорія теоретичного аналізу. *Освіта регіону*. 2011. № 2. С. 165.
68. Мілгрем С. Покора авторитету. Погляд експериментатора. Київ : КСД, 2019. 288 с.
69. Москаленко В.В. Соціальна психологія. Київ : Центр навчальної літератури, 2005. 624 с.
70. Москаленко В.В. Соціальна психологія : підручник. Видання 2-ге, виправлене та доповнене. Київ : Центр учбової літератури, 2008. 688 с.
71. Мосора М.А. Сепаратизм як інституціолізована політична практика: виклики для Європейського Союзу і України : дис. ... докт. філософ. : 052 – політологія. Івано-Франківськ, 2022. 216 с.
72. Мудрак І.А. Психологічні особливості тривожності депривованих підлітків-колоністів : монографія. Луцьк : ПП Іванюк, 2014. 279 с.
73. Мусатов С.О. Психологія педагогічної комунікації: теоретико-методологічний аналіз. Київ – Рівне : Ліста, 2003. 176 с.

74. Мухіна Л.М. Психологічні особливості розвитку конфліктологічної компетентності майбутніх учителів : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Миколаїв, 2019. 259 с.
75. Найдьонов М.І. Психологія престижності професій : монографія. Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2013. 160 с.
76. Налуцишин В.В. Філософсько-вікова парадигма соціального контролю як засобу забезпечення правового порядку : дис. ... докт. юрид. наук : 12.00.12 – філософія права. Львів, 2018. 403 с.
77. Ніколаєнко С.О. Психологічні особливості базових видів сугесії / Інститут філософії імені Г.С. Сковороди Національної академії наук України. Суми, 2011. С. 66–75
78. Норчук Ю.В. Психологічні особливості становлення завчасної стійкості в контексті життєвих перспектив особистості : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07. Одеса, 2016. 179 с.
79. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія. Кн. 1 : Соціальна психологія особистості та спілкування : підручник. Київ : Либідь, 2004. 576 с.
80. Орбан-Лембрик Л.Е. Соціальна психологія : підручник Кн. 2 : Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія. Київ : Либідь, 2006. 56 с.
81. Основи соціальної психології : підручник для закладів вищої освіти / М.М. Слюсаревський та ін. Київ : Талком, 2018. 580 с.
82. Павленко О.В. Досвід як чинник становлення життєвої перспективи особистості : автореф. дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ. 2019. 27 с.
83. Панок В.Г. Життєвий шлях особистості як категорія прикладної психології. *Науковий вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія: Психологічні науки.* 2014. Вип. 2.12 (103). С. 146–151.
84. Подоляк Н.М. Соціальна психологія : навчально-методичний посібник. Дрогобич : Редакційно-видавничий відділ ДДПУ імені Івана Франка, 2010. 82 с.

85. Поліщук В.М. Соціальна психологія (програмні основи, змістові модулі, інформаційне забезпечення) : навчальний посібник. Суми : Університетська книга, 2006. 217 с.
86. Попович І.С. Соціально-психологічні очікування в людських взаєминах. Херсон : ВАТ «ХМД», 2009. 277 с.
87. Попович І.С. Експектометрія – методика дослідження соціально-психологічних очікувань. *Наукові записки Інституту психології ім. Г.С. Костюка АПН України* / за ред. С.Д. Максименка. Київ : ВД «ТРОЯ», 2008. Вип. 36. С. 275–284.
88. Психологічний словник / авт.-уклад. В.В. Синявський, О.П. Сергєєнкова ; ред. Н.А. Побірченко. Київ : Науковий світ, 2007. 274 с.
89. Психологія мас : конспект лекцій / уклад.: П.І. Сахно, К.С. Сахно. Суми : Сумський державний університет, 2022. 116 с.
90. Психологія мовлення і психолінгвістика : навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів / Калмикова Л.О., Калмиков Г.В., Лапшина І.М., Харченко Н.В. ; за заг. ред. Л.О. Калмикової. Київ : Переяслав-Хмельницький педагогічний інститут, вид-во «Фенікс», 2008. 245 с.
91. Савчин М.В. Моральна сфера особистості та її сутнісні визначення. *Психологія і суспільство. Західноукраїнський національний університет*. 2022. № 1 (85). С. 149–162.
92. Савчин М.В. Здоров'я людини. Духовний, особистісний і тілесний виміри. Дрогобич : Посвіт, 2019. 232 с.
93. Савчин М.В. Психологія відповідальної поведінки. Київ : Україна Віта, 1996. 130 с.
94. Савчин М.В. Соціальна психологія. Дрогобич : Відродження, 2000. 274 с.
95. Савчин М.В. Теоретико-методологічні засади створення та реалізації програми особистісно-професійного розвитку майбутнього педагога. Дрогобич : ДДПУ ім. І. Франка, 2014. С. 9–72.
96. Савчин М.В., Гавриш З.С. Вступ до спеціальності: психолог, практичний психолог. Івано-Франківськ : Місто НВ, 2007. 400 с.

97. Сайтарли І.А. Культура міжособистісних стосунків : навчальний посібник. Київ : Академвидав, 2007. 240 с.
98. Саркісова О.Ю. Сутність поняття «групова взаємодія» як соціальної, психологічної та педагогічної категорії. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Серія 16 : Творча особистість учителя: проблеми теорії і практики.* 2013. Вип. 19. С. 59–62.
99. Семен Н.Ф. Російські інтернет-ресурси як чинник інформаційної війни проти України (на прикладі сайтів «Правда.Ру» та «Российский диалог») : дис. ... канд. наук з соціальних комунікацій : 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій. Рівне, 2018. 260 с.
100. Семенів Н. Етнічні стереотипи: чинники формування та їх використання засобами масової інформації. *Збірник наукових праць «Проблеми сучасної психології».* 2018. (42). С. 170–190.
101. Сербін-Жердецька І.А. Психологічні особливості життєвих виборів особистості : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07. Одеса, 2016. 181 с.
102. Слюсаревський М.М., Донченко М.М., Титаренко Т.М. Основи соціальної психології : навчальний посібник. Київ : Міленіум, 2008. 536 с.
103. Соціальна психологія : навч. посіб. для здобувачів ступеня бакалавра / Н.Ю. Воляннюк, Г.В. Ложкін, О.В. Винославська, І.О. Блохіна, М.О. Кононець, О.В. Москаленко, О.І. Боковець, Б.В. Андрійцев ; КПІ ім. Ігоря Сікорського. Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2019. 254 с.
104. Соціальна психологія : навч. метод. комплекс. Н.М. Ануфрієва, Т.М. Зелінська, О.Л. Туриніна. Київ : МАУП, 2006. 200 с.
105. Соціальна психологія : хрестоматійні матеріали до курсу / упоряд. Д. Гошовська, Я. Гошовський. Дрогобич, 2006. 179 с.
106. Ставицький Г.А. Психологічні та соціальні чинники розвитку етнічної самосвідомості в юнацькому віці : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2016. 23 с.

107. Стець О.М., Білошенко О.Ю., Чабаненко Ю.С. Класифікація соціального компромісу. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2020. № 7. С. 33–36.
108. Стецько І.І. Виховання альтруїзму у старшокласників : автореф. дис. ... канд. пед. наук : 13.00.07. Київ, 2011. 19 с.
109. Тарасова Н.С. Класифікація форм комунікації в епоху панування візуальних образів. *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна*. 2014. № 1122. С. 33–38.
110. Татенко В.О. Соціальна психологія впливу. Київ : Міленіум, 2008. 216 с.
111. Терлецька Ю.М. Вплив соціальної та економічної деривації науково-педагогічних працівників на їх професійну діяльність : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2014. 350 с.
112. Тур О.М. Теоретичні і методичні засади формування комунікативної компетентності майбутніх фахівців із документознавства та інформаційної діяльності в процесі професійної підготовки. *Додатки до докторської дисертації*. 13.00.04. Харків, 2019. 92 с.
113. Тургенєва О.Ю. Нонконформізм і конформізм у соціально-філософському осмисленні сучасності : автореф. дис. ... канд. філософ. наук : 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії. Київ, 2010. 23 с.
114. Українське Лонгітюдне Дослідження. Ukrainian Longitudinal Study (ULS) : метод. реком. з використання психодіагност. інструментів другої хвилі дослідж. / Максименко С.Д., Кокун О.М., Панок В.Г., Даниленко Г.М., Лінський І.В., Сердюк О.О., Бурлака В.В., Щербакова О.О., Лунченко Н.В. ; НАПН України, Ін-т психології ім. Г.С. Костюка, УНМЦ практичної психології та соціальної роботи ; НАМН України, ДУ Ін-т охорони здоров'я дітей та підлітків, ДУ Ін-т неврології психіатрії та наркології ; МВС України, Харків. нац. ун-т. внутр. справ ; Ун-т Вейна. Київ : Ін-т психології імені Г.С. Костюка НАПН України, 2021. 72 с.

115. Федорченко І.М. Становлення національного характеру українського народу: теоретико-методологічні засади. Київ, 2007. Вип. 11. С. 17–20.
116. Фундаментальна акмеологія – наука ХХІ століття : монографія / ред. кол. В.О. Огнев'юк, В.М. Гладкова, Я.С. Фруктова. Київ : Інтерсервіс, 2019. 206 с.
117. Хижняк А.А. Психологічна корекція професійних деформацій тренера-викладача : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.01. Київ, 2018. 260 с.
118. Христук О.Л. Психологія девіантної поведінки : навчально-методичний посібник. Львів : ЛьвДУВС, 2014. 192 с.
119. Чиханцова О.А. Психологія становлення життєстійкості особистості : дис. ... докт. психолог. наук : 19.00.01. Київ, 2021. 430 с.
120. Шагар В.Б. Сучасний тлумачний психологічний словник. Харків : Прапор, 2007. 640 с.
121. Швець О.М. Психологічні чинники становлення особистісної гідності в освітньому просторі : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.01. Київ, 2021. 236 с.
122. Шевченко С.В. Психологічні особливості розвитку довіри до себе у майбутніх психологів : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.07 – педагогічна та вікова психологія. Київ, 2018. 260 с.
123. Яровий Д.О. Психологічні практики громадянського протистояння в соціальних медіа : дис. ... канд. психолог. наук : 19.00.11 – політична психологія. Київ, 2019. 208 с.
124. Ярош Н.С., Щокіна Н.Б. Чутки як соціально-психологічний феномен сучасного суспільства. *Науковий семінар ХНУ ПС ім. І. Кожедуба*, 25 жовтня 2018. С. 62–65.

ПРЕДМЕТНИЙ ПОКАЗЧИК

- Авторитарна особистість 4
Авторитарність 5
Авторитет 5
Агорафобія 7
Агресивність 8
Агресія 9
Адаптація 10
Адаптивність 10
Аддитивне завдання 11
Адикція 12
Ажитація 13
Акме 13
Акомодація 15
Акселерація 16
Аксіальна комунікація 17
Активация 18
Активність 18
Актуалізація 19
Акультурація 20
Альтруїзм 22
Амбівалентність 23
Анкета 24
Анкетування 25
Аномалія 25
Антикультура 26
Антиципація 27
Апатія 28
Апперцепція 29
Артефакт 29
Артикуляція 30
Архетип 31
Асертивність 32
Асиміляція 33
Асоціація 34
Астенічні емоції 35
Атитюд 36
Атмосфера спілкування 37
Атракція 37
Атрибут 38
Атрибуція каузальна 40
Аудіальна комунікація 41
Аудіально-вербальна комунікація 41
Аудіально-візуальна комунікація 42
Аутгрупа 43
Аутокорекція 44
Аутсайдер 44
Афект 45
- Афіліація 46
- Бажаність соціальна 47
Базальна тривога 48
Базальні потреби 49
Бар'єр психологічний 50
Бар'єри соціальні 51
Бар'єри спілкування 52
Безпорадність набута 53
Безпосередня комунікація 54
Безробітний 55
Бесіда 57
Брехливість особистості 58
Брехня 59
- Валідність 59
Валідність методики 60
Велика соціальна група 61
Вербальний 62
Взаємодія 63
Взаємодія групова 64
Взаємодія міжособистісна 65
Вибірка 65
Визнання 66
Виховання 67
Відповідальність 68
Віра 69
Внутрішньогруповий фаворитизм 70
Внутрішньоособистісний конфлікт 71
Вплив 72
Вчинок 73
- Гендерна роль 74
Героїзм 75
Гідність 77
Гіпотеза 78
Готовність 79
Громадська думка 80
Група 81
Групова динаміка 82
Групова згуртованість 83
Групова сумісність 84
Групоутворення 85
Гуманізм 86
- Девіантна поведінка 87
Деіндивідуалізація 88
- Деліквентна поведінка 89
Депривація соціальна 90
Дискримінація міжгрупова 91
Дисципліна 92
Діада 93
Дія 94
Діяльність 94
Довіра 95
Духовність 96
- Експектація 97
Експектометрия 98
Експеримент 100
Екстремальні умови 101
Емпатія 102
Ергономіка 103
Етнічна група 104
Етнічна самосвідомість 105
Етнічні стереотипи 106
Етнопсихологія 108
Ефект 109
- Жест 110
Життєва перспектива 112
Життєвий вибір 113
Життєві плани 114
Життєвий шлях 115
Життєстійкість 116
- Зараження 118
Збори 119
Звичаї 120
Здоров'я 121
- Ідентифікація 122
Інтеграція групова 123
Інтерація 124
Інтерв'ю 125
Інтерпретація 126
- Каузометрія 128
Керівництво 129
Коллективоутворення 130
Компетентність 130
Компроміс 132
Комунікація 134
Контент-аналіз 135
Конфлікт 136
Конфлікт етнічний 138

Конформізм 139
 Концепція соціальних уявлень 140
 Лідер 142
 Лідерство 143
 Локус контролю 144
 Лонгітюдне дослідження 146
 Любов 148
 Мала група 149
 Маніпуляція 151
 Масова свідомість 153
 Масовий настрій 154
 Ментальність 155
 Метод 156
 Міжособистісна сумісність 158
 Міжособистісне спілкування 159
 Мода 160
 Мораль 162
 Навіювання 164
 Наслідування 166
 Натовп 167
 Національна самосвідомість 169
 Національний характер 170
 Невербальна комунікація 171
 Нонконформізм 172
 Обряд 174
 Опитування 175
 Організація 176
 Особистість 177
 Паніка 178
 Переговори 180
 Переконавання 181
 Перцепція 183
 Поведінка 184
 Позиція 185
 Політична соціалізація 186
 Поляризація групова 188
 Потреба спілкування 189
 Престиж 190
 Прикладна соціальна психологія 191
 Принцип 193
 Пропаганда 194
 Просоціальна спрямованість 196
 Публічний виступ 197
 Ранг 199
 Реклама 200
 Ресоціалізація 201
 Референтна група 202
 Референтометрія 204
 Рефлексія 205
 Роль 207
 Соціалізація 208
 Соціальна взаємодія 210
 Соціальна інгібіція 211
 Соціальна норма 213
 Соціальна психологія 214
 Соціальна роль 216
 Соціальна фасилітація 217
 Соціальний контроль 218
 Соціальні інститути 220
 Соціальні явища 221
 Соціометрія 222
 Спілкування 223
 Стереотипізація 225
 Уміння слухати 226
 Фасцинація 228
 Чутки 230

Електронне довідкове видання

**Роман Хавула,
Ірина Гриник**

ЕНЦИКЛОПЕДИЧНИЙ СЛОВНИК З СОЦІАЛЬНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

**Дрогобицький державний педагогічний університет
імені Івана Франка**

Редактор

Ірина Невмержиська

Технічний редактор

Лужецька Ольга

Коректор

Артимко Ірина

Здано до набору 22.06.2023 р. Формат 60x90/16. Гарнітура Times.
Ум. друк. арк. 15,375. Зам. 52.

Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка.
(Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до державного реєстру
видавців, виготівників та розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 5140
від 01.07.2016 р.). 82100, Дрогобич, вул. Івана Франка, 24, к. 31.