

### **Розділ III. Соціально-психологічні проблеми становлення особистості в умовах сучасної розвитку суспільства**

Токарева Наталя Миколаївна, завідувач кафедри загальної та вікової психології, кандидат психологічних наук, доцент КДПУ

#### **Психологічна детермінація особистісного становлення суб'єкта у змінних умовах буття**

Нестабільність сучасного соціального простору і системних змін у суспільстві обумовлюють необхідність модернізації та гуманізації соціальної взаємодії, переосмислення ключових механізмів та закономірностей функціонування особистості в нових соціальних умовах. Корегування моделей поведінки особистості в ситуації системних змін вимагає комплексного аналізу механізмів соціалізації і зокрема психологічних детермінант моделювання життєвих сценаріїв особистості. Особливої значимості в цьому контексті набувають соціально-психологічні аспекти самовизначення суб'єктів та самодетермінація психічного розвитку особистості, формування особистісних форматів інтегративної Я-концепції.

Аналіз теоретико-методологічних концептуальних положень щодо розвитку та формування особистості (Б.Г.Ананьєв, Л.І.Божович, Л.С.Виготський, Г.С.Костюк, О.М.Леонтьєв, С.Д.Максименко та інші), ключові ідеї філософсько-психологічної концепції С.Л.Рубінштейна щодо полісистемності буття людини та інтегральності її якостей і властивостей дозволяють визначати феномен особистості як категорію, що об'єднує і вибудовує психічний світ людини. Особистість – це форма існування психіки людини, яка являє собою цілісність, здатну до саморозвитку, самовизначення, свідомої предметної діяльності і саморегуляції та має свій унікальний і неповторний внутрішній світ [3, с.40]. У процесі психічного розвитку особистості реалізується її внутрішній потенціал – сукупність класичних «внутрішніх умов» (С.Л.Рубінштейн), властивостей особистості, що визначають її здатність до продуктивної життєдіяльності у напрямку підвищення якості життя і суб'єктивної стійкості (П.В.Лушин). Відповідно, однією із найбільш конструктивних позицій аналізу особистості є виділення в ній здатності до розкриття внутрішнього потенціалу на підставі індивідуальної своєрідності і особливостей соціального середовища. Системні зміни соціальної ситуації життєтворчості, що переживаються особистістю як суб'єктивно значущі, стимулюють активацію адаптаційних процесів та самоактуалізацію особистості, обумовлюють формування життєвої позиції.

Традиційно в якості базового механізму розвитку особистості психологами (Л.С.Виготський, Г.С.Костюк, О.М.Леонтьєв, П.Я.Гальперін,

О.Р.Лурія та інші) розглядається механізм інтеріоризації як операціональний зміст перетворення зовнішніх дій в ідеальні, що характеризує процес «привласнювання» соціально-культурного досвіду. С.Д.Максименко у контексті генетичної психології крім того наголошує на необхідності моделювання життєвого досвіду особистості шляхом актуалізації особистісно значущих потреб (нужди) людини [3, с.19]. Таким чином, структурна інтеграція соціально-психологічних та внутрішніх факторів становлення особистості та їх неоднозначне тлумачення у психологічній персонології доводить важливість вивчення детермінант моделювання особистісних конструктів людини. Особливо актуальною дана проблема є в умовах системних змін у суспільстві, що ускладнюють і модифікують процес становлення життєвої позиції особистості (концепція особистісного змінювання (П.В.Лушин)).

В багаторівневому, суперечливому процесі пристосування людини до змінних умов існування внутрішньоособистісні когнітивно-інформаційні процеси не є основними детермінантами, а діють згідно із соціальним нормативним контекстом. Наше «Я» конструюється і модифікується в соціальних умовах, змінюється залежно від соціального контексту і усвідомлення власної ідентичності. Від соціального середовища залежать наші установки і поведінка, що спричиняють особистісне змінювання суб'єкта – міжсистемний перехід до нових можливостей нової ідентичності, який має місце при переживанні людиною кризового досвіду (П.В.Лушин) і детермінує зміни життєвої позиції людини – способу самовизначення особистості у житті, узагальненого на основі її життєвих цінностей та основних потреб (К.А.Абульханова-Славська). В результаті зазнають змін і особистісні конструкти суб'єкта психічної життєдіяльності. Особистісний конструкт – це система понятійних моделей, що використовує людина для осмислення, інтерпретації чи прогнозування власного життєвого сценарію (ментального досвіду). Змодельований і зафіксований у персональному досвіді конструкт впливає на свідомому і несвідомому рівні на оточення людини і забезпечує специфіку соціальної самопрезентації суб'єкта.

Досліджуючи засоби оптимізації особистісного розвитку людини потрібно значну увагу приділяти з'ясуванню умов актуалізації внутрішнього потенціалу особистості, серед яких важливу роль відіграють середовищні фактори.

Самовизначення особистості відбувається під закономірним, але не завжди усвідомлюваним нею впливом соціального значимого оточення (реалізуються основні модальності соціального впливу) в результаті комунікативного моделювання особистісних конструктів. Комунікативне програмування особистісних конструктів передбачає вибір найбільш сприятливих суб'єктивно валідних форматів (формат – це найбільш адекватний каналу комунікації та очікуванням соціуму тип поведінки



особистості), що забезпечують ефективність гнучкого функціонування людини у певних умовах буття. В цьому плані цікавим є досвід західноєвропейської соціальної психології і зокрема дослідження соціальних психологів Оксфордського університету під керівництвом М. Argyle, які соціальну ситуацію розглядають як природний фрагмент соціального життя, що визначається включеними у нього людьми, місцем дії і характером виконуваних дій чи діяльності [Цит. за 6, с.284-285]. Узгодження означених елементів і визначає конструктивність (нормативність) чи деструктивність життєвого сценарію особистості.

Вивчення процесу формування теоретичної (концептуальної) моделі особистісного конструкту та визначення основних етапів персоналізації суб'єкта у нових змінних умовах життєдіяльності дозволяє виділити ключові етапи даного процесу:

- дисоціація або руйнування елементів ідентичності (або особистісного конструкту), що суперечать новим вимогам до соціально-рольової поведінки суб'єкта;
- невизначеність уявлень про шляхи конструювання нових особистісних конструктів;
- моделювання нових конструктів на підставі особистісного змінювання і конструювання нової ідентичності.

Вирішальним фактором адекватного комунікативного моделювання особистісних конструктів є психічна стимуляція, що забезпечує комунікативне програмування Я-концепції особистості і може актуалізувати потенційні можливості суб'єкта щодо особистісного змінювання і конструювання нової ідентичності.

Психічна стимуляція спричиняє психічні реакції особистості, які можна об'єднати у п'ять категорій (Ф.Зімбардо, М.Ляйппе):

- 1) поведінка,
- 2) інтенції поведінки – наміри, очікування, плани дій, що випереджають дії людини,
- 3) когніції – ідеї, що супроводжують вчинки людини, переконання, знання про поведінку,
- 4) афективні реакції – емоційні переживання задоволення – незадоволення,
- 5) установки – комплексні, сумарні оціночні реакції, що включають в себе інші компоненти [2].

Зважаючи на те, що виділені категорії визначають специфіку ментального досвіду особистості, їх можна розглядати як складові особистісного конструкту. Процеси пізнання і установки забезпечують ментальну репрезентацію об'єктів та явищ довкілля, відображення їх у свідомості.

Значимим елементом особистісного конструкту, таким чином, є установки, як найбільш узагальнені і системні форми реагування людини

на вплив середовищних факторів, що визначають готовність суб'єкта орієнтувати свою діяльність у певному напрямку (Ж.Пайяр, Ф.Олпорт, А. Валлон, Д.М.Узнадзе та інші [1,с.13-16]). Вплив ситуації викликає у суб'єкта, за словами Д.М.Узнадзе, цілісні зміни як відображення даної ситуації на тлі його потреб. Ця своєрідна форма відображення (установочне відображення), згідно з теорією Д.М.Узнадзе, не є ні споглядальним, ні дієвим, або практичним, відображенням. Це своєрідне цілісне відображення, на основі якого, залежно від умов, може виникати як споглядальне, так і дієве відображення. Його функція полягає у потенційному налаштуванні суб'єкта, створенні готовності до того, щоб у ньому проявилися саме ті психічні або моторні акти, які забезпечать адекватне ситуації споглядальне або дієве відображення. Тому зміст психіки суб'єкта і взагалі всю його поведінку можна визнати реалізацією цієї установки і, відповідно, вторинним явищем [4; 1]. В такому розумінні установку індивіда можна вважати первинною формою розв'язання задачі, попередньою умовою розгорнутої людиною поведінки [1,с.32], що дозволяє впливати на реальну поведінку особистості, моделюючи відповідні установки.

Аналізуючи феномен установки Д.М.Узнадзе підкреслює наступні характеристики:

- установка – це не частковий ізольований змістовний елемент свідомості, а певний цілісний стан суб'єкта;
- установка – це не один із проявів психічного життя людини, а момент динамічної визначеності;
- установка – це не будь-який частковий зміст свідомості людини, а цілісна спрямованість суб'єкта на певну активність, певну модель поведінки [4].

У цілісній єдності феномену установки можна виділити три групи компонентів: афективний компонент (емоційна реакція на об'єкт установки), когнітивний компонент (думки та уявлення про об'єкт), поведінковий компонент (дії по відношенню до об'єкта установки). Домінування одного із компонентів установки дозволяє виділяти різновиди установок:

- установки, засновані на емоціях, що виражають ставлення особистості до сприйнятої інформації;
- установки, сформовані когнітивно, на основі аналізу інформаційного контенту і усвідомлення понятійної значущості даного блоку досвіду;
- установки, засновані на поведінкових реакціях, що виявляються у системі вчинків особистості у конкретних соціальних ситуаціях.

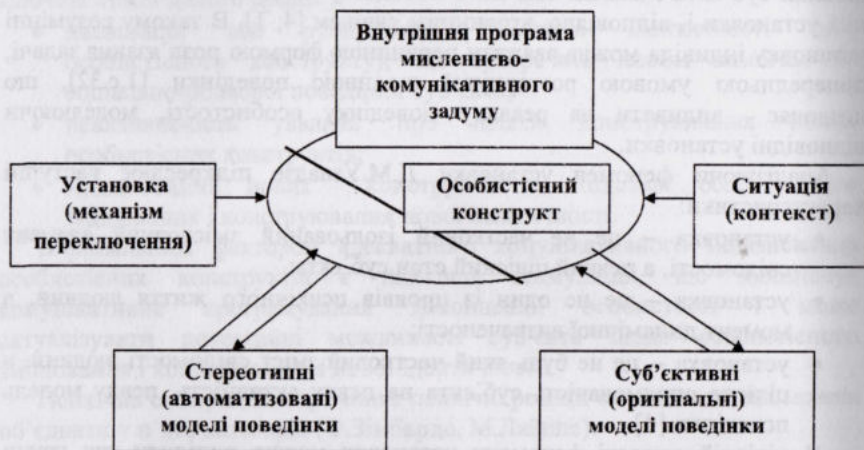
Установочна система влаштована так, що зміна одного компонента призводить до зміни системи в цілому. Тому комунікативне програмування може бути спрямоване на моделювання однієї із сторін установки (як



елемента особистісного конструкту), що дозволяє враховувати індивідуально-типологічні характеристики особистості і впливати на формування і закріплення у життєвому сценарії адекватної ситуації моделі поведінки (див. схему 1). Цілеспрямована соціально-психологічна стимуляція адекватних вчинків особистості забезпечить формування необхідної установки на реалізацію адаптивних моделей поведінки у змінних умовах буття. В результаті систематичного стимулювання (комунікативного програмування) відбувається перебудова індивідуального пізнавального досвіду, що призводить до появи оригінальних життєвих сценаріїв особистості.

Схема 1.

### Роль установки при комунікативному моделюванні поведінки



В цілому ж адаптивність особистості до змінних умов життя може стати результатом умілої маніпуляції засобами комунікативного програмування особистісного конструкта, комплексного освітньо-виховного впливу на особистість, зокрема у процесі фахової підготовки майбутнього спеціаліста.

Процес комунікативного програмування передбачає вплив на різні сторони поведінкового формату особистості, що характеризують цілісність самовираження суб'єкта у ситуації моделювання нових конструктів на підставі особистісного змінювання і конструювання нової ідентичності. Виокремлені системи комплексного впливу на особистість в процесі моделювання її особистісних форматів відповідають структурним компонентам установки як психічної готовності суб'єкта реагувати певним способом на вплив ситуації, що дозволяє передбачити необхідний результат стимулювання (таблиця 1):

## Система комунікативного програмування

<i>Системи впливу на поведінку людини</i>	<i>Етапи прийняття рішення</i>	<i>Комунікативне програмування</i>
Комплексне руйнування дезадаптивних елементів ідентичності	Тривожність, невпевненість, невизначеність поведінки як інтегруючі реакції на зміни особистісних конструктів	Конструктивне перетворення системи прийняття особистістю змін соціальної ситуації. Стимулювання самоорганізуючих елементів поведінки у контексті відкритих систем.
<i>Когнітивна система:</i> інтелектуальна обробка інформації, формування понять, ідей.	Знання, уявлення. Змінення ставлення до ситуації, модифікація інтерпретаційних принципів ситуації, усвідомлення домінуючого мотиву.	Констатація фактів. Обґрунтування, пояснення, позитивне ставлення до змін, використання позитивних спогадів, актуалізація досвіду, тренінгові вправи.
<i>Афективна система:</i> емоційний вплив, апеляція до почуттів.	Домінування переваг, симпатії-антипатії. Узгодження емоційної і когнітивної оцінки	Аргументація образами, апеляція до емоційної сфери, емоційні підкріплення. Порівняльні вправи.
<i>Конотативна система:</i> здатність до волевиявлення, здійснення вчинків.	Вибір, впевненість. Адаптація укріплюється активністю. Продуктивність орієнтовної та вольової активності. Збереження психологічної стійкості, задоволення самореалізацією у нових умовах.	Вплив активуючого характеру: заклики до здійснення вчинку, установки, приклади.

З метою перевірки означених теоретичних положень і вивчення особливостей комунікативного програмування Я-концепції особистості нами було здійснено дослідження самопрезентації суб'єктів.



Ментальна самопрезентація – це актуальний розумовий образ власного я (суб'єктивна форма відображення персональних конструктів), елемент оперативної форми ментального досвіду, що змінюється залежно від ситуації та інтелектуальних зусиль суб'єкта в процесі ментальної репрезентації.

В теорії інтелекту Дж.Брунера суб'єктивними засобами побудови репрезентації виступають способи кодування інформації. Дж.Брунер вважав, що ріст інтелекту передбачає, по-перше, розвиток трьох способів репрезентації дійсності (через такі модальності досвіду як дія, образ і слово) і, по-друге, інтеграцію різних форм суб'єктивного відображення подій (у вигляді узгодження різних модальностей досвіду, а також співвіднесення актуального досвіду з минулим і майбутнім досвідом). Когнітивна компетентність в цих двох сферах і обумовлює можливість виходу індивідуальної свідомості за межі безпосереднього часу і заданого простору, що і є, за Дж.Брунером, одним з основних критеріїв інтелектуального розвитку [5,с.99]. Однією з форм ментальної репрезентації особистості є самопрезентація, як вираження Я-концепції.

Враховуючи, що Я-концепція об'єктивується лише у інтроспективному аналізі, ми вважали необхідним отримати уявлення про змістовні характеристики «образу Я» студентів КДПУ, що презентуються ними у системі самокатегоризації. Вибірку склали студенти 1 – 3-го курсів географічного факультету КДПУ у кількості 73 осіб.

Серед студентів за допомогою методики вільного опису (модифікація тесту М.Куна) із подальшим контент-аналізом були виявлені найбільш значимі для даної категорії респондентів контент-блоки ментальної самопрезентації. Аналіз отриманих результатів дозволив виокремити найбільш значимі смислові категорії, що визначають критерії самоідентифікації та життєвих планів юнаків, та порівняти динаміку змін у самокатегоризації студентів I та III курсів (таблиця 2):

Таблиця 2

**Динаміка змін значущості категорій самопрезентації студентів**

Категорії самопрезентації	Кількість студентів (у %), що використали дану категорію у самоописі	
	I курс	III курс
Соціально-статусні параметри аналізу	73,3%	44,4%
Гендерні параметри аналізу	6,7%	5,5%
Особистісні якості	73,3%	66,7%
Інтелектуальні властивості	6,6%	5,5%
Інтереси, захоплення	33,3%	33,3%
Соціальна поведінка	33,3%	61,6%
Ціннісні орієнтації	13,3%	55,5%
Професійне визначення	6,6%	16,6%

Кількісний аналіз сентенцій самопрезентацій студентів виявив первинність об'єктивних характеристик при моделюванні образу-Я респондентами, після чого використовуються категорії суб'єктивного плану (оцінки себе і особистісних якостей, інтересів, захоплень тощо). Цікаво, що категорії означення вікових та гендерних параметрів самоаналізу в самоописах студентів практично відсутні, що свідчить про їхню малозначущість для самопрезентацій. На наш погляд, це може бути пов'язано із дифузністю его-ідентичності суб'єктів у змінних умовах соціального розвитку, що спричиняє переживання власної соціальної, економічної залежності, невизначеність життєвих позицій. Крім того загальна фемінність освіти стереотипно не потребує виявлення гендерних характеристик у професійній підготовці фахівців у педагогічному університеті, що й знецінює дану категорію самопрезентації.

Порівняння презентаційних контент-блоків респондентів, що знаходяться на різних стадіях професійного становлення, засвідчило наявність певної динаміки. У ментальному образі студентів-першокурсників переважають категорії соціально-статусного параметру («студент, майбутній професіонал»), що є свідченням визнання нової статусної позиції) – 73,3%, а також аналіз особистісних якостей – 73,3%; менш вираженими є категорії, що визначають інтереси, захоплення (33,3%) та значущі аспекти соціальної поведінки особистості (33,3%). У ментальному образі студентів III-го курсу переважають категорії, що характеризують особистісні якості (66,7%) та соціальну поведінку особистості (61,6%). Значущою є також категорія ціннісних орієнтацій суб'єкта (55,5%), що свідчить про особистісне самовизначення та диференціювання Я-концепції серед студентів даної групи в результаті інтеріоризації культурно-історичного досвіду, отриманого у процесі навчання. Визначення категорії соціально-статусного плану, хоча й залишається у самоописах респондентів, проте її частотність знижується (44,4% проти 73,3% у першокурсників). Суб'єктивно значущими для студентів III-го курсу стає також категорія професійного самовизначення, планування майбутньої професійної діяльності (16,6% проти 6,6% у першокурсників), що пояснюється поглибленим вивченням фахових дисциплін згідно із навчальними планами. У той же час такі категорії аналізу як гендерні параметри, інтелектуальні якості, інтереси та захоплення студентів у генезі майже не змінюються.

Таким чином, можна стверджувати, що освітньо-виховний вплив на різні сторони поведінкового формату особистості у ситуації моделювання нових конструктів у змінних соціальних умовах забезпечує конструювання нової ідентичності.

Формування компетентного конкурентноспроможного професіонала сфери освіти вимагає комплексного підходу до професійної підготовки фахівця, що передбачає поєднання особистісного, когнітивного і



деонтологічного формуючих впливів, що обумовлюють зміни установок та поведінкових форматів особистості. Цілеспрямоване комунікативне програмування особистісних конструктів має відповідати наступним стратегічним принципам :

- акцент на ресурсах особистості, врахування індивідуальних можливостей та особливостей поведінки;
- аналіз попереднього досвіду, світогляду, інтересів особистості;
- позитивістський підхід: нетеоретичне, нестандартизоване бачення проблеми, опір на суб'єктивістську віру особистості у власні можливості;
- орієнтація на майбутнє особистості;
- співробітництво і відкритість у стосунках із усіма суб'єктами навчально-виховного процесу;
- технічна пластичність, володіння необхідними знаннями та уміннями психологічної допомоги особистості.

Реалізація означених принципів в системі психологічного супроводу інноваційної особистості в закладах освіти дозволить якісно змінити ефективність моделювання інноваційної діяльності та життєвих сценаріїв особистості.

#### Список використаних джерел:

1. Бжалава И.Т. Психология установки и кибернетика.- М.: Наука, 1966 – 250с.
2. Зимбардо Ф., Ляйше М. Социальное влияние. – СПб.: Питер, 2000 – 448с.
3. Максименко С.Д. Генеза здійснення особистості. – К.: ТОВ «КММ», 2006. – 240с.
4. Узнадзе Д.Н. Психология установки. – СПб.: Питер, 2001 – 416с.
5. Холодная М.А. Психология интеллекта. Парадоксы исследования.– СПб.: Питер, 2002 – 272с.
6. Шихерев П.Н. Современная социальная психология. – М.: ИП РАН; КСП +; Академический Проект, 1999. – 448с.

Жураковська Ірина Олександрівна,  
студентки педагогічного ф-ту КДПУ

### **Вплив засобів масової інформації на рівень сугестивності у підлітків**

Живучи в сучасному світі, ми постійно стикаємося з засобами масової інформації. Вони стали невід'ємною частиною нашого життя. Вважається, що якщо ти не користуєшся такими джерелами, то ти людина несучасна і, м'яко кажучи, дивна. З роками підвищується тиск ЗМІ на свідомість та підсвідомість людини, інформаційний вплив стає настільки завеликим, що стають помітними результати такого впливу. Підвищення агресивності, злочинності, тривожності, і навіть частота психічних



захворювань говорять самі за себе. Ми просто перевантажені зайвою інформацією, яка зазвичай не несе ніякої користі.

Не можна однозначно казати, що ЗМІ не несуть нічого позитивного, іноді вони стають гарним прикладом для людей сучасності. Але, як вже повелося, чомусь більшість людей приваблюють ті вчинки та герої, які досягають свого за допомогою сили та агресії. Перш за все кінофільми формують образ головного героя як такого, що різними засобами досягає поставленої мети. І ми співпереживаємо, турбуємося про цього героя, навіть якщо він поводить себе жорстоко і прибігає до насильства.

У зарубіжній та вітчизняній психології проблема впливу ЗМІ на людину отримала доволі широку розробку (А.Бандура, Л.Берковіц, А.Басс, А.Кемпбел, С.Фешбах, Н.Міллер, Д.Річардсон, Знаков В.В., Князева О.Н., Реан А.А., Румянцева Т.Г., Семенюк Л.М., Фурманов І.А., Осницький А.К., Левітов Н.Д.). Але, не дивлячись на велику кількість робіт з даної проблеми, в її вивченні залишаються невирішені питання, так як кількість проявів результату такого впливу лише збільшується.

Об'єктом дослідження є сугестивність підлітків як якість особистості.

Предметом – вплив засобів масової інформації на сугестивність підлітків як феномен сьогодення.

Гіпотеза – в результаті частого використання джерел засобів масової інформації та певний їх зміст впливають на підвищення рівню сугестивності у підлітків.

Завданнями дослідження є:

1. Обробка наукової літератури з метою дослідження ступеня розробленості та вивчення даної проблеми.
2. Організація та проведення діагностичного дослідження, спрямованого на виявлення взаємозв'язку ролі ЗМІ в житті підлітків та певного рівню сформованої сугестивності в них.
3. Обробка та інтерпретація отриманих результатів та виявлення основної тенденції впливу ЗМІ на сугестивність підлітків.

Телебачення має велику привабливість для людини, формує уподобання, стиль мислення та поведінки. Це пов'язано з механізмами його впливу на людину.

Телебачення серед усіх інших засобів інформації є засобом масової комунікації, що найлегше сприймається людиною, бо, порівняно з читанням газет або ж прослуховуванням радіо, тут людина докладає найменше розумових зусиль. Нині телебачення стало найдоступнішим видом відпочинку для більшості населення, способом забуття. Для дітей, яких змалку дорослі намагаються залучити до світу абстрактних знань і навчання, для школярів та студентів — це відпочинок від холодної логіки, підрахунків, штучних понять і незрозумілих формул.

Отже, телебачення за своєю природою та соціальними функціями має величезні можливості впливу на внутрішній світ і поведінку людини.

Експерт із питань телебачення О. Ларсен підрахував, що середній 18-літній американський юнак уже має на своєму "рахунку" 1700 годин, проведених перед телевізором, і 15 тисяч спостережуваних актів убивств. Інші дослідники приводять ще більші цифри (20 тисяч актів убивств й 100 тисяч сцен іншого насильства). Американський дослідник Д. Гербнер запропонував використати спеціальний "індекс насильства" VI (Violence Index) для визначення ступеня "агресивності" телепродукції за певний період часу [2].

Виникає питання: чи не може це бути наслідком того, що людина, яка сильно здатна до навіювання, сприймає насильство на екрані як щось таке, що не несе в собі чогось аморального та неправильного. Адже улюблені герої, такі відважні, сильні, просто «круті» доводять за допомогою насильства свою правоту. І що поганого в тому, що людина буде наслідувати таку поведінку як найбільш сприйнятливую в такому жорстокому сучасному світі конкуренції? Звісно, так думають далеко не всі, але за даними досліджень цього питання кількість таких людей катастрофічно збільшується. Звідси і збільшується рівень злочинності, тривожності, віктимної поведінки, тобто такої поведінки, що являє собою дії потенційної жертви.

Маленькі діти сильніше сприймають сцени насильства в силу своєї несформованої психіки. Однак, у підлітків більше можливостей продемонструвати те насильство, якому вони навчилися в ранньому віці. Дані 1992 року показали, що рівень убивств у США, Канаді й Південній Африці підвищився через 10-15 років після поширення телебачення і що серйозно зріс рівень насильства, в першу чергу серед дітей [1].

Якщо говорити про характер впливу ЗМІ на молоду людину, то можна виділити два типи впливу. Справа в тому, що засоби масової інформації можуть мати і позитивний вплив, наприклад:

а) ЗМІ тримають молодь у курсі останніх подій;

б) можуть підвищувати загальний рівень культури населення, в тому числі політичної, економічної та соціальної;

в) засоби масової інформації слугують для інформування населення.

На основі аналізу різних аспектів вивчаємої проблеми, було організовано експериментальне дослідження. Воно було проведено на базі Криворізької педагогічної гімназії у 7, 8, та 9-му класах. Всього у експериментальну вибірку увійшло 64 учня, серед яких 29 хлопців та 35 дівчат. Для діагностики взаємозалежності рівня сугестивності та впливу ЗМІ були взяті наступні методики:

1. Методика Нечаєва, спрямована на вивчення сугестивності особистості.

2. Тест «Чи телеман я?», спрямований на дослідження впливу переглянутого на свідомість і формування стереотипів [3].



3. Методика визначення вразливості особистості до маніпуляції О.Мерзлякової та О.Колісник, спрямована на визначення того, наскільки молода людина підпадає під маніпулятивний вплив [4].

4. Авторська анкета, що складається з 10 запитань, метою якої є виявлення кількості проведених годин перед екраном, телевізійні переваги, улюблені кіножанри і т.д.

Отримані результати виявилися доволі цікавими, але дещо очікуваними. Можна почати з того, що виходячи з даних методик, що спрямовані на вивчення сугестивності та маніпулятивності досліджуваних, було виявлено в цілому з 64 випробуваних 42,2% (27 осіб) з низьким рівнем сугестивності, 43,8% (28) – з середнім та 14% (9) з високим рівнем. За іншим тестом на телеманію їм відповідають такі показники: телеманів виявилось 12,5%, осіб з середнім рівнем потреби у постійному перегляді телевізійних передач та кінофільмів – 76,6%, з низьким рівнем – 10,9%. Це краще видно з гістограми, що наведена нижче.



Мал. 1. Гістограма з показників сугестивності та рівнів потреби у перегляді телевізора

- 1 – високий рівень показників сугестивності і телеманії.
- 2 – середній рівень показників сугестивності і телеманії.
- 3 – низький рівень показників сугестивності і телеманії.

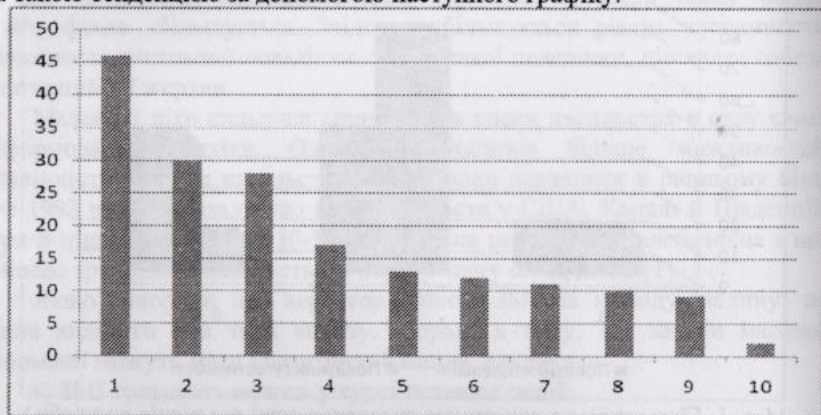
Такі дані можуть говорити про те, що є певний зв'язок між потребою в частому перегляді телевізора і рівнем сугестивності. Як показало це дослідження, високий рівень сугестивності співвідноситься з показником великої потреби у постійному перегляді різної телепродукції.

Взагалі серед усіх джерел засобів масової інформації найбільше віддають перевагу телебаченню – 81,2%. Майже в два рази менше витрачають час на інтернет – 45,7%. Невеликий процент випробуваних

обрав радіо – 15,3%, і менше за все віддають перевагу пресі – всього лише 7%. Це при тому, що кожен міг обрати декілька джерел одразу.

Більшість учнів надає перевагу закордонним фільмам, а саме: на першому місці стоять Сполучені Штати Америки, на другому – Австралія, Англія. Менше обирали фільми таких країн як Японія, Китай та Росія. Серед усіх випробуваних українські фільми дивляться лише 9,4%. Це, скоріше за все, говорить про низький авторитет вітчизняної кінопродукції. Закордонні фільми здаються більш якісними, потужними, яскравими, допомагають відійти від звичного нам життя.

У окремому питанні були представлені на вибір різні кіножанри, серед яких потрібно було обрати улюблені. Діти мали змогу обирати декілька жанрів одразу. Цікавим є той факт, що найбільше обрали такий жанр як комедія, на другому місці – фільми жахів та містика, трохи менше люблять бойовики та детективи. Ще менше віддають перевагу мелодрамам, трилерам, детективам, документальним фільмам та мюзиклам. Майже ніхто не обрав фантастику. Краще можна прослідкувати за такою тенденцією за допомогою наступного графіку.



Мал. 2. Гістограма рейтингу улюблених кіножанрів

- |                   |                           |
|-------------------|---------------------------|
| 1 – комедії;      | 6 – мелодрами;            |
| 2 – фільми жахів; | 7 – трилери;              |
| 3 – містика;      | 8 – документальні фільми; |
| 4 – бойовики;     | 9 – мюзикли;              |
| 5 – детективи;    | 10 – фантастика.          |

На питання, який телевізійний герой подобається їм більш за все, багато випробуваних відповідали, що це герої містичних або гумористичних серіалів. Декілька відповідей було на користь українських телеведучих, які подобаються за те, що вони мають гарне почуття гумору і фізично дуже привабливі. Дехто відповів, що їм подобаються містичні



герої, а саме ті, хто грає вампірів. Цікавим є той факт, що улюблених героїв не змогли назвати 12 осіб. Пропорційно цьому у цих людей спостерігається низький рівень навіюваності і вони взагалі небагато часу слідкують за засобами масової інформації.

Ще було поставлене питання про те, як досліджувані реагують на зображення насильства на екрані. Дещо шокуючим є той факт, що 28% серед усіх досліджуваних можуть спокійно дивитися на це і при цьому не виникає ніяких негативних почуттів, адже, за їхніми відповідями, це відбувається лише на екрані. Тих, кому подобаються сцени насильства, виявилось 9,4%. Вони пояснили це тим, насильство чинять «круті» герої і це надає їм певних переваг. Усі інші відповіли, що їм не подобаються сцени насильства, вони викликають почуття обурення, тривоги, відрази. Дехто навіть одразу перемикає канал.

Таким чином, аналіз наукових джерел з питань досліджуваної проблеми та проведене експериментальне дослідження показало, що є певний зв'язок між сугестивністю та тим, чи є улюблені герої та хто вони, чи наслідують вони в дечому їх поведінку. Найбільше перевагу із усіх доступних джерел засобів масової інформації віддають саме телебаченню, як найбільш доступному, необтяжливому та різноманітному за своїм змістом. Також є взаємозалежність між високим рівнем навіюваності та високою потребою у частому використанні джерел телебачення. Але не можна назвати цю залежність стовідсотковою. Тому гіпотеза дослідження частково підтвердилася.

Неможливо уявити сучасний світ без телебачення, інтернету, преси та радіо. Ми дуже багато кажемо про негативний вплив джерел засобів масової інформації, але воно може нести і дещо позитивне для кожного з нас. Адже можна наслідувати вчинки гарних героїв, використовувати ЗМІ для виховання молодого покоління. Залишається лише поставити перед собою мету виносити з них лише щось корисне та прекрасне. Насилля на екрані буде до того часу, доки не зникне попит на нього, тобто поки ми не змінимо самих себе.

Список використаних джерел:

1. Комарова Н.М. Вплив ЗМІ на різні аспекти способу життя молоді./Надія Миколаївна Комарова//Психологічна газета. – 2006. - №23 – с.29-32.
2. Дроздов А. „ Агрессивное” телевидение: соц.-психол. Анализ феномена// Социс. – 2001. - №8 – С.62-67.
3. Щорс В. Негативний вплив ЗМІ на молодь./Вадим Щорс, Олена Столяренко//Психолог. – 2009. - №31-32. – с.44-58.
4. Мерзлякова О., Колісник О. Дослідження вразливості до маніпуляційного впливу./Олена Мерзлякова, Ольга Колісник//Психолог. – 2008. - №12. – с.10-14.

5. Холод О.М. Інмутація та маніпуляція в ЗМІ//Вісник міжнародного центру «Людина»: мова, культура, пізнання». – К., 2006. – Т.8. – с.56-61.
6. Левченко Л. Психологічні особливості діяльності ЗМІ//Людина і політика. – 2001. - №2. – с.103-108.
7. Петрунько О. Агресивне телебачення та його деструктивний потенціал// Освіта і управління. – 2004. - №3-4. – С.94-96.
8. Чорна Л. Сучасне телебачення та його вплив на внутрішній світ і поведінку людини// Психолог. – 2003. - №46. – С.18-21.
9. Мащенко Г.Г. Горизонти всесвітнього телебачення. – К.: Знання УРСР,1991. – 48с. – (Сер.4. „Планета людей” №1).
10. Михалкович В.И. Зритель перед телеэкраном. – М.: Знание,1983. – 48с. – (Новое в жизни, науке, технике. Сер. „Искусство”; №4).
11. Сайко. У тенетах телебачення. [Про негативний вплив телебачення на людину]// Арка. – 2004. - №3. – С.5.



### **Психологічні феномени маніпулятивної взаємодії**

В сучасній науці особливої гостроти набуває проблема психологічних феноменів маніпулювання. Сучасна людина постійно зустрічається з цим у своєму житті. Більш того, кожний з нас є своєрідним маніпулятором. Багато хто вважає маніпулювання винятково негативним феноменом, але ми будемо намагатися розглянути цю проблему під дещо іншим кутом зору, і покажемо, що маніпулювання стосується не лише шахрайства, а й, наприклад, педагогічної діяльності. Адже навчання і виховання – це своєрідне управління дитиною, з метою досягнення певних педагогічних завдань. Вдале використання психологічних феноменів маніпулятивної взаємодії може допомогти підвищити і покращити рівень знань учнів та допомогти їм досягти психологічного комфорту. Таким чином, *актуальність* цієї роботи полягає в необхідності вичерпного розуміння понять “маніпулювання” та “феномени маніпулятивної взаємодії” та вміння застосовувати прийоми конструктивного маніпулювання для покращення учбових досягнень учнів.

Даному питанню присвячено багато робіт. Серед них праці Д.Карнегі, який одним із перших розробив засади позитивного маніпулювання людьми [1]. Досить плідно розробляв у своїх працях цю проблему Е.Шостром. Він запропонував класифікацію маніпуляторів [2]. Варто також звернути увагу і на доробки психолога В.Шейнова. Він визначив можливі шляхи маніпулювання людиною [3].

Звісно, існує багато поглядів на цю проблему і всі їх неможливо звести до однієї системи.

Таким чином, *об'єктом* вивчення є сфера міжособистісних відносин.

*Предметом* даної роботи є психологічні феномени маніпулятивної взаємодії.

*Гіпотеза:* психологічними наслідками маніпулятивної взаємодії можна вважати підвищену сугестивність та неадекватно завищену або занижену самооцінку, неадекватно занижений або завищений рівень домагань, але при конструктивній взаємодії “викладач – студент” можливо сприяти зниженню сугестивності, врегулюванню самооцінки та рівня домагань.

Таким чином, *мета* цієї роботи полягає у вивченні та виявленні психологічних наслідків маніпуляції у взаємодії типу “суб’єкт - суб’єкт”.

*Методи:* гіпотетико-дедуктивний, кількісно-якісний аналіз, тестування.

*Методики:* тест Дембо-Рубінштейн [4], тест на перевірку сугестивності (за Нечаєвим)[5].

Нами було проведено дослідження, яке мало на меті визначити рівень самооцінки та сугестивності, тому що саме ці показники є найбільш вразливими при маніпулюванні людиною, як в негативному так і в позитивному сенсі. Дослідження проводилося серед студентів Криворізького педагогічного університету та Криворізького технічного університету. Загальна вибірка - 25 студентів.

У першій частині дослідження діагностувався рівень самооцінки студентів, при цьому вони мали відмітити на вертикальних шкалах рівень розвитку (реальний та ідеальний) особистісних якостей, рівня домагань. Студенти мали оцінити себе за такими критеріями як: здоров'я, розум, характер, авторитет у однолітків, вміння робити щось власноруч, зовнішність, впевненість у собі.

При підбитті підсумків першого тестування ми отримали такі результати (див. табл. 2).

Таблиця 2

**Визначення рівня самооцінки**

Параметр	Кількісна характеристика			
	низький	середній	високий	Завищений
Рівень домагань (х)	2	7	13	3
Рівень самооцінки (-)	2	6	15	2

З наведеної вище таблиці, можна бачити, що більша частина студентів має високий рівень самооцінки та високий рівень домагань,



тобто вони отримали за результатами тестування з визначення самооцінки від 60 до 74 балів та від 75 до 89 балів з визначення рівня домагань. Варто зазначити, що така картина є досить типовою для зрілого юнацького віку.

Дослідник І.С. Кон, зокрема зазначає, що домагання, пов'язані з майбутньою професійною діяльністю та сімейним життям у юнаків та дівчат є досить реалістичними. Але в сфері соціального розвитку та матеріальної забезпеченості їх рівень домагань значно завищений. Дослідник звертає увагу на те, що в оцінці себе та своїх планів на майбутнє юнаки та дівчата страждають на "фантазійність", саме цей фактор обумовлює у більшості юнаків і дівчат існування так званого "юнацького максималізму" та сприяє становленню неадекватно завищених самооцінки, і рівня домагань [6].

За допомогою таблиці, можна також легко визначити, що другою за кількістю осіб є група студентів з середнім рівнем самооцінки та середнім рівнем домагань (від 45 до 59 балів з визначення самооцінки, та від 60 до 74, відповідно, з визначення рівня домагань). Ця тенденція може здатися дещо дивною, адже згідно викладеного вище матеріалу, другою за кількістю мала б бути група студентів з завищеним рівнем самооцінки та домагань. Але таку тенденцію можна легко пояснити. Зокрема Е.І. Туревська зазначає, що саме у період зрілої юності у людини вже є більш-менш сформована світоглядна концепція, хоча її формування ще не завершено, саме тому деякі юнаки вміють себе оцінювати більш адекватно ніж інші, але тут важливу роль відіграє ще й життєвий досвід юнака, а також вдало пройдений етап кризи ідентичності. Остання відіграє значну роль у становленні самооцінки людини та рівня її домагань, адже саме відчуття ідентичності дозволяє людині тверезо оцінити себе з певними критеріями, визначеними для кожної соціальної ролі. Стан дифузії (невизначеності) позбавляє юнака таких орієнтирів, і як результат – перебільшення своїх можливостей та здібностей. Тобто, ми вважаємо, що середній рівень домагань та середній рівень самооцінки притаманний тим юнакам і дівчатам, які успішно подолали кризу ідентичності та мають сформовану у деякій мірі світоглядну позицію.

Але за таблицею можна визначити, що деякі юнаки та дівчата мають завищену самооцінку та завищений рівень домагань (рівень самооцінки від 75 до 100 балів та від 90 до 100 балів за рівнем домагань). Як ми вже зазначали, невелика кількість людей з завищеною самооцінкою є типовою для зрілого юнацького віку. І. С. Кон вказує на те, що завищена самооцінка утворюється тоді, коли реальні можливості юнака не співпадають з його домаганнями. Тобто юнак прагне зробити багато, але може ще досить мало. Розвитку адекватної самооцінки у цьому віці заважає низька самокритичність, надмірне самолюбство та егоїзм [6].

Як правило, студенти з завищеною самооцінкою намагаються грати роль найрозумнішого в колективі. І викладачі не маючи відповіді на питання цих студентів, роблять чи не найгіршу помилку, - просто глузують з них. Але як ми вже зазначали, головне – це не задіти самолюбство студента. Наведемо приклад вдалої у цьому випадку маніпуляції.

*Студент: а чому ліберальна партія вибрала у якості свого символу саме віслиюка, а не якусь іншу, більш благородну тварину?*

*Викладач: Досить цікаве питання. Тут є над чим подумати. Нажаль, я не можу відповісти на це питання зараз, але наступного разу обіцяю розповісти вам про це. Та якщо ви щось про це знаєте, або, можливо, маєте певні припущення стосовно цього питання, ми з задоволенням Вас вислухаємо.*

Так маніпуляція, на наш погляд, є досить вдалою, адже дає змогу проявити себе, а не замикатися на собі та на своїй винятковості, яку, на його думку, не здатні оцінити інші.

Якщо ж звернути увагу на тих, хто за результатами тестів набрав менш ніж 45 балів з визначення самооцінки та менш ніж 60 з визначення рівня домагань, тобто має низьку самооцінку і низький рівень домагань, то можна спостерігати зворотну тенденцію. У цьому випадку адекватної самооцінки заважає підвищена самокритичність, сором'язливість, невпевненість, постійне почуття провини.

Юнаки та дівчата, які мають занижену самооцінку, як правило, дуже пасивні та досить неохоче включаються у роботу під час пари. Наведемо наступний приклад, який міг допомогти покращити цю ситуацію.

*Викладач пропонує групі зробити колективну творчу справу (КТС) і наголошує на тому, що в разі успішного її виконання вся група отримає залік автоматом, якщо ж ні – написання залікової роботи буде обов'язковим. Викладач обирає оргкомітет КТС, до якого пропонує людей, які менш за все проявляли ініціативу на парах або просто соромилися виступати. Викладач акцентує увагу на тому, що від вміння організувати та розподілити забор'язання залежить успіх КТС, а отже – і успішне складання заліку. На наступному занятті група демонструє значні результати, і викладач підбиваючи підсумки надає високу оцінку роботі оргкомітету та всій групі в цілому.*

Така маніпуляція, на наш погляд, може привести до значних результатів, адже значна відповідальність, покладена на студентів та висока оцінка викладача, є двома досить впливовими факторами, які дають їм змогу відчутти свою значимість та побачити, на що вони здатні.

Варто звернути увагу і на той факт, що, як правило, висока самооцінка супроводжується високим або завищеним рівнем домагань, іноді, середнім. Середня самооцінка супроводжується середнім, частіше,



високим рівнем домагань. Відповідно, низька самооцінка супроводжується низьким, іноді середнім рівнем домагань. Це дає нам змогу зробити висновок, що саме самооцінка обумовлює рівень домагань. Тобто самооцінка дає ключ маніпулятору до маніпулювання прагненнями людини, адже за допомогою вдалого впливу на самооцінку можна добитися коригування життєвих планів та цілей особистості.

Друга частина нашого дослідження присвячена визначенню рівня сугестивності у студентів. Для цього нами було використано тест за методикою Нечаєва. За методикою проведення цього тесту було обрано репродукцію картини Тиціана “Вахх та Аріадна”, яку студенти мали уважно розглядати протягом 30 секунд. Після того як час вийшов студентам було запропоновано 10 тверджень, з якими вони могли або погодитись, або заперечити їх.

При підбитті підсумків другої частини тестування ми отримали такі результати (див. табл. 3).

Таблиця 3

### Визначення рівня сугестивності

Рівень сугестивності	Кількість досліджуваних
низький	7
середній	16
високий	3

З наведеної вище таблиці можна бачити, що більшість студентів має середній рівень сугестивності, тобто за результатом тесту вони набрали від 61 до 90 балів. Цей факт, зокрема, можна пояснити тим, що у пізньому юнацькому віці хоча ще не до кінця сформовано світоглядну позицію, та людина вже має певні орієнтири. В неї сформоване критичне мислення, тобто може критично оцінювати подану інформацію, але нова соціальна ситуація розвитку дещо дезорієнтує людину. Вона у цей період вступає в доросле життя і має вирішувати проблеми самостійно. Саме у цьому віці юнаки роблять перший серйозний вибір у житті – вибір професії. Тому у пізньому юнацькому віці досить часто виникають вагання.

Тому дуже важливо навчити людину самостійно робити вибір та вміти його обґрунтовувати. Наведемо приклад вдалого, на нашу думку, маніпулювання (при проблемному навчанні).

*Викладач пропонує студентам розв'язати певну проблемну задачу у групах або індивідуально. Обов'язковою умовою є обґрунтування вибору певного рішення задачі. Студент, який пропонує найбільш доцільний та обґрунтований розв'язок, отримує найвищий бал.*

Використання проблемного навчання може привести до значних результатів, воно заставляє людину думати, шукати власний шлях, власний метод. Більш того, висока оцінка мотивує студентів бути активними. Тому проблемне навчання є досить вагомим фактором впливу.

Але вагання юнака або дівчини є не єдиним фактором, що сприяють підвищенню сугестивності. Важливим є той факт, що саме у цей період людина найбільш схильна до конформності, тобто пристосування до інших, особливо до однолітків. Однолітки відіграють важливу роль в житті юнака, тому що саме від них він отримує інформацію, яку з тих чи інших причин йому не надають дорослі, тому відсутність спілкування з однолітками може затримати його психосексуальний розвиток або надати йому нездорового розвитку.

Не менш важливим є і той факт, що проявляючи конформність, юнак реалізує свою потребу належати до певної спільноти людей та потребу у повазі, а це за Маслоу – фундаментальні потреби людини.

Другим за кількістю осіб є низький рівень сугестивності (від 30 до 60 балів). Низький рівень сугестивності зазвичай є притаманним людям, які наділені такими якостями як сильний тип нервової системи, швидкий темп психічної діяльності, інтровертивність, скептичність, нетривожність, упертість, непослушливість, високий рівень прагнення до самовираження та самоствердження, притаманність творчого мислення, прагнення до самостійності у труді. Деякі з цих властивостей притаманні та навіть характерні для юнацького віку, тому це може пояснити той факт, що на другому місці за кількістю осіб саме низький рівень сугестивності.

Більш того явище сугестивності є динамічним. Воно залежить від дуже багатьох факторів зокрема, від обмеження часу, яке дають людині на прийняття рішення, від стану здоров'я та навіть від гендерної приналежності. Так вважається, що дівчата, особливо в підлітковому та юнацькому віці більш схильні до сугестії ніж хлопці.

Також варто зауважити, що деякі юнаки у цей час починають працювати і відокремлюються від батьків, це сприяє становленню самостійності та відповідальності за прийняті рішення, що може посприяти зниженню сугестивності.

Найменша кількість – це люди, які за результатами тестування набрали 91 і більше балів, тобто ті, у кого високий рівень сугестивності. Такий показник рівня сугестивності пов'язаний з такими якостями людини як тривожність та почуття провини, що в свою чергу є показником емоційної нестабільності. Така емоційна нестабільність притаманна юнакам, які знаходяться у стані дифузії, тобто, ще не подолали кризи ідентичності. Такі люди зазвичай довірливі, тривожні, піддатливі, флексибільні, старанні, для пізнавальної діяльності таких



людей характерним є репродуктивне мислення, як правило, мають слабкий тип нервової системи. Такі юнаки та дівчата легко піддаються впливу субкультур. Ще один фактор, який впливає на формування підвищеної сугестивності – це також конформність, яка, у цьому випадку, спирається на те, що юнак не здатен спиратися на свої власні сили у вирішенні проблем.

Нами вже було встановлено зв'язок між рівнем домагань та рівнем самооцінки. Та не менш важливим питанням є визначення взаємозв'язку між вищезазначеними критеріями та рівнем сугестивності. Ми вважаємо, що визначити це є досить важливим, адже саме розглянуті у взаємодії ці якості особистості можуть дати ключ до успішної маніпулятивної взаємодії у педагогічній діяльності. На основі співвіднесених даних за двома частинами тесту ми зможемо розробити певні рекомендації щодо використання рівня сугестивності та рівня самооцінки для досягнення гуманістичних цілей педагогічного процесу.

На основі проведеного нами тестування та ретельного вивчення літератури з даної теми, ми вважаємо, що рівень самооцінки та рівень сугестивності є взаємозалежними. Така детермінованість впливає, в першу чергу, з того що і самооцінка і сугестивність мають споріднену соціальну підоснову. Як вже відомо, переважну роль у формуванні самооцінки відіграє саме спілкування з оточуючими. І саме під час спілкування з оточуючим, у юнацькому віці переважно з однолітками, людина піддається неабиякому впливу збоку соціального середовища, на неї “вішають ярлики”, заставляють поводити себе певним чином, втягують у певні рольові ігри. Цей вплив посуднується, як правило з конформізмом більшості людей та з ефектом соціальної бажаності, а це, в свою чергу, призводить до самонавіювання, адже людина, особливо юнак або дівчина, бояться втрати підтримку соціуму і вже самі для себе виробляють певні правила та приймають, ті які їм запропонує суспільство. Самонавіювання змінює і самі критерії згідно з якими людина оцінює себе, таким чином змінюється її самооцінка.

Але, як ми вже зазначали вище, не лише рівень сугестивності впливає на самооцінку, але й самооцінка впливає на рівень сугестивності. Неадекватна низька, висока або завищена самооцінка базується на певних психічних та психологічних якостях, які дають змогу некритично сприймати інформацію, тобто сприймати на віру. Неадекватна самооцінка базується, як правило, на підвищеній тривожності, емоційній нестабільності, почутті роздратованості та вразливості. Все це формує високий, частіше за все, середній рівень сугестивності. За результатами, проведеного нами тестування, таких юнаків та дівчат більшість.

Зважаючи на отримані результати дослідження, ми розробили рекомендації щодо протидії маніпуляціям, але, на жаль, обсяги статті не дають нам можливості навести їх.

Таким чином, отримані результати свідчать на користь гіпотези, яку ми висунули: підвищену сугестивність та неадекватно завищену або занижену самооцінку, а також неадекватно занижений або завищений рівень домагань дійсно можна вважати наслідками маніпулятивної взаємодії, і при конструктивній взаємодії “викладач – студент” можна досягти зниження рівня сугестивності, регулювати рівень домагань та самооцінку.

#### Список використаних джерел:

1. Карнеги Д. Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей / Дейл Карнеги. – М.: Прогресс, 2005. – 197 с.
2. Шостром Э. Анти-Карнеги, или человек-манипулятор / Эверет Шостром. – Мн.: Градарики, 1992. – 506 с.
3. Шейнов В. П. Скрытое управление человеком / Виктор Павлович Шейнов. – Мн.: Харвест, 2004. – 185 с.
4. Блейхер В. М. Патопсихологическая диагностика / В. М. Блейхер, И.В.Крук. – К.: Речь, 1986. – 492 с.
5. Елисеев О. П. Практикум по психологии личности / Олег Павлович Елисеев. – М.: СПб, 2004. – 512 с.
6. Кон И. С. Психология юношеского возраста / Игорь Семенович Кон. – М.: Эксмо-пресс, 2002. – 273 с.