

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ

КАФЕДРА ПСИХОЛОГІЇ

**Кваліфікаційна робота
магістра**

на тему: Психологічні особливості альтруїстичних і егоїстичних установок
студентів-психологів

Виконав: студент II курсу, групи 8.0538
спеціальності: 053 психологія
освітньої програми: 053 психологія
Харченко Владислав Едуардович
Керівник: к.психол.н., доцент кафедри
психології Скрипаченко Т.В.
Рецензент: к.психол.н., доцент кафедри
психології Грандт В.В.

Запоріжжя
2020

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Факультет _____

Кафедра _____

Рівень вищої освіти _____

Спеціальність _____
(код та назва)

Освітня програма _____
(код та назва)

Спеціалізація _____
(код та назва)

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри _____

« _____ » _____ 20__ року

З А В Д А Н Н Я

НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ/ПРОЕКТ СТУДЕНТОВІ (СТУДЕНТЦІ)

(прізвище, ім'я, по батькові)

1 Тема роботи (проекту) _____

керівник роботи

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання)

затверджені наказом ЗНУ від « _____ » _____ 20__ року

№ _____

2 Строк подання студентом роботи _____

3 Вихідні дані до роботи _____

4 Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

5 Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)

6 Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв

7 Дата видачі завдання _____

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка

Студент _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

Керівник роботи (проекту) _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____
(підпис) (ініціали та прізвище)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота магістра: 97 с., 24 таблиці, 16 рисунків, 70 джерел, 3 додатки.

Об'єкт дослідження: альтруїстичні та егоїстичні установки студентів-психологів.

Предмет дослідження: вплив альтруїстичних та егоїстичних установок на соціальний статус у групі.

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити психологічні особливості альтруїстичних та егоїстичних установок у студентів-психологів.

Гіпотеза дослідження: альтруїстичні установки формують позитивний соціальний статус, в той час як егоїстичні установки – негативний.

Методи дослідження: тест «Діагностика особистісної установки «Альтруїзм-Егоїзм»», соціометричний метод дослідження, тренінгове заняття з формування альтруїстичних якостей особистості.

Наукова новизна дослідження полягає у вивченні впливу альтруїстичних та егоїстичних установок на соціальний статус. Тим самим, вивчається їх взаємозв'язок та психологічні особливості установок у студентів.

Практичне значення роботи полягає у формуванні альтруїстичних якостей у майбутніх психологів із метою покращення соціального статусу професіонала. Також інформація, що представлена у кваліфікаційній роботі, може бути використана в подальших дослідженнях. Для забезпечення практичного значення використано діагностичний інструментарій та тренінгове заняття.

УСТАНОВКИ, АЛЬТРУЇЗМ, ЕГОЇЗМ, СОЦІАЛЬНИЙ СТАТУС,
СОЦІОМЕТРІЯ, СТУДЕНТИ-ПСИХОЛОГИ

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. Теоретичний аналіз досліджень альтруїстичних та егоїстичних установок особистості.....	10
1.1 Сутність поняття «установки»	10
1.2 Теоретичний аналіз поняття «альтруїзм»	14
1.3 Теоретичний аналіз поняття «егоїзм»	23
1.4 Соціальний статус та соціометричний метод дослідження	29
РОЗДІЛ 2. Вплив альтруїстичних та егоїстичних установок на соціальний статус у групі.....	38
2.1 Організація проведення дослідницької роботи.....	38
2.2 Результати дослідження альтруїстичних та егоїстичних установок у студентів-психологів.....	40
2.3 Результати дослідження соціального статусу студентів-психологів.....	58
2.4 Результати дослідження впливу альтруїстичних та егоїстичних установок на соціальний статус студентів-психологів.....	68
2.5 Рекомендації щодо формування альтруїзму та позитивного соціального статусу.....	85
ВИСНОВОК.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	90
ДОДАТКИ.....	96

ВСТУП

Актуальність дослідження психологічних особливостей альтруїстичних та егоїстичних установок студентів-психологів полягає в процесі формування професійного психолога. У даному дослідженні було вирішено провести роботу в контексті впливу установок на соціальний статус.

Наявні публікації стосуються вивченню соціального статусу та впливу на нього різних чинників, таких як сором'язливість та вплив соціального статусу та самооцінки на рівень агресивності [1], [14]. Такі впливи вивчались авторами О. Байер, К. Лебідь, С. Максименко, Н. Шевченко, О. Главник. Щодо дослідження установок, то, наприклад, результати дослідження К. Муздибаєва дозволяють зробити висновок про те, що егоїсти не здатні до конструктивної взаємодії і мають ряд особистісних властивостей, що перетворюють особисті контакти з ними в деструктивне спілкування, чреваті ускладненнями, приниженням, незаслуженими засмученнями і стражданнями для інших осіб [17].

Аналіз сучасних наукових публікацій дозволив дійти висновку, що актуальним є пошук взаємозв'язку установки та соціального статусу студента-психолога як майбутнього фахівця. Таким чином, можна визначити вплив установки на статус. Раніше нами вже проводилось дослідження, яке було організоване зі студентами 3-го курсу спеціальності «психологія» щодо впливу моделі поведінки у конфлікті на соціальний статус [4]. Вибірка – 30 осіб. За результатами дослідження виявилось, що 70% виборів респондентів зійшлося із соціальним статусом того, кого обирали, тобто респонденти, що обирали моделі поведінки «Компромiс», «Пристосування», «Уникнення» і «Співпраця» отримали більше виборів, ніж ті, хто мав стратегію поведінки «Суперництво». Можна припустити, що стратегії поведінки студентів у конфліктній ситуації впливають на соціальний статус, тому що це вже сформована група людей протягом 2-х років навчання. Студенти вже мають знання один про одного і мають свої ставлення до кожного з одногрупників. За результатами

дослідження було виявлено, що стратегії поведінки в конфліктних ситуаціях впливають на соціальний статус в групі.

Таким чином, можна зробити припущення, що так як стратегія поведінки у конфліктній ситуації впливає на статус в групі, то установки, які мають студенти, також впливатимуть на нього. Виявлення впливу установок на соціальний статус надасть можливість зрозуміти, як установки впливають на статус в соціумі і що можна зробити для того, аби запобігти деформації спеціаліста у сфері надання психологічної допомоги. Безумовно, формування професіонала в галузі психології залежить не тільки від установок особистості, а й від ряду інших факторів. Проте було вирішено провести дослідження психологічної особливості альтруїстичних та егоїстичних установок у студентів-психологів у площині впливу установок на соціальний статус, так як професія психолога має відповідати як Етичному кодексу, так і гуманістичному напрямку, де особистість стає на перший план та де психолог є особою із альтруїстичними установками, яка готова допомогти людині не тільки поверхнево, а й з відчуття альтруїстичних намірів. В умовах становлення та утвердження психологічної науки це вкрай важливо, так як психологи взаємодіють з клієнтами згідно Етичного кодексу, Положень Міністерства освіти та науки України та Законів України, які вимагають від психолога значно більше, аніж вимагалось ще 5 років тому [20], [26], [8], [7], [5], [6].

Формування альтруїстичних установок також є складовою професійного зростання фахівця. Це є актуальним питанням, так як умови, в яких знаходиться наша країна потребують ще більших альтруїстичних поглядів, ніж це було до війни. Також важливо зауважити, що ліцензування діяльності психологів несе нові умови для надавача психологічних послуг, так як установки особистості тісно переплітаються із законодавчими вимогами та професійними навичками, а також із профілактикою професійного вигорання. Вибірка зі студентів-психологів є виправданою, так як це майбутні психологи, тобто ті досліджувані, в яких можна виявити установки ще на формувальному етапі. Важливо додати, що студенти є ще тою групою, яка має специфічні умови: це і навчання, і робота, і сімейні стосунки. Тобто установки вже певним чином

сформовані, так як присутня взаємодія різних факторів. Перспектива дослідження полягає і в тому, що вивчення установок можна в майбутньому продовжити на вже практикуючих психологах, порівнявши результати зі студентами.

Об'єкт дослідження: альтруїстичні та егоїстичні установки студентів-психологів.

Предмет дослідження: вплив альтруїстичних та егоїстичних установок на соціальний статус у групі.

Мета дослідження: теоретично обґрунтувати та експериментально перевірити психологічні особливості альтруїстичних та егоїстичних установок у студентів-психологів.

Гіпотеза дослідження: альтруїстичні установки формують позитивний соціальний статус, в той час як егоїстичні установки – негативний.

Завдання дослідження:

- 1) визначити, що означають установки;
- 2) проаналізувати, як досліджували альтруїстичні та егоїстичні установки;
- 3) розкрити поняття соціального статусу;
- 4) виявити кількість учнів з альтруїстичними та егоїстичними установками;
- 5) визначити, як установки особистості впливають на соціальний статус у групі;
- 6) підготувати рекомендації щодо корекції установок.

Методи дослідження: соціометричний тест, тест «Діагностика особистісної установки «Альтруїзм-Егоїзм», тренінгове заняття з формування та розвитку альтруїстичних установок. Вибірка 70 осіб.

Наукова новизна дослідження полягає у вивченні впливу альтруїстичних та егоїстичних установок на соціальний статус. Тим самим, вивчається їх взаємозв'язок та психологічні особливості установок у студентів.

Теоретичне значення роботи полягає в аналізі наявних досліджень щодо установок, соціального статусу, вивченні понять, представлених у роботі, представленні методів дослідження, розробці рекомендацій.

Практичне значення роботи полягає у формуванні альтруїстичних якостей у майбутніх психологів із метою покращення соціального статусу професіонала. Також інформація, що представлена у кваліфікаційній роботі, може бути використана в подальших дослідженнях. Для забезпечення практичного значення використано діагностичний інструментарій та тренінгове заняття.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ДОСЛІДЖЕНЬ АЛЬТРУЇСТИЧНИХ ТА ЕГОЇСТИЧНИХ УСТАНОВОК ОСОБИСТОСТІ

1.1 Сутність поняття «установки»

Установка – згідно визначенню Д. Н. Узнадзе - готовність, схильність суб'єкта до сприйняття майбутніх подій і дій у певному напрямку; забезпечує стійкий цілеспрямований характер протікання відповідної діяльності, є основою доцільної виборчої активності людини [23].

Кожна людина дотримується різних наборів установок. Ці установки виявляються у формі ставлення людини до когось або чогось. Ставлення складається з набутого психологічного досвіду, що складається з почуттів, думок і схильності діяти стосовно того, із чим ми стикаємося. Виходячи з нашого мислення, ми можемо приписувати позитивний чи негативний характер будь-якій конкретній речі або людині. Не обов'язково, щоб ми завжди мали одне і те ж ставлення, установку. Ми можемо реагувати на певну річ, особу чи подію по-різному в різні часи. Також людина може мати різноманітне ставлення до будь-якого об'єкта. Установки не з'являються від народження. Швидше, це результат формування різних поглядів людини. Він розвивається через досвід та контакт з іншими людьми.

Займаючись структурою ціннісних орієнтацій, В. А. Ядов розробив диспозиційну концепцію особистості, в якій окремі установки зв'язуються в певну рівневу систему диспозицій:

- 1) елементарні установки (формується на основі вітальних потреб, в простих ситуаціях не усвідомлювані);
- 2) соціальні установки (формується на базі оцінки окремих соціальних об'єктів і ситуацій);
- 3) базові соціальні установки (визначають загальну спрямованість особистості);

4) система ціннісних орієнтацій [27].

Доведено, що установки успішніше змінюються через зміну ставлення, що досягається, наприклад, навіюванням. Під гіпнозом змінені установки приймають вид твердих переконань. На формування установки впливають батьки (важливо схожість установки батьків і дітей по відношенню до соціально значимих об'єктів) та авторитетні особистості, а також засоби масової інформації. Професійний стереотип - це персоніфікований образ професії, тобто узагальнений образ типового професіонала. В. Ф. Петренко вивчав стереотип психолога. Психолог - складний, розумний, цікавий, організований, гордий, принциповий, дотепний; такої якості, як «щасливий», у психологів немає. Виявлена протилежність «щасливого» цілого набору позитивних якостей розкриває наявність специфічної «професійної шкідливості» професії психолога, пов'язаної зі звичайною невротизацією. Необхідність аналізу інших людей веде до загостреного самоаналізу, що знімає форми психологічного захисту особистості. Стереотип та імідж - близькі поняття. Імідж - образ, уявлення, методом асоціацій, що наділяє об'єкт додатковими цінностями, які не мають підстави в реальних властивостях самого об'єкта, але володіють соціальною значимістю для того, хто сприймає цей об'єкт [19], [11].

Юнг визначав установки як "готовність психіки діяти чи реагувати певним чином" [58]. Зазвичай вони бувають такими:

- свідомі і несвідомі;
- раціональні та ірраціональні;
- індивідуальні та соціальні установки.

Характер установок:

- установки набуті, а не вроджені. Вони розвиваються з часом і досвідом;
- установки не змінюється легко. Вони тривалі;
- установки можуть бути вироблені як в особистості, так і в групах;
- установки мають функціональну роль для особистості;
- установки завжди стосується чогось або когось. Вони є реляційними, тобто такими, що регулюють стосунки;

- установки мають афективну та мотиваційну властивість. Вони мотивують нас щось робити і мають оціночний елемент;
- установки є елементом послідовності, оскільки вони мотивують людей діяти певним чином;
- через свої установки ми розуміємо себе та світ навколо нас;
- установки підкріплені поведінкою, щоб зробити спілкування ефективним;
- установки розвиваються за допомогою евристичного (пробного та помилкового) методу.

Виділяють також компоненти установок. Це компоненти, які покладені в основі установок, незалежно від того, чи усвідомлені чи не усвідомлені установки.

Загалом, установки мають 3 компоненти, відомі як "компоненти АВС"

(Affective, Behavioral, Cognitive):

1. Афективні (емоційні) установки

Афект означає емоцію чи почуття. Афективна складова передбачає почуття, які ми використовуємо до об'єктів стосунків. Наш набір емоцій схиляє нас вести себе певними способами. Емоційна складова також дозволяє нам оцінити те, що ми переживаємо. Наша психіка оцінює річ, виходячи з нашого почуття до неї. Таким чином, визначається наша прихильність чи нелюбов до конкретного об'єкта.

2. Поведінкові установки

Вони стосуються нашої поведінкової готовності. Наша поведінка знаходиться у взаємодоповнюючому відношенні до нашої установки. Це є видимим аспектом нашого ставлення і стає проявом наших почуттів та переконань.

3. Пізнавальні установки

Вони передбачають наші переконання щодо будь-яких об'єктів. Однак наші переконання часто впливають наші почуття. Таким чином, на когнітивний компонент впливає афективний компонент, також він впливає на нього одночасно. Він позначає перцептивний компонент нашого ставлення.

Однак іноді індивід діє всупереч його установкам. Зазвичай це відбувається через екологічні та зовнішні обмеження, які змушують нас діяти способами, що суперечать нашому світогляду.

Іноді існує невідповідність між нашими афективними та когнітивними здібностями, і рішення в такій ситуації часто передбачають шкоду / дисонанс після прийняття рішення. Тут сила когнітивного компонента установки зростає, коли людина відходить від об'єкта, в той час як сила афективного компонента збільшується в міру наближення до об'єкта.

Компоненти самої установки складаються з двох ступенів.

Валентність - це ступінь позитивності або негативу, пов'язаного з об'єктом. Це сила і спрямованість ставлення. Згідно з цим, когнітивний компонент може змінюватися від надзвичайно корисного до надзвичайно шкідливого; афективний компонент може змінюватись від щастя до гніву; і поведінковий компонент змінюється від тенденції до підтримки до схильності до руйнування або протидії.

Множинність стосується зміни кількості та виду елементів, що складають компонент. Таким чином, це вказує на різноманітні типи проявів, які може скласти компонент установки. Пізнавальний компонент може бути корисним, альтруїстичним, створювати залежність тощо. Афективним компонентом може бути повага, радість, смуток, ненависть, нелюбов тощо; і поведінковий компонент може мати такі фактори як: написання листа, розміщення коментарів, розмова з іншими, тиск тощо [29].

Загалом, три компоненти узгоджуються між собою. Людина, яка позитивно ставиться до навколишнього середовища, також, ймовірно, має набір переконань, які підтримують цю позицію, і може вести себе послідовно. У період виборів виборець може голосувати за кандидатів, що за захист навколишнього середовища, писати листи редакторам газет або дарувати гроші кандидату, якому віддає перевагу. Афект, пізнання та поведінка мають тенденцію рухатися в одному напрямку до об'єкта ставлення.

Люди можуть дотримуватися складних переконань щодо об'єкта установки, але загальна оцінка, як правило, проста. Одним із наслідків цього

очевидного протиріччя є те, що люди можуть легко змінювати певні переконання, зберігаючи свої основні оцінки. Багато установок когнітивно складні, але водночас прості з точки зору загальних оцінок.

Люди роблять швидше прийняття рішень, забезпечуючи більш-менш автоматичні відповіді. Швидке прийняття рішень можливе, оскільки яскрава інформація зберігається в пам'яті і є легкодоступною для людини [22], [64].

Деякі установки формуються насамперед когнітивними переживаннями. Ставлення людини до куріння може бути результатом ретельних роздумів переконливих досліджень, що куріння спричиняє рак і смерть. Хоча статистика щодо поведінки щодо куріння падає в деяких країнах, вони є тривожно високими по всьому світу. Всесвітня організація охорони здоров'я очікує, що куріння може врешті-решт вбити 25 відсотків усіх підлітків, які починають курити в Азії, а мільярд людей помре від захворювань, пов'язаних з тютюном, протягом решти 96 років цього століття. Тільки в США куріння спричиняє близько 500 000 смертей щороку. Крім раку, куріння також може викликати імпотенцію у чоловіків, а також проблеми з фертильністю у жінок. Деякі з цих даних вплинули на когнітивний компонент ставлення до куріння, оскільки половина населення США курила у 1950 році, тоді як сьогодні лише 30 відсотків. Пізнавальний компонент установки включає все, що ми знаємо про об'єкт установки, наші переконання, наші спогади та образи минулого. Когнітивний компонент переважав впливати на поведінку тих, хто кинув палити, оскільки знав дослідницьку літературу та вплив куріння на здоров'я [19].

Деякі погляди, переважно афективні, домінуючі, тобто вони включають емоційні реакції на об'єкт [32], [3], [30].

1.2. Теоретичний аналіз поняття «альтруїзм»

Термін «альтруїзм» був введений Огюстом Контом, який вважав, що під впливом позитивізму суспільство розвивається в напрямку гуманістичних

цінностей. У загальних рисах альтруїзм в розумінні Конта підкреслює принцип «жити заради інших» (лат. *Alter* - «інший») як програму побудови досконалого людського суспільства; він бачив сенс людського життя в тому, щоб «служити людству, покращуючи самих себе». Однак в якості морального принципу альтруїзм існував і усвідомлювався набагато раніше. Ще Сократ стверджував, що «не брати, а віддавати, - суть морального закону, що врівноважує егоїстичну волю кожної людини. І чим духовнішою і альтруїстичнішою є людина, тим сильніше в неї бажання віддавати і служити людям» [62].

Поняття «альтруїзм», істотне для моралі буддизму і християнства, пізніше було розвинене як моральний принцип англійської етики XVIII в. (А. Шефтсбері, Ф. Хатчесон, А. Сміт, Д. Х'юм) та ідеями французьких просвітителів (Ж.-Ж. Руссо), в німецькій етиці Г. Лейбніца, І. Канта, Л. Фейєрбаха. В сучасних емпіричних соціологічних і соціально-психологічних дослідженнях альтруїзм розглядається як критерій моральності поведінки і як вищий етап морального розвитку особистості [65], [49], [28], [39], [51], [25], [50], [59], [52], [48].

Раштон і Соррентіно пропонують чотири пояснення альтруїзму:

1) крім генетичної спадщини, що підтверджується прикладами зі світу тварин, а також «егоїстично генною» теорією біолога Річарда Докінза, альтруїстична поведінка по відношенню до одного родича (наприклад, материнська поведінка) має своїм наслідком збереження деяких загальних генів [40];

2) когнітивний розвиток: моральна підстава, здатність «брати участь у житті іншої особи» збільшуються з віком;

3) соціальний досвід: соціалізація тягне за собою засвоєння досвіду інших за допомогою спостереження і наслідування;

4) розсудлива поведінка: допомога іншим може заохочувати відповідну допомогу з їхнього боку (теорія обміну).

Також, за їх словами, існують стадії мотивації альтруїстичної поведінки [63].

Латан і Дарл розробили на основі теорії прийняття рішень модель процесу надання допомоги при виникненні кризових (аварійних) ситуацій. Їх модель складається з п'яти послідовно прийнятих суб'єктом рішень.

Спочатку людина, що випадково опинилась на місці події, повинна звернути увагу на те, що щось сталося. Потім, після того як дана людина усвідомила те що за подія, вона повинна проінтерпретувати чи надзвичайна чи звичайна подія. Далі ця людина повинна вирішити, чи варто їй брати на себе відповідальність за втручання. Як тільки таке рішення прийнято, людина повинна вирішити, в якій формі може бути надана допомога. Нарешті, людина повинна вирішити, як реалізувати своє рішення допомогти.

Подібні стадії виділені і іншими вченими. Наприклад, С. Шварц розробив процесуальну модель поведінки, яка допомагає, що включає в себе чотири стадії і дев'ять етапів.

1. Стадія актуалізації - сприйняття потреби і відповідальності, або оцінка значущості ситуації:

- усвідомлення того, що людина перебуває в стані потреби;
- розуміння того, що існують дії, здатні полегшити положення людини;
- визнання ще ефективніше сприяти такому полегшенню;
- сприйняття себе в певній мірі відповідальним за зміну ситуації [21].

Важливо з'ясувати, чи потребує будь-хто допомоги, яка саме вона повинна бути, чи варто людині втручатися особисто. Наприклад, якщо у суб'єкта просять грошей, він повинен вирішити, ким є той, хто просить: просто жебраком, який намагається його обдурити, або ж людиною, що дійсно знаходиться в тяжкому становищі. Як показали дослідники Латан і Дарлі, тільки при проханні невеликої суми грошей кількість людей, що мотивовані допомогти матеріально, виявляється значно меншою, ніж у випадку, коли людина обґрунтовує причину свого тяжкого становища і просить більше («вкрали гаманець з усією зарплатою, пенсією тощо»). Ці дані не заперечують ролі моральних якостей особистості (особистісних диспозицій) в наданні допомоги, але показують, що справа не тільки в них, але і в «холодному

розумі», в оцінці значущості ситуації (тобто в оцінці людини, яка дійсно потребує допомоги) [33].

Пілявін зі співавторами припустили, що прийняття рішення про те, чи надавати, чи не надавати допомогу, залежить від кількох змінних: сили переживання почуття «ми» між реципієнтом і потенційним помічником; сили емоційного збудження; оцінка витрат і винагород за безпосередню допомогу. Передбачається, що на ці опосередковані змінні впливають характеристики ситуації, риси і стан потенційного помічника, а також характеристики жертви [54].

Д. Бар-Тал висловив припущення, що два судження - розрахунок співвідношення витрат і нагород і оцінка ситуації (висновки про те, чому інша людина опинилася в ситуації, в якій їй потрібна допомога) - визначають рішення про надання допомоги. Крім цього, на процес формування суджень впливають чотири типи змінних: особистісні, ситуаційні, культурні та пов'язані з характеристиками людини, яка потребує допомоги [35]. Стауб зазначає, що активізація допомоги залежить від важливості даної мети в порівнянні з іншими цілями і від характеристик ситуації [43]. Тут варто додати 2 стадії щодо прийняття рішень:

1. Стадія обов'язку - конструювання норм і зародження переживання морального обов'язку; активізація дотеперішніх або заданих ситуацією особистісних норм.

2. Стадія захисту - розгляд потенційних реакцій, їх оцінка та переоцінка:

- визначення витрат і оцінка можливих результатів, тобто зважування суб'єктом наслідків вчинку для себе і користі для людини, що звернулась з проханням. Людина тим менше готова надати допомогу, чим дорожче їй обходиться як матеріально, так і духовно (наприклад, через можливість вступу в конфлікт з кимось, через прийняття на себе відповідальності) [31];

- перевизначення ситуації і її переоцінка за допомогою заперечення: стану потреби (реальності або серйозності), відповідальності за свою дію, доречності актуалізованих перед цим норм;

- повторення попередніх етапів з урахуванням проведених переоцінок.

3. Стадія реакції: здійснення дії або бездіяльність.

Шварц і Ховард представили п'ятиступеневу модель, яка включає:

- сприйняття допомоги, а також визначення можливих дій з надання допомоги та оцінка власної здатності їх виконати;
- почуття моральної відповідальності;
- оцінка витрат і вигод від можливих дій;
- визначення і оцінка можливих реакцій;
- вибір дії.

А. А. Моїсеєва виявила, що особам з високим альтруїзмом притаманні і деякі особистісні характеристики [16].

Емоційною основою альтруїзму є схильність до емпатії, співчуття та розуміння інших людей. Альтруїстичній особистості властиві розвинене почуття обов'язку, розумність і сумлінність; довірливість, тобто відкритість і товариськість, свобода від заздрості; толерантність; доброзичливість; прагнення до стабільності у стосунках з людьми. Високоальтруїстичні особистості схильні завищувати як власні можливості і здібності, так і здатності оточуючих людей. Їм в меншій мірі, ніж низькоальтруїстичним, властива тривожність, аморальні установки. Крім того, вони не відрізняються впертістю, схильністю до домінантності і авторитарної поведінки.

Є багато наукових визначень альтруїзму, які дають автори, зміст яких залежить від тієї наукової дисципліни, яка представляється. У філософії і етиці альтруїзм - моральний принцип, заснований на визнанні природної пов'язаності людей через вроджене почуття симпатії. Звідси, спираючись на думку В. С. Соловйова, альтруїзм - це «моральна солідарність з іншими людськими істотами», а за Е. Дюркгеймом, альтруїзм – «суспільний стан, при якому індивід повністю поглинається групою і не має власних цілей, що відрізняються від цілей групи; виконання обов'язку і проходження груповим нормам вважаються найвищими цінностями».

Однак найчастіше альтруїзм розглядається з психологічних позицій як самовідданість, свідоме і добровільне служіння людям, бажання допомагати іншим, сприяти їхньому щастю на основі мотиву любові, відданості, вірності,

взаємодопомоги, співчуття. У деяких випадках альтруїст виявляє цілковиту самопожертву, самообмеження, відмовляється від щастя, своїх інтересів і бажань.

В іншому випадку альтруїзм визначається як активність, пов'язана з безкорисливою турботою про благополуччя інших: «Поведінка, здійснювана заради блага іншої людини без очікування будь-якої зовнішньої нагороди»; співвідноситься з поняттям «самовідданість», тобто, з приношенням в жертву своїх вигод на користь блага іншої людини, інших людей або в цілому - заради загального блага. У деяких сенсах може розглядатися як протилежність егоїзму. У психології іноді розглядається як дії, що направлені на соціальну поведінку [61].

Важливо підкреслити, що коли говорять про альтруїзм, то мова йде про сприяння не загальному інтересу, а саме інтересу іншої людини. При цьому уточнюється, що альтруїзм необхідно відрізнити від колективізму - принципу, що орієнтує людину на благо спільноти (групи).

Деякими дослідниками висловлюється думка, що подарунки теж можна назвати проявом альтруїзму. Однак це не може бути прийнято беззастережно. Адже ми часто даруємо речі, які виявляються абсолютно непотрібними і непотрібними як для інших, так і для нас самих себе, бажаючи просто позбутися від них. У даному випадку не можна сказати про альтруїзм.

Невизначеність поняття «альтруїзм» виражається і в тому, що допомога, яку люди надають на основі емпатії, на думку Х. Хекхаузена не вважається альтруїзмом [44]. Приводом до сумніву для нього є той факт, що емпатичні співчуття зростають зі збільшенням потреби в допомозі та зменшуються при її зниженні, отже, редукцію емпатичного співчуття як негативного збудження можна розглядати аналогічно редукції свого власного страждання, як цілком егоїстичну спонукальну силу, що було продемонстровано Бетсоном в його численних роботах [45]. Отже, допомога виявляється не безкорисливо, а заради зняття у себе емоційної напруги.

Г. А. Миронова виділяє ознаки, що дозволяють класифікувати поведінку як альтруїстичну:

- добровільні та свідомі дії як прояв властивостей волі, а не результат зовнішнього примусу;
- безкорисливе очікування відповідного благодіяння;
- прагнення сприяти благу інших людей з гуманних мотивів;
- наявність емоційного ставлення до людей, співчуття їм, доброзичливість, симпатія, готовність допомогти;
- соціальна орієнтованість вчинку;
- самозречення (самовідданість) [46].

В. А. Жмуров, наприклад, не відносить альтруїзм до характеристики особистості та допомоги. Так, він пише: «допомога – це надання допомоги будь-кому, що виключає, на відміну від альтруїзму, будь-які жертви власним інтересам» [4].

У багатьох ситуаціях в житті людини є вибір між А (вужько переважними конкретними альтернативами) та В (вужько менш бажаними (або неприйнятними) конкретними альтернативами), які, тим не менш, є частиною вподобаних абстрактних моделей поведінки. Такі альтернативи характеризують проблеми самоконтролю. Наприклад, у будь-який момент людина може приймати алкогольні напої, але також вважає за краще бути тверезим та пити лише протягом наступних кількох днів. В інших ситуаціях є вибір між А альтернативами, корисними для окремої людини, і В альтернативами, які є менш вигідними (або шкідливими) для індивіда, які, однак, будуть вигідними, якщо їх обирають багато людей. Такі альтернативи характеризують проблеми соціальної співпраці; вибір останньої альтернативи, як правило, вважається альтруїстичним вибором. Альтруїзм, як самоконтроль, - цінна часово-розширена модель поведінки. Як і самоконтроль, альтруїзм може вивчатися і підтримуватися протягом життя людини. Для цього не потрібен спеціальний успадкований механізм. Окремі акти альтруїзму, кожен з яких може не принести користі (або можливої шкоди) діячу, проте можуть бути корисними, коли повторюються з часом. Однак, оскільки кожне егоїстичне рішення

індивідуально віддає перевагу кожному альтруїстичному рішення, люди можуть отримати перевагу від альтруїстичної поведінки лише тоді, коли вони прихильні до альтруїстичної структури дій і відмовляються приймати рішення у кожному конкретному випадку.

Моральні філософи, принаймні ще з часів Платона, стверджують, що існує взаємозв'язок між самоконтролем та альтруїзмом. Основоположним питанням, яке вирішувала давньогрецька філософія, було співвідношення конкретних об'єктів та абстрактних сутностей: абстрактні ідеали для Платона; абстрактні категорії для Арістотеля [47]. Проблема самоконтролю у випадках складної амбівалентності - це конфлікт між окремими діями, такими як поїдання калорійного десерту, прийом алкогольного напою або речовин із вмістом наркотиків, і закономірностями, що розроблені в часі, такі як життя здоровим життям, здорові стосунки в сім'ї, або порозуміння з друзями. Ні самоконтроль, ні альтруїзм не є класом особливого життя, оперантів чи актів.

Припускається, що не завжди конкретний вчинок сам по собі не альтруїстичний – навіть, якщо жінка біжить у палаючу будівлю і рятує дитину. Якби жінка була егоїстичною, ми б шукали інших пояснень (можливо, вона просто намагалася зберегти коштовності і лише випадково підхопила дитину). Справжній альтруїстичний вчинок завжди є частиною зразків дій (тобто високо цінується) як тим, хто вчиняє альтруїстичні дії, так і громадою. Таким чином, альтруїстичні зразки дій є підмножинами самоконтрольованих зразків. Конкретні компоненти альтруїстичного шаблону, менш цінні для альтруїста, ніж для безпосередньо людей навколо.

Дещо з того, що ми робимо у взаємодії з іншими людьми, є морально мотивованими вчинками, але не альтруїстичними. Припустимо, А позичив книгу у В і пообіцяв повернути її протягом тижня. Коли А повертає книгу до встановленого терміну, його мотив може бути описаний як моральний: він вільно дав обіцянку, і він бере на себе зобов'язання виконувати такі обіцянки. Його мотив - просто дотримати своє слово; це не приклад альтруїзму. Але якщо особа А дарує особі В книгу як подарунок, думаючи, що В сподобається вчинок А, то особа А діє просто з бажання зробити добре В. Її мотив у цьому випадку

альтруїстичний. Так само, припустимо, мати утримується від того, щоб дати дорослому синові поради щодо певної справи, оскільки вона вважає, що це не її справа щодо цього - це було б занадто сильно втручатися в його приватні справи. Незважаючи на це, вона також може подумати, що він отримає користь від отримання її порад; вона поважає його автономію, але боїться, що в результаті він вирішить погано. Її стриманість є морально мотивованою, але дії її зазвичай не можна охарактеризувати як акт альтруїзму.

Як свідчать ці приклади, поняття альтруїзму застосоване не до кожного морально мотивованого поведіння з іншими, а більш вузьке до того, що робиться з турботи до інших - іншими словами, для їхнього добробуту. Альтруїстичні вчинки можна охарактеризувати як благодійні, доброзичливі або добрі, оскільки ці слова також передають ідею діяти на благо інших, а не просто справедливо по відношенню до інших.

Якщо особа А була надзвичайно доброю до особи В, коли В була дитиною, а пізніше В може допомогти А вийти зі складної ситуації, допомога, яку В надає А, є альтруїстично мотивованою, хоча їх спільне минуле пояснює, чому це А, кому В вирішив допомогти (а не стороннім нужденним). Тут передбачається, що В не сприяє благополуччю А як простому засобу для власного благополуччя. Якби це було так, В не отримав би вигоду з А заради А, а лише заради В. Наступним припущенням є те, що В не мотивований просто почуттями, що він зобов'язаний догодити А; швидше, він не тільки відчуває себе заборгованим перед А, але і по-справжньому дбає про нього. Люди, до яких ми ставимося альтруїстично, часто є тими, до кого ми маємо сентиментальну прихильність або до кого ми відчуваємо вдячність. Але це не єдині причини. Деякі альтруїстичні вчинки мотивуються просто визнанням великої потреби тих, хто отримує від них користь, і благодійник і бенефіціар можуть бути чужими один одному.

Те, що вчинок є альтруїстично вмотивованим, не означає, що це виправдано або похвально. Особа А може помилково подумати, що вона покращує добробут В; В може також помилково подумати, що він отримує вигоду від зусиль А. Можна сказати, що в таких випадках є щось захоплююче в

мотиві А, але, тим не менш, судити, що він не повинен діяти так, як це робив він [10]. Результатом підкріплення та моделювання допомоги є вироблення соціальних норм моралі - стандартів поведінки, які ми вважаємо доцільними та бажаними щодо допомоги [42]. Одна з норм, яку ми всі усвідомлюємо і якої ми намагаємось навчити своїх дітей, базується на принципах справедливості та обміну. Норма взаємності - це соціальна норма, яка нагадує нам про те, що ми повинні слідувати принципам взаємного альтруїзму - якщо хтось нам допомагає, ми повинні допомагати цій людині в майбутньому, і ми повинні допомагати людям зараз, сподіваючись, що вони допоможуть нам пізніше, якщо нам це потрібно. Норма взаємності зустрічається у повсякденних пристосуваннях, таких як, наприклад, "зроби мені масаж спини, і я зроблю масаж тобі", а також у релігійних та філософських вченнях, таких як золоте правило: "Чиніть з іншим так, як ви б хотіли, щоб чинили з вами". Норма взаємності формує основу людської співпраці і знаходиться в кожній культурі. Оскільки зазвичай дотримується правило, люди зазвичай допомагають іншим, хто їм допомагав. Оскільки допомога в дотриманні норми взаємності базується на поверненні попередньої допомоги та очікуванні майбутнього повернення від інших, альтруїзм може здатися вам не таким, як справжній альтруїзм, але це теж прояв альтруїзму [69].

1.3 Теоретичний аналіз поняття «егоїзм»

Егоїзм найчастіше розглядається як негативна якість людини. Багато філософів бачать причину страждань людини і суспільства в егоїзмі. А на думку французького письменника Р. Ролана, якщо «егоїстичне благополуччя - єдина мета життя, життя швидко стає безцільним» та що «егоїзм ненависний, і ті, які не пригнічують його, а тільки прикривають, завжди гідні ненависті».

Егоїзм в свідомості людей є антиподом альтруїзму. При цьому вважається, що компромісу між ними бути не може. Що ж розуміють під егоїзмом?

У Малому енциклопедичному словнику Брокгауза і Ефрона можна прочитати наступне: «Егоїзм - етичний світогляд, за яким єдиним мотивом людських дій є прагнення до особистого благополуччя, а також такий душевний склад, при якому це прагнення поглинає всякі інші спонукання; при цьому розрізняють: грубий егоїзм, якщо мотивом діяльності є прагнення до чуттєвих насолод; благородний егоїзм, якщо в сферу входять піднесені розумові насолоди і ідея про необхідність узгодження задоволення особистих потреб із суспільним благом» [45].

В. Лейбін пише, що егоїзм - це прояв інтересу людини до самої себе, що характеризується зосередженням уваги на своїх бажаннях, потягах, своєму власному світі в цілому [13].

Таке розуміння егоїзму не розкриває ту його особливість, через яку він розглядається як негативна якість людини. Ще давньогрецький філософ Епіктет говорив, що «все робити для себе одного аж ніяк не означає йти проти загального блага». А саме останнє і зв'язується в масовій свідомості з егоїзмом. Егоїзм починається не тоді, коли людина піклується про власні інтереси, а тоді, коли вона відокремлює свої інтереси від інтересів оточуючих і протиставляє їх один одному.

Як зазначає К. Муздибаєв, егоїзм виникає лише у зв'язку з іншими людьми, тобто у взаєминах при реалізації інтересів, вигідних для егоїста і не вигідних для його партнерів. Справа не тільки в задоволенні інтересів егоїста, але і в нехтуванні інтересами інших. Задовольняючи свої інтереси за рахунок інших, егоїст створює конфліктну ситуацію. «Корисливість, супроводжуване відсутністю чуйності до потреб оточуючих породжує антипатію, неприйняття, ворожнечу, тобто взаємний негативізм» [18].

Відповідно до цього і в тлумачному словнику російської мови дається таке визначення егоїзму: «Егоїзм – самолюбство, перевага своїх, особистих інтересів інтересам інших, зневага до інтересів суспільства і оточуючих» [24].

Згідно з доктриною, яка називається "психологічний егоїзм", усі дії людини в кінцевому рахунку мотивовані власним інтересом. Психологічний егоїст може погодитися з ідеєю, схваленою здоровим глуздом, що ми часто

прагнемо принести користь іншим, окрім самих себе; але він каже, що коли ми це робимо, то це тому, що ми розглядаємо допомогу іншим як простий засіб для власного блага. На думку психологічного егоїста, ми не дбаємо про інших заради них. Альтруїзму, іншими словами, не існує.

Оскільки в роботі було виділено кілька різних способів використання терміну «альтруїзм», було б корисно провести подібні відмінності між різними різновидами психологічного егоїзму. Вчинок є альтруїстичним у слабкому сенсі, якщо його мотивують, принаймні частково, тим, що він приносить користь комусь іншому (або тим, що він не заподіє шкоди нікому іншому). Психологічний егоїзм заперечує, що альтруїзм у цьому сенсі існує. Це найсильніша форма цієї доктрини. Зазвичай це мають на увазі філософи, коли вони обговорюють психологічний егоїзм. Але можна уявити слабші версії. Одна із них заперечила б, що альтруїзм завжди чистий. Іншими словами, це означає, що кожен раз, коли ми діємо, одним із наших мотивів є прагнення до власного блага. Ще одна слабша форма психологічного егоїзму стверджує, що ми ніколи добровільно не робимо те, що передбачаємо, приносячи в жертву свій добробут певною мірою. Третя форма психологічного егоїзму визнає, що іноді однією з наших причин діяння є добро, яке ми робимо заради інших, але стверджується, що ми ніколи не діємо на благо інших людей, коли думаємо, що це може зробити нам гірше.

Хоча прихильникам теорії про психологічний егоїзм здається легким інтерпретувати всі дії як мотивовані власним інтересом, є почуття, які, здається, протистоять їх інтерпретації.

Коли хтось робить для тебе щось несподіване, ти відчуваєш почуття вдячності. Скажімо, друг йде зі свого шляху - і відмовляється від чогось. Усе що він хотів - допомогти вам. Взагалі ви відчуваєте вдячність та радість.

Підсумовуючи це, здається, що почуття вдячності та радості, спрямовані на людей, просто не мали б великого сенсу, якби кожна дія альтруїзму була ні що інше, як прихована дія власного інтересу [46].

Егоїзм буває особистісним і груповим. Останній проявляється в тих випадках, коли одна група людей ставить свої інтереси вище інших груп. Особистісний егоїзм проявляється в різних формах.

Замаскована тиранія - це прихований контроль над оточуючими. Такі люди постійно скаржаться на все: здоров'я, відсутність апетиту, слабкість. Однак насправді вони набагато сильніші за інших. Їхнє життя - тонка гра, яку вони дуже вміло ведуть, постійно виставляючи себе жертвою.

Нарцисичний розлад - це коли людина стурбована тільки своєю власною персоною. Такі люди можуть говорити про себе нескінченно. Вони перебільшують свої важливість і значимість і абсолютно не виносять критики. Насправді ж в глибині їх душі - обман, нелюбов до себе, постійна незадоволеність і навіть безпорадність.

Істеричний тип - це люди, які живуть з постійним відчуттям тривоги і напруженості. Вони весь час знаходяться в ситуації, пов'язаної з особистою драмою, і готові розіграти виставу в будь-яку хвилину. Для них це єдиний спосіб залучення уваги. Якщо привернути увагу не вдалося, людина дратується, впадає в гнів і зі сльозами звинувачує всіх у всьому. Байдужість оточуючих для них нестерпна, так як вони потребують постійного підтвердження своїх переваг. Насправді це дуже недовірливі і невпевнені в собі люди, хоча намагаються це ретельно приховувати.

І. С. Тургенєв виділяв три види егоїстів: егоїсти, які самі живуть і жити дають іншим; егоїсти, які самі живуть і не дають жити іншим; нарешті, егоїсти, які й самі не живуть, і іншим не дають. Тобто, кажучи сучасною психологічною мовою, егоїсти бувають помірними і радикальними [57].

Помірні егоїсти допускають існування якихось обмежених норм, зобов'язань перед іншими і суспільством, яким вони повинні слідувати. Вони можуть надати просту допомогу людині, яка її потребує, наприклад викликати швидку, перевести через дорогу і т. д. У той же час за межами цих обмежених обов'язків вони вважають себе вільними в діях і керуються лише критерієм власних інтересів.

Для радикальних егоїстів ніякі моральні норми не існують. Крім своїх егоїстичних інтересів вони керуються лише одним критерієм: чи можна фізично виконати ту чи іншу дію або не можна. Філософія радикальних егоїстів - боротьба за існування: той, хто виявився слабшим, сам винен. Будь-які дії, в тому числі й аморальні, з їх точки зору, виправдані. Життєво важливі інтереси інших для них ніщо в порівнянні з власної дрібною примхою.

Цікаво, що відносно високу схильність до егоїзму студентів К. Муздибаєв пояснює тим, що студенти в більшості своїй знаходяться на забезпеченні батьків. Вони привчені отримувати, а не віддавати. Для них більш звично самим отримувати допомогу і турботу, ніж допомагати іншим і піклуватися про них. Очевидно, цим пояснюється той факт, що егоїсти пізніше одружуються, ніж неегоїсти [58].

За даними К. Муздибаєва, егоїзм має найтісніший зв'язок з мстивістю. Однак у егоїстів є і позитивні риси. Виражені егоїсти більш оптимістичні, у них більше виражені надія, самоповага, віра в справедливість світу. Це означає, що вони прагнуть до досягнення чогось позитивного для себе, більш цілеспрямовані. Питання в тому, якими шляхами і засобами це досягається, так як є різні форми поведінки (бійка, помста, сексуальна нерозбірливість, нечесність). Вони приписують найближчому оточенню злобу, заздрісність, егоїзм, мстивість, цинізм, продажність. З позитивних властивостей приписують іншим людям нейтральні якості - такі, як почуття гумору, оптимізм. У важких ситуаціях використовують малопродуктивні тактики подолання з труднощами життя (мрії, фантазії, нескінченні обговорення). Проте вони часто досягають успіху і відчують себе щасливими. За даними В. Н. Куніцина, егоїстів властиво недостатнє ставлення до моральних проблем, відсутність доброзичливості і милосердя, у них немає внутрішньої гармонії, але притаманні неусвідомлювані внутрішні конфлікти; при цьому вони високо цінують успіх і не бачать сенсу допомагати людям - корисність людям як принцип повсякденного життя і спілкування з людьми ними відкидається [12]. Вчені довели, що вчинки доброї волі, так само як і егоїзм невеликого числа людей в соціальній групі, здатні змусити діяти таким же чином великі маси незнайомих

одне одному людей, повідомляється в статті дослідників, опублікованій в журналі «Proceedings of the National Academy of Sciences». У дослідженні Дж. Дарлі і Б. Латан вивчалися умови, при яких прохання частіше спонукало людей на вулиці до надання допомоги. Виявлено, що має значення, з яким проханням зверталися до перехожих. Інформаційна допомога (про час, про те, як пройти кудись, і так далі) виявлялася частіше, ніж матеріальна. Причому великий вплив мала манера звернення. Гроші давали частіше, якщо спочатку питали час або називали себе; в разі, коли говорили про втрату гаманця або про необхідність зателефонувати, на прохання відгукувалися дві третини перехожих. При цьому жінки-прохачки мали більший успіх, особливо у чоловіків. Гроші давали частіше і в тих випадках, коли той, хто просить, був з кимось [37].

Чого не треба робити, просячи про допомогу? Звертатися з проханням без всяких пояснень. Будь-яка людина зробить висновок, що в ньому бачать лише машину для виконання доручень. Але при цьому не слід прикрашати складність своєї проблеми так, щоб людина, до якої звертаються з проханням, стала відчувати докори сумління через те, що у неї все в житті добре. Слід пам'ятати, що будь-який обман рано чи пізно розкриється, і подібна стратегія дасть лише один результат - бажаючих допомагати згодом стане набагато менше. Значення рефлексії і персоніфікації теж є основою допомоги. Велике значення зв'язку, що виникає між людьми, які бачать вираз обличчя один одного. Дарлі, Тегер і Льюїс показали, що пари, які сидять, повернувшись один до одного спинами, рідко приходять на виручку людині, що потрапила в біду. Напарники ж, які під час роботи можуть бачити обличчя один одного, приходять на допомогу практично так само часто, як і одинаки. Автори даного дослідження пояснюють це тим, що людина, що сидить навпроти напарника, може звернути увагу на вираз його обличчя, а значить, і зрозуміти, що те, що трапилося привернуло і його увагу. В результаті обидва усвідомлюють, що сталася якась пригода, і відчують себе відповідальними за адекватні дії [38].

Наявність зразка для наслідування. Надання допомоги може залежати від того, чи є воно дією, гідною наслідування. Так, в одному дослідженні було

показано, що якщо перехожий знаходить гаманець з вкладеною в нього адресою від людини, що раніше загубила цей гаманець, і повідомляє, що вона надсилає його власнику, рівень охочих повернути гаманці, якщо знайдуть, значно зростає [60].

1.4 Соціальний статус та соціометричний метод дослідження

У соціології та психології соціальний статус - це честь чи престиж, які прикріплені до свого становища в суспільстві (свого соціального становища). Це може також стосуватися чину чи посади, яку займає група, наприклад, син чи дочка, товариш, студент тощо. Соціальний статус, становище чи звання людини чи групи всередині суспільства можна визначити двома способами. Можна заробити свій соціальний статус власними досягненнями, що називається досягнутим статусом. Крім того, можна отримати соціальний статус як успадковане становище, яке називається приписуваним статусом. Приписані статуси також можна визначити як такі, які закріплені за особою при народженні. Приписані статуси, які існують у всіх суспільствах, включають такі, що ґрунтуються на статі, віці, расовій етнічній групі та сімейному походженні. Наприклад, людина, яка народилася у заможній сім'ї, яка характеризується такими рисами, як популярність, таланти та високі цінності, виросте багато очікувань. Тому їм надають і навчають багатьох соціальних ролей, оскільки вони соціально розміщуються в сім'ї, оснащуючись усіма цими рисами та особливостями. Досягнуті статуси означають також те, що людина здобуває протягом свого життя в результаті здійснення знань, умінь, навичок та / або наполегливості. Професія - приклад статусу, який може бути присвоєний або досягнутий, його можна досягти, отримавши потрібні знання та навички, щоб стати соціальним позиціонером на вищу посаду цієї роботи; побудова у людей соціальної ідентичності в межах соціуму.

Статуси, що засновані на вроджених характеристиках, таких як стать, називаються приписуваними статусами, тоді як статуси, які люди отримували

власними зусиллями, називаються досягнутими статусами. Конкретні форми поведінки пов'язані з соціальними стигмами, які можуть впливати на статус.

Приписаний статус - це коли посада успадковується через сім'ю. Монархія - це широко визнане використання цього методу для утримання правителів в одній родині. Зазвичай це відбувається при народженні без будь-яких посилок на те, як ця людина може виявитися добрим чи поганим лідером.

Американський психолог Д.Богенхольд вказує, що проблема розшарування суспільства за останні два десятиліття зазнала значних змін. Так, старі критерії побудови моделі соціуму перестають відігравати значиму роль в житті суспільства, а також змінюється ставлення і оцінка важливості практично всіх критеріїв соціального статусу: освіти, доходу, професії та інших. Освіта, як приклад, стає загальнодоступною для представників усіх соціальних верств. Дохід безпосередньо визначає соціальний статус тільки крайніх груп - вищого високого і нижчого низького статусів. З іншого боку, ще одна зміна зачіпає відразу два критерії: дохід і професію. Так, з'являється цілий спектр професій, які не приносять постійного заробітку: наприклад, проектна робота або фріланс. Соціальний статус представників подібних професій практично неможливо визначити за допомогою перерахованих вище критеріїв [41], [56].

Відповідно до цього на перший план виходить такий критерій, як стиль життя. Підкреслюється, що, наприклад, дозвілля або споживчу поведінку не відображають безпосередньо дохід індивіда. Проте дані показники входять і розкривають феномен «стилю життя» індивіда. Дж.Розіттер також зазначає, що соціальний статус визначає спосіб життя індивіда, впливає на споживчу поведінку, вибір брендів і інше [55].

Важливо відзначити, що О.О.Саннікова в своєму дослідженні робить висновок про те, що соціальний статус в сучасному світі не просто досягається, він вибирається самим індивідом, і, більш того, він його сам створює і пред'являє суспільству через зовнішні атрибути. У свою чергу, подібні атрибути засвоюються через засоби масової комунікації, і найчастіше знання про них поділяються відразу всією групою [66].

Таким чином, неодноразово підкреслений в літературі факт існування очікувань щодо поведінки різних представників соціального статусу також поширюється на очікування про стиль життя подібних представників. У зв'язку з цим у людини формуються прототиповий образ представників того чи іншого статусу. Отже, визначаючи соціальний статус об'єкта сприйняття, суб'єкт може приписати йому історію, яка б добудовувала образ індивіда так, щоб він відповідав статусу, до якого він був віднесений.

Одним з найпопулярніших методів визначення міжособистісних стосунків у групі є соціометрія, запропонована учнем З.Фрейда - Джекобом Морено. 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 та антипатій, яка показує психологічне ставлення індивіда до людей, часто не вміщується в рамки заданої індивіду макроструктури: найближчим може виявитися оточення, яке складається з неприйнятних у психологічному плані людей. Завдання полягає в 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. Термін «соціометрія» буквально означає „соціальне вимірювання”; соціометрична методика призначена для оцінювання міжособистісних стосунків неформального типу: симпатій та антипатій, привабливості. Носячи характер опитування, соціометрія суттєво відрізняється від анкетного опитування та інтерв'ю тим, що запитання стосуються емоційної сфери стосунків людей. Соціометрична методика, що виявляє симпатії і антипатії для того, щоб здійснити деякі переміщення в середині групи, отримала широке розповсюдження. На основі застосування цієї методики виник цілий напрямок дослідження малих груп, особливо в прикладних галузях. Прикладна соціометрія техніки опитування і збору даних (соціометричний тест, соціоматриці, соціограми), було розроблено у дослідженнях з ліквідації різних конфліктів у малих групах. Соціометричний тест, аутосоціометрія, ретроспективна соціометрія та інші процедури базуються на вербальних звітах

досліджуваних про внутрішньогрупові міжособистісні “вибори” у відповідних ситуаціях. Окрім загальної картини симпатій / антипатій (соціограми) ці методи дозволяють описати індивідуальні самооцінки становища людини в групі, виділити неформальних лідерів і “ізолюваних”. Отримані за допомогою розрахунків групові індекси показують ступінь згуртованості індивідів в групі, її інтегрованість, обсяг і інтенсивність взаємодії людей, що входять в групу [67].

Термін "соціометричні методи" відноситься до великого класу методів, які оцінюють позитивні та негативні зв'язки між особами всередині групи. Основний принцип соціометричного методу полягає в тому, що кожен член групи має здатність оцінювати кожного іншого члена групи за одним або декількома критеріями. У літературі про стосунки з однолітками термін "соціометрія" часто має вузьке значення, тобто оцінку соціометричного статусу в групах однолітків. Соціометричні методи широко використовувались у дослідженні стосунків з однолітками для оцінки «прихильності» та «відштовхування» між дітьми.

Багато обговорюється теорія, що стосується соціометричного вимірювання та представлено ключові класичні та останні дослідження, які відзначають важливі віхи розвитку соціометричних методів. Кількість соціометричних досліджень, опублікованих протягом більше 70 років з моменту оригінальної публікації Морено, є великою. Критичні дослідження, які я представляю, є вибілковими через обмеження місця. Нарешті, обговорюються напрямки майбутніх досліджень.

У даному дослідженні було вирішено виявити вплив саме альтруїстичних та егоїстичних установок, які за гіпотезою, так само впливають на соціальний статус в групі [34].

Соціометричне дослідження оцінює прийняття (або відштовхування) в межах даної групи. Основна методика включає прохання всіх членів групи визначити конкретних осіб у групі, яких вони хотіли б (або не бажали б) мати в якості партнерів у певній діяльності. Існує багато варіантів цієї методики для вивчення різних аспектів соціальних уподобань. Наприклад, мережева

структура групи може бути піддана впливу соціометричної техніки в площині запису всіх взаємодій між членами групи. Ця методика також може бути застосована в більш широких масштабах для виявлення міжорганізаційних мереж, розглядаючи організації як окремі підрозділи.

Основна практична частина роботи зосереджена на концепції соціометричного статусу студентського віку. Це включає дослідження лідерства; соціальної адаптації, починаючи від соціальної ізоляції (або неприйнятої людини) до соціометричного лідера (або високо обраної особи); взаємозв'язку між соціометричним статусом та іншими змінними особистості, а саме установками [53].

У студентському віці відбуваються важливі перетворення міжособистісних стосунків. Вони характеризуються тенденцією до більш особистої і значущої взаємодії, високою рефлексивністю, стають джерелом емоційних переживань. В даному віці посилюється потреба в розумінні і співпереживанні, співчуття, встановленні довірчих відносин. Спілкування з однолітками набуває особливої значущості і стає одним з провідних чинників особистісного розвитку [70].

І хоча соціальний статус юнацтва неоднорідний, більшість з них є учнями. Для юності типово поява почуття своєї неповторності, несхожості на інших, але поряд з цим може мати місце рольова і особистісна невизначеність (при дефіцитарному варіанті розвитку). В юності відзначається рольовий мораторій (відстрочення): діапазон виконуваних соціальних ролей розширюється, але вони не засвоюються повноцінно і всерйоз, вони лише приміряються. Та й соціум, як і сам студент, досить поблажливо приймає подібні примірки. Помилки, допущені студентами частіше списуються на молодість і недосвідченість.

Щоб змінити статус людини в групі, досить попрацювати з тим чи іншим чинником статусу.

При відповідній підготовці кожен учитель має можливість змінити соціометричний статус учня. В цілому, педагогічні можливості зміни

соціометричного статусу учня дещо обмежені тим, що вчитель займає позицію керівника і знаходиться поза групою.

Для того, щоб підвищити соціометричний статус студента, необхідно надати йому можливості для прояву і реалізації своїх здібностей. В даний час вища школа націлена перш за все на інтелектуальні та соціальні здібності. Найбільш успішні в навчальній діяльності та громадській роботі студенти без роботи, що набувають впевненість в своїх силах, що залучає до них увагу, інтерес і симпатії одногрупників. Що стосується інструментальних, експресивних і фізичних здібностей, то вони явно недооцінені в сучасній системі освіти. Студентам, які мають здібності, досить важко реалізувати себе. Тому, при спробі зміни статусу у студента, викладач повинен організувати різні види діяльності, які допоможуть здобувачам освіти проявити свої здібності перед однолітками.

Серед педагогів і психологів добре відомий прийом, який називається «відсвіт від зірки». Суть його полягає в тому, що високостатусному члену групи доручається якась справа спільно з низькостатусним членом групи. У даному випадку важливо продумати мотивування співпраці, щоб воно сприймалося студентами як необхідне для вирішення відповідного завдання. При успішній взаємодії популярність високостатусного члена групи частково передається низькостатусному і ставлення оточуючих стає більш доброзичливе. Проте ми повинні розуміти, що знання соціометричного статусу не дає повної інформації про становище людини в системі міжособистісних відносин. Необхідно знати, чи є вибір людини взаємним. Взаємність емоційних переваг членів групи виступає важливою якісною характеристикою самої групи. Навіть соціометричний лідер буде відчувати себе неблагополучно, якщо його вибір не має взаємності. І навпаки, нехтуєми член групи може відчувати себе цілком комфортно, якщо його вибір виявився взаємним. Чим більше взаємних виборів має член групи, тим більш стабільним і сприятливим буде його становище в системі міжособистісних відносин.

Перевагами соціометрії є, по-перше, можливість за короткий час зібрати значний матеріал, який піддається статистичній обробці і може бути

представлений наочно, по-друге, можливість реєстрації відносин між усіма членами групи. Недоліками соціометрії є, по-перше, фіксація переважно емоційних відносин, виражених в симпатіях і антипатіях, по-друге, не виявляються справжні мотиви виборів, по-третє, число взаємних виборів може відображати не стільки згуртованість групи, скільки дружні зв'язки окремих мікрогруп. У процедурному плані соціометрична методика вкрай проста і не передбачає необхідності здійснення будь-яких випереджувальних дій щодо основного експериментального етапу.

Змістовної суттю дослідження в даному випадку є пряме, або, як його ще називають, «лобове» опитування досліджуваних. При цьому експериментатор, як правило, працює з групою в цілому, фронтально, в той час як кожен з респондентів відповідає на поставлені запитання індивідуально, не радячись з іншими членами досліджуваної групи.

За умовами експерименту респондент повинен відповісти на питання або кілька питань, декларуючи тим самим факт своїх персоніфікованих міжособистісних переваг. Самі питання повинні бути поставлені в такій формі, яка б передбачала в якості відповіді перерахування прізвищ деяких його товаришів по групі. Наприклад: «З ким із членів групи Ви хотіли б опинитися в парі при виконанні важкого і відповідального завдання?». При цьому експериментатор, інструктуючи випробовуваних, особливо обумовлює необхідність відображення на бланку пріоритетності вибору. Таким чином, відповідаючи на поставлене запитання, кожен випробовуваний складає список прізвищ обраних ним людей в строго визначеної послідовності. Під номером «1» в бланк заноситься прізвище члена групи, якого даний випробовуваний вибирає в першу чергу; під цифрою «2» - прізвище того, хто обраний другим, і т. д.

Залежно від завдань конкретного дослідження експериментатор безпосередньо в рамках інструкції може або визначити гранично допустиму кількість виборів, або не обмовляти необхідність такого обмеження виборчої активності досліджуваного. У першому випадку (такий варіант соціометричної методики зазвичай позначають як параметричний) респонденту надається

можливість здійснити, як правило, не більше трьох послідовних виборів. При цьому він може на свій власний розсуд зупинитися на одному або на двох виборах, а може і зовсім від них відмовитися - закладене в інструкції обмеження стосується лише верхньої межі його виборчої активності. На відміну від непараметричних варіантів реалізації соціометричної процедури дана форма її застосування значно менш трудомістка, а отримані емпіричні дані незрівнянно легше піддаються як графічному компонуванню, так і статистичній обробці. Крім того, сам факт початкового кількісного обмеження можливих виборів закономірно підвищує ступінь їх вибірковості та пріоритетності. Тут практично виключені випадки ухильних відповідей, коли досліджуваний вказує не прізвища конкретних людей, а вписує в бланк фрази типу «Я хотів би, щоб в новій групі залишилися всі» і так далі. (що, до речі, нерідко відбувається, якщо соціометричне дослідження здійснюється в непараметричній формі).

На завершення опису особливостей методичної процедури соціометричного методу дослідження групи має сенс спеціально зупинитися ще на одному моменті. Йдеться про ті обов'язкові умови, які повинні дотримуватися дослідником, який обрав для роботи соціометричну методику.

Так, він повинен організувати дослідження таким чином, щоб кожен учасник експерименту змушений був працювати самостійно, ні з ким не радячись і не звіряючи свої відповіді з відповідями оточуючих. При цьому час, що відводиться на відповіді, ні в якому разі не повинен обмежуватися. У зв'язку з тим, що режим роботи кожного досить індивідуальний, більш доцільно заздалегідь внести питання в експериментальний бланк, а не зачитувати їх вголос безпосередньо в ході опитування, кваллячи тим самим тих, хто ще не встиг відповісти, і затримуючи тих, хто вже впорався з завданням. Крім того, відповідаючи на питання і тим самим здійснюючи вибір або відкидаючи того чи іншого члена групи, кожен респондент повинен мати перед очима повний список, що включає і прізвища тих, хто з якоїсь причини в даний момент відсутній. Цей список можна пред'являти кожному досліджуваному індивідуально (наприклад, вноситися безпосередньо в експериментальні бланки), а може в єдиному екземплярі надаватися всій групі в цілому.

Дотримання цієї вимоги має бути особливо неухильним в тих випадках, коли об'єктами дослідження є діти, так як вони схильні обмежуватися вибором або відкиданням лише тих, кого бачать безпосередньо в даний момент. Нарешті, ще одна обставина, на яку слід звернути увагу експериментатору. Як показує багатий досвід використання соціометричної методики, одержуваний з її допомогою емпіричний матеріал виявляється найбільш надійний в тому випадку, коли, відповідаючи на питання, респонденти впевнені, що висловлена ними позиція буде ретельно проаналізована і дійсно вплине на хід подальшої життєдіяльності групи.

РОЗДІЛ 2

ВПЛИВ АЛЬТРУЇСТИЧНИХ І ЕГОЇСТИЧНИХ УСТАНОВОК НА СОЦІАЛЬНИЙ СТАТУС У ГРУПІ

2.1 Організація проведення дослідницької роботи

Метою дослідження було виявити психологічну особливість альтруїстичних та егоїстичних установок студентів-психологів. Для цього було вирішено провести дослідження впливу альтруїстичних та егоїстичних установок на соціальний статус респондентів. Таке дослідження дасть змогу оцінити, як установки впливають на соціальний статус, таким чином формуючи майбутнього фахівця. Для дослідницької частини роботи було обрано тест «Діагностика особистісної установки «Альтруїзм-Егоїзм», який націлений на вивчення соціально-психологічної установки особистості. Для виявлення статусу студента в групі обрано соціометричний метод дослідження. Методики, представлені у дослідженні є валідними та надійними.

Вибірка склала 70 студентів спеціальності «психологія». 20 осіб склали студенти, що навчаються за освітнім рівнем «магістр» та 50 осіб склали студенти, що навчаються на 4-му курсі за освітнім рівнем «бакалавр». Дослідження щодо виявлення домінуючої установки проводилось на студентах психологічної спеціальності 4-го курсу бакалаврату, 1-го та 2-го курсу магістратури у періоди з 04.03.2019 по 25.03.2019 та 02.05.2019 по 23.05.2019. Це було зроблено для того, щоб прослідкувати динаміку змін установок після проведення тренінгового заняття, яке проводилось наступного дня після проведення психодіагностики домінуючих установок особистості.

Учасників дослідження було розділено на експериментальну та на контрольну групи. Експериментальна група була зібрана з 35 осіб: 10 респондентів з 1-го курсу магістратури та 15 осіб з 4-го курсу першої групи освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр. Перша група у свою чергу була

розділена також на 2 групи для об'єктивності результатів дослідження: 10 студентів з магістратури та 15 осіб з бакалаврату.

Контрольна група була зібрана з 10 респондентів 2-го курсу магістратури та 15 осіб з 4-го курсу другої групи освітньо-кваліфікаційного рівня бакалавр. Контрольна група також була поділена на 2 групи: 10 студентів з магістратури та 15 осіб з бакалаврату.

Тестування студентів-психологів на виявлення домінуючої альтруїстичної чи егоїстичної установки було представлено у 4-х таблицях та 4-х графіках відповідно, де вказано кількість студентів із виявленими установками та відсотки від загального числа респондентів.

Дослідження соціального статусу студентів у групі було представлено у 4-х таблицях.

Загальна таблиця із виявленими установками, соціальним статусом та їх взаємозв'язком представлені у 4-х таблицях.

У тесті «Діагностика особистісної установки «Альтруїзм-Егоїзм» проставляється по 1 балу при відповідях «так» на запитання 1, 4, 6, 7, 9, 13, 17 і відповідях «ні» на питання 5, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 20. Потім підраховується загальна сума балів. Чим набрана сума балів більше 10, тим більшою мірою у суб'єкта виражений альтруїзм, бажання допомогти людям. І навпаки, чим сума балів менше 10, тим більше у суб'єкта виражена егоїстична тенденція.

Соціометричний бланк опитувальника складався з наступних запитань

1. Кого з членів вашої групи ви хотіли б бачити в складі знову організованої групи?
2. Кого з членів вашої групи ви не хотіли б бачити в складі знову організованої групи?

У кожному питанні можна було обрати по присутні 2 особи. Також можна було обрати 1 респондента або не обирати зовсім.

Взаємозв'язок установки із соціальним статусом було вирішено вираховувати таким чином: якщо респондент мав альтруїстичну установку та кількість виборів більше ніж кількість відхилень згідно даного респондента та якщо респондент мав егоїстичну установку та кількість відхилень більшу за

кількість виборів, то враховувався взаємозв'язок між ними, що було позначено знаком «✓» у таблиці. Якщо респондент мав більшу кількість виборів, аніж кількість відхилень, але установка була егоїстична, так само як і більшу кількість відхилень, аніж виборів при альтруїстичній установці особистості, то взаємозв'язок не враховувався, що позначалось знаком «X». Якщо респондент отримував однакову кількість виборів і відхилень, то рішення про взаємозв'язок приймалось на користь отриманої установки.

2.2 Результати дослідження альтруїстичних та егоїстичних установок у студентів-психологів

Дослідження щодо виявлення домінуючої установки проводилось на студентах психологічної спеціальності 4-го курсу бакалаврату, 1-го та 2-го курсу магістратури у періоди з 04.03.2019 по 25.03.2019 та з 02.05.2019 по 23.05.2019. Дані, отримані в результаті діагностики було розподілено по таблицях. Наведені дані переводимо у якісний аналіз.

У таблицях №2.1 Установки. Експериментальна група №1 та №2.2 Установки. Експериментальна група №1 було досліджено установки у студентів магістратури 1-го курсу навчання. Було продіагностовано домінуючі установки у 10 студентів 1-го року навчання та у 10 студентів 2-го року навчання. У таблиці №2.1 показано дослідження, яке проводилось у період з 04.03.2019 по 25.03.2019, у таблиці №2.2 - з 02.05.2019 по 23.05.2019

У таблиці №2.1 показані установки респондентів, 6 з яких мають альтруїстичні та 4 егоїстичні. У таблиці №2.2 продемонстровано також 6 альтруїстичних та 4 егоїстичних установок, проте зафіксовано зміну установок у респондентів №5 та №8 через місяць після першого дослідження. Тобто в цілому результати по групі не змінилось. Це може говорити про те, що установки є стійкими з одного боку, з іншого боку змінити установку з егоїстичної на альтруїстичну цілком можливо, доклавши зусиль як з боку самої

людини, так і з боку соціального впливу. Тренінгове заняття проводилось із метою зміни установок із егоїстичної на альтруїстичну, проте казати із стовідсотковою впевненістю про те, що на зміну установок впливає тільки якийсь один фактор казати не можна. Проте безумовно це один із факторів, який так чи інакше впливає на корегування установок особистості.

Результати, представлені у таблиці 2.1, показують, що 16 студентів мають альтруїстичні установки, в той час як 9 – егоїстичні. У другому дослідженні цієї ж групи, що продемонстровано у таблиці 2.2, такі дані:

18 студентів мають альтруїстичні, 7 – егоїстичні. Збільшилось на 2 людини, що мають альтруїстичні установки.

У таблиці 2.3 представлено 8 осіб із альтруїстичними установками, 2 – з егоїстичними у першому дослідженні, у другому після місячного проміжку часу дані, що представлені у таблиці 2.3 змінились так: 9 осіб із альтруїстичними та 1 із егоїстичною установкою. Динаміка прослідковується в тому, що особи із егоїстичними установками змінюють установки на альтруїстичні.

У таблиці 2.4 продемонстровано 14 осіб, які мають альтруїстичні установки та 11 осіб, що мають егоїстичні установки. У другому дослідженні цієї ж категорії респондентів, що представлено у таблиці 2.4 15 осіб із альтруїстичними та 10 осіб із егоїстичними установками. У респондента під №24 із альтруїстичної установка перейшла в егоїстичну. Проте загалом, у 90% випадків, дані фіксують зміни в альтруїстичному напрямку.

Такі дані можуть свідчити про те, що на зміни установок впливають як тренінгові заняття із формування колективної взаємодії та альтруїзму, так і зміни в періоді часу. Хоча більшість дослідників акцентує увагу на те, що установки стійкі і можна з цим погодитись, так як більшість установок залишаються в своїх межах, проте зміни фіксуються протягом невеликого проміжку часу, що може свідчити і про те, що при певних обставинах при правильному впливі змінам вони піддаються відносно швидко. Перше тестування показало установки від самого початку дослідницької роботи. Експериментальні групи та контрольні групи у другому дослідженні показали

динаміку змін установок у бік альтруїстичних. В цілому установки не були змінними, проте якщо вони змінювались, то у 85% на альтруїстичні. Якщо казати про егоїстичні установки, які були продемонстровані у результаті тестування у період з 02.05.2019 по 23.05.2019 у тих студентів які під час дослідження у період з 04.03.2019 по 25.03.2019 мали альтруїстичні, то причини можуть бути різними: від втомленості студентів, від небажання проходити тестування до негативного ставлення до тренінгу.

Результати із таблицями та графіками під номерами відповідними номерами експериментальних та контрольних груп наведені нижче.

Таблиця №2.1

Установки. Експериментальна група №1

Респондент	Установка
№ 1	Альтруїстична
№ 2	Альтруїстична
№ 3	Егоїстична
№ 4	Альтруїстична
№ 5	Егоїстична
№ 6	Альтруїстична
№ 7	Егоїстична
№ 8	Альтруїстична
№ 9	Егоїстична
№ 10	Альтруїстична

За результатами отриманих даних будемо діаграму показників альтруїстичних та егоїстичних установок у експериментальній групі досліджуваних у відсотковому значенні. Рисунок 2.1 демонструє рівні альтруїстичних та егоїстичних установок у діагностованій групі.

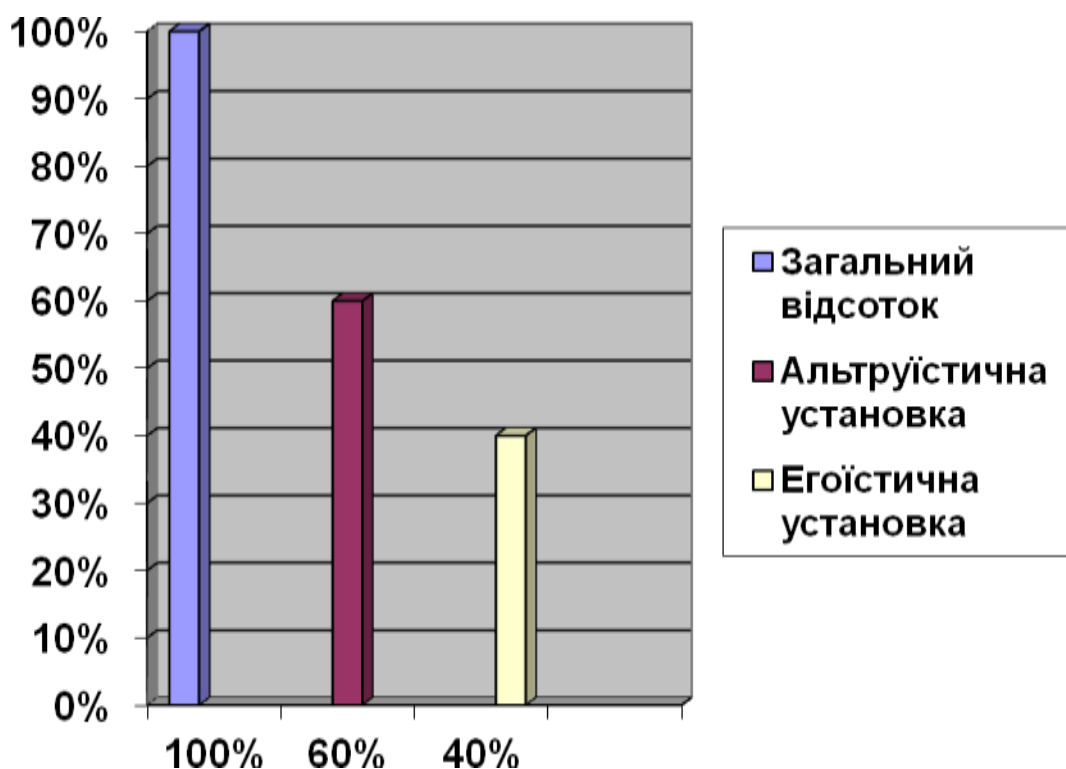


Рис. 2.1 Показники альтруїстичних та егоїстичних установок у відсотковому значенні

На даному графіку можна побачити, що 60% студентів-психологів мають альтруїстичні установки, 40% респондентів - егоїстичні. Червоним кольором позначено альтруїстичні установки, жовтим – егоїстичні. 10 студентів, що прийняли участь у дослідженні – це 100%, 6 студентів, що мають альтруїстичні установки – це 60% від кількості досліджуваних, 40% це відсоток осіб, які мають егоїстичні установки серед інших учасників дослідження.

Таблиця №2.2

Установки. Експериментальна група №1

Респондент	Установка
№ 1	Альтруїстична
№ 2	Альтруїстична
№ 3	Егоїстична
№ 4	Альтруїстична
№ 5	Альтруїстична
№ 6	Альтруїстична
№ 7	Егоїстична
№ 8	Егоїстична
№ 9	Егоїстична
№ 10	Альтруїстична

За результатами отриманих даних будуємо діаграму показників альтруїстичних та егоїстичних установок у експериментальній групі досліджуваних у відсотковому значенні. Рисунок 2.2 демонструє рівні альтруїстичних та егоїстичних установок у діагностованій групі.

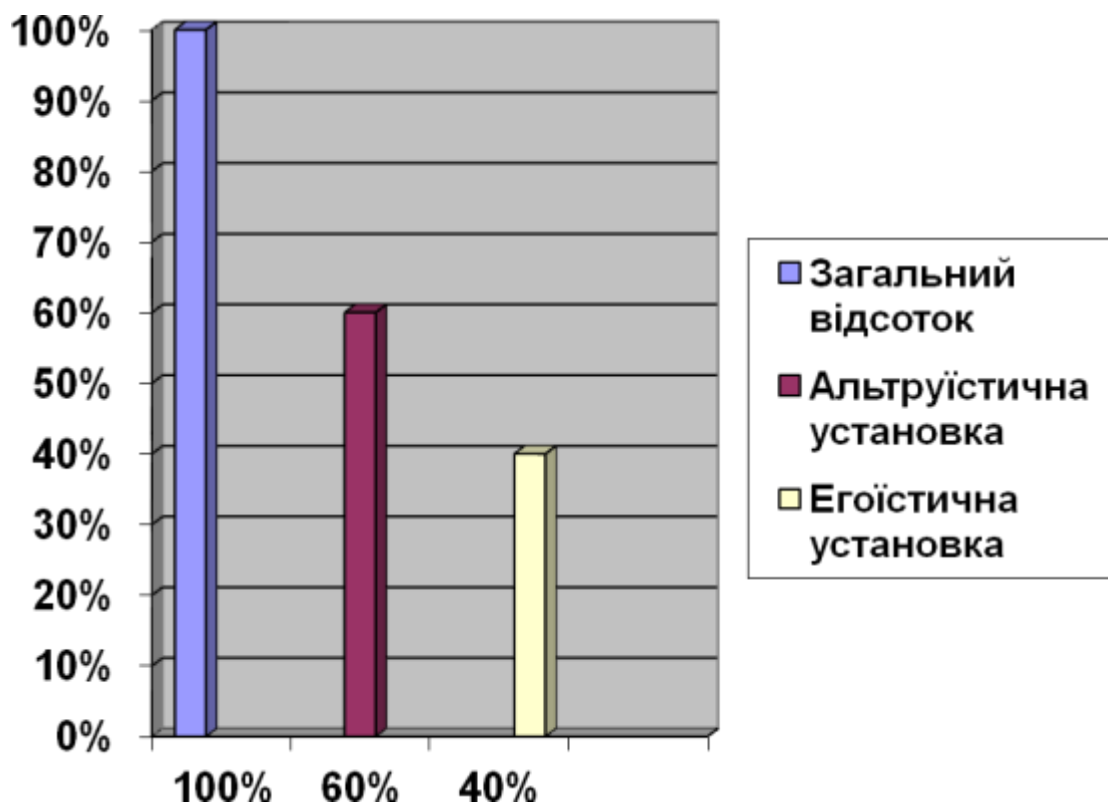


Рис. 2.2 Показники альтруїстичних та егоїстичних установок у відсотковому значенні

На графіку, що відноситься до таблиці 2.2, можна побачити, що 60% респондентів мають альтруїстичну установку, в той час як 40% - егоїстичну. Порівнюючи із даними, які було отримані в попередньому дослідженні, що продемонстровано в таблиці 2.1, отримані відсоткові значення не відрізняються, проте змінилися установки у респондентів №5, де студент мав егоїстичну установку у першому дослідженні, а у другому альтруїстичну та №8, де у першому дослідженні отримано альтруїстичну установку, у другому – егоїстичну. Це може свідчити про те, що установки змінюються в залежності від обставин та методів впливу. У респондентів даної групи установки у 20% випадків змінилися, у 80% залишилися без змін.

Таблиця №2.3

Установки. Експериментальна група №2

№ 1	Егоїстична
№ 2	Альтруїстична
№ 3	Альтруїстична
№ 4	Егоїстична
№ 5	Егоїстична
№ 6	Егоїстична
№ 7	Альтруїстична
№ 8	Альтруїстична
№ 9	Егоїстична
№ 10	Альтруїстична
№ 11	Егоїстична
№ 12	Егоїстична
№ 13	Альтруїстична
№ 14	Егоїстична
№ 15	Альтруїстична
№ 16	Альтруїстична
№ 17	Егоїстична
№ 18	Альтруїстична
№ 19	Альтруїстична
№ 20	Альтруїстична
№ 21	Альтруїстична
№ 22	Альтруїстична
№ 23	Альтруїстична
№ 24	Альтруїстична
№ 25	Альтруїстична

За результатами отриманих даних будуємо діаграму кількісних показників альтруїстичних та егоїстичних установок у експериментальній групі досліджуваних

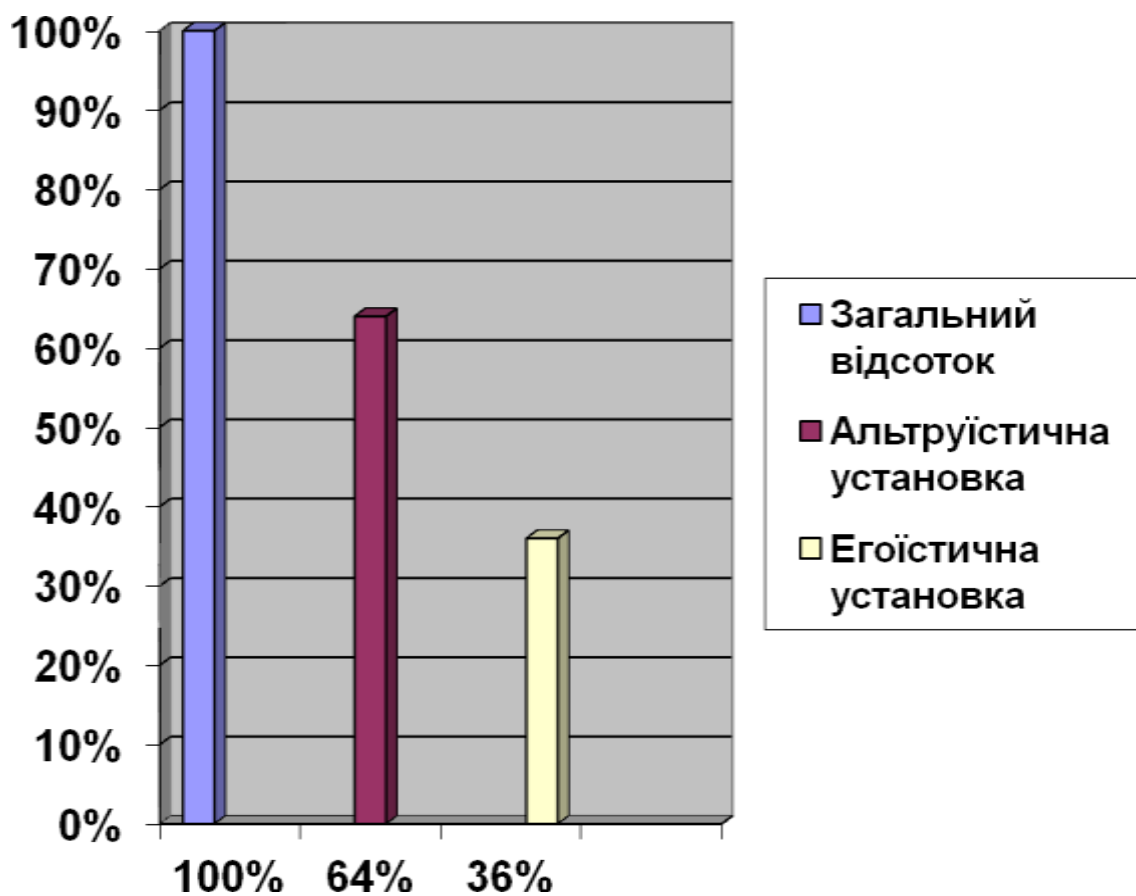


Рис. 2.3 Показники альтруїстичних та егоїстичних установок у відсотковому значенні

На графіку, що відноситься до таблиці 2.3, показано відсоткові значення досліджуваної групи. 64% мають альтруїстичні установки, 36% мають егоїстичні установки. Що характерно, показники першої експериментальної майже не відрізняються у відсотковому значенні від показників першої експериментальної групи. Це може говорити про те, що в цілому домінуючі альтруїстичні установки характерні для студентів спеціальності «психологія».

Таблиця №2.4

Установки. Експериментальна група №2

№ 1	Егоїстична
№ 2	Альтруїстична
№ 3	Альтруїстична
№ 4	Егоїстична
№ 5	Егоїстична
№ 6	Егоїстична
№ 7	Альтруїстична
№ 8	Альтруїстична
№ 9	Егоїстична
№ 10	Альтруїстична
№ 11	Альтруїстична
№ 12	Егоїстична
№ 13	Альтруїстична
№ 14	Альтруїстична
№ 15	Альтруїстична
№ 16	Альтруїстична
№ 17	Егоїстична
№ 18	Альтруїстична
№ 19	Альтруїстична
№ 20	Альтруїстична
№ 21	Альтруїстична
№ 22	Альтруїстична
№ 23	Альтруїстична
№ 24	Альтруїстична
№ 25	Альтруїстична

За результатами отриманих даних будуємо діаграму кількісних показників альтруїстичних та егоїстичних установок у контрольній групі досліджуваних.

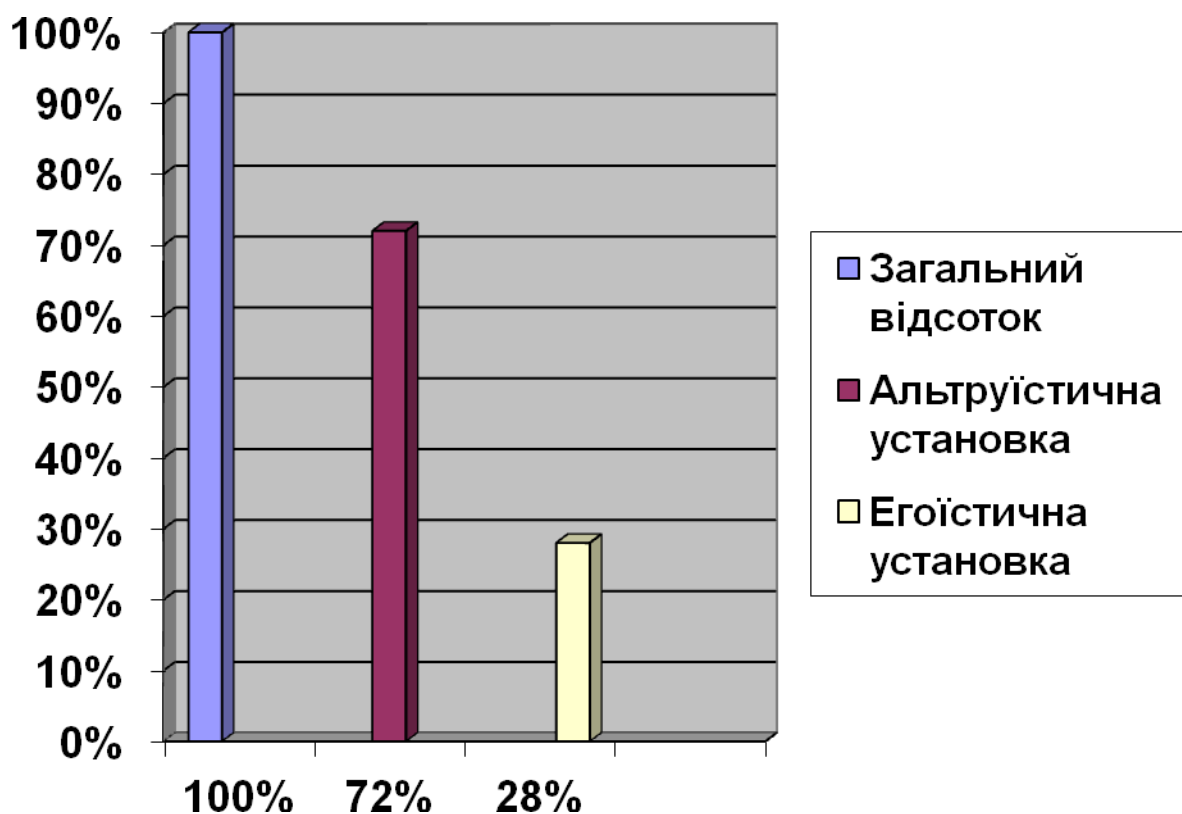


Рис. 2.4 Показники альтруїстичних та егоїстичних установок у відсотковому значенні

На графіку, що відноситься до таблиці 2.4, показано експериментальну групу, яка було досліджувана у період з 02.05.2019 по 23.05.2019, у відсотковому значенні зміни можна прогледіти як у респондентів з альтруїстичними установками, де було 64%, стало 72%, так і у студентів із егоїстичними установками, де у першому дослідженні було 36%, стало 28%. Прослідковується тенденція до змін установок протягом місяця після проведення тренінгового заняття.

Таблиця №2.5

Установки. Контрольна група №1

Респондент	Установка
№ 1	Альтруїстична
№ 2	Альтруїстична
№ 3	Альтруїстична
№ 4	Альтруїстична
№ 5	Альтруїстична
№ 6	Егоїстична
№ 7	Егоїстична
№ 8	Альтруїстична
№ 9	Альтруїстична
№ 10	Альтруїстична

За результатами отриманих даних будемо діаграму кількісних показників альтруїстичних та егоїстичних установок у контрольній групі досліджуваних.

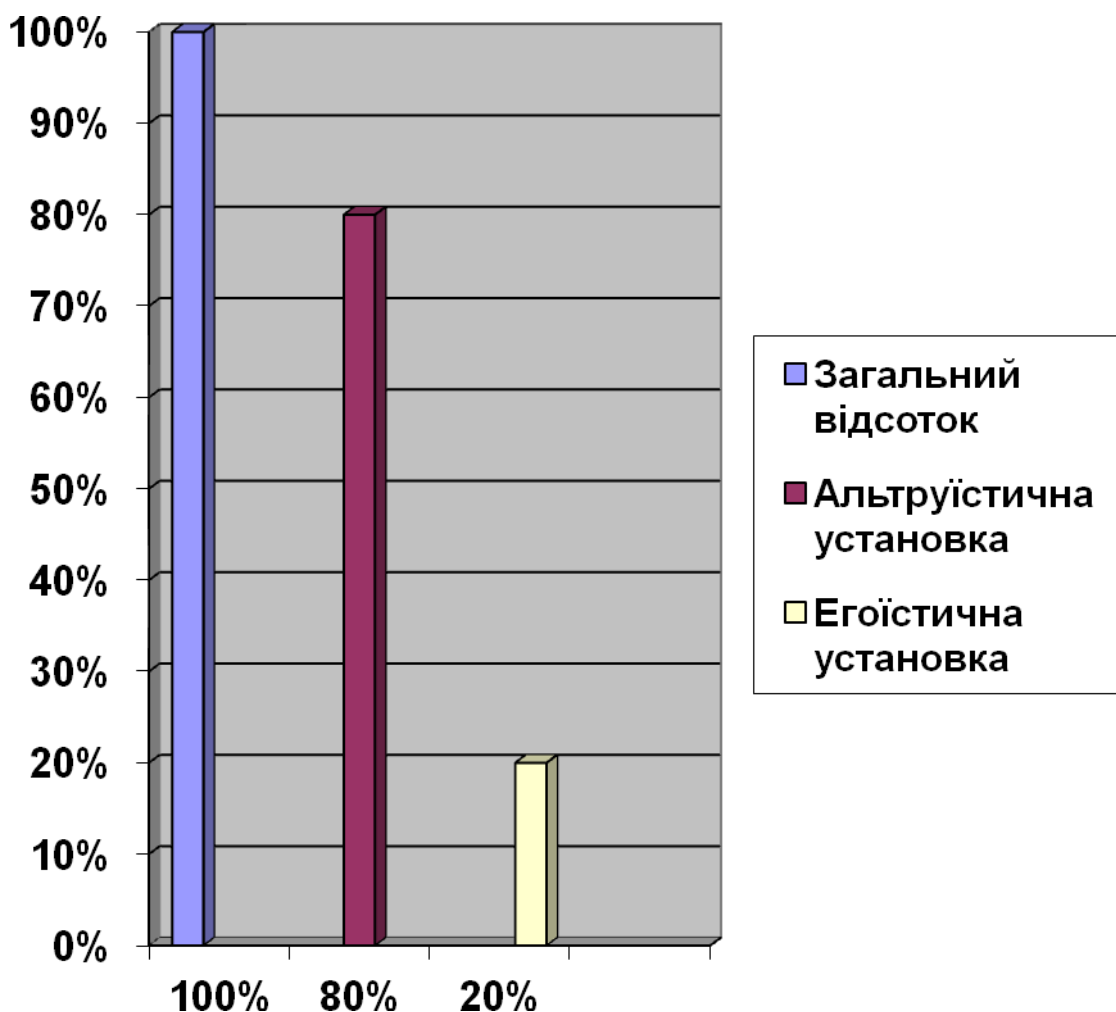


Рис. 2.5 Показники альтруїстичних та егоїстичних установок у відсотковому значенні

Дані графіку, що відноситься до таблиці 2.5, показують, що у контрольній групі 80% студентів мають альтруїстичні установки, в той час, як егоїстичні – 20%. Дані, отримані контрольною групою, відрізняються у відсотковому значенні від експериментальної групи, проте у якісному значенні домінуючою лишається альтруїстична установка особистості.

Таблиця №2.6

Установки. Контрольна група №1

Респондент	Установка
№ 1	Альтруїстична
№ 2	Альтруїстична
№ 3	Альтруїстична
№ 4	Альтруїстична
№ 5	Альтруїстична
№ 6	Альтруїстична
№ 7	Егоїстична
№ 8	Альтруїстична
№ 9	Альтруїстична
№ 10	Альтруїстична

За результатами отриманих даних будемо діаграму кількісних показників альтруїстичних та егоїстичних установок у контрольній групі досліджуваних.

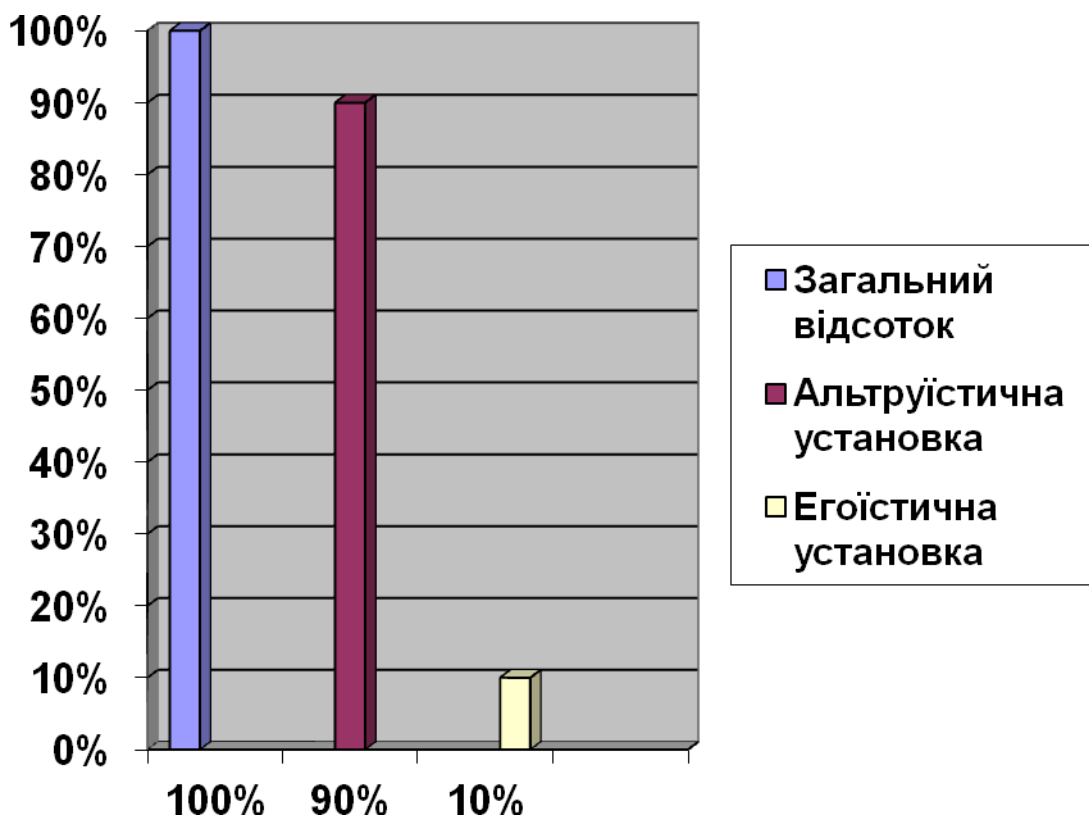


Рис. 2.6 Показники альтруїстичних та егоїстичних установок у відсотковому значенні

Дані графіку, що відноситься до таблиці 2.6, демонструють зміни у альтруїстичних установках, які вирости на 10% на відміну від першого дослідження. Можна припустити, що установки змінилися після тренінгового заняття. Егоїстичні установки були знижені до 10%. В цілому альтруїстичні установки так само залишаються домінуючими в досліджуваній групі, коли егоїстичні залишаються на низькому рівні.

Таблиця №2.7

Установки. Контрольна група №2

№ 1	Егоїстична
№ 2	Альтруїстична
№ 3	Альтруїстична
№ 4	Альтруїстична
№ 5	Егоїстична
№ 6	Альтруїстична
№ 7	Егоїстична
№ 8	Альтруїстична
№ 9	Егоїстична
№ 10	Альтруїстична
№ 11	Егоїстична
№ 12	Егоїстична
№ 13	Альтруїстична
№ 14	Альтруїстична
№ 15	Егоїстична
№ 16	Альтруїстична
№ 17	Альтруїстична
№ 18	Егоїстична
№ 19	Альтруїстична
№ 20	Егоїстична
№ 21	Егоїстична
№ 22	Альтруїстична
№ 23	Егоїстична
№ 24	Альтруїстична
№ 25	Альтруїстична

За результатами отриманих даних будуємо діаграму кількісних показників альтруїстичних та егоїстичних установок у контрольній групі досліджуваних.

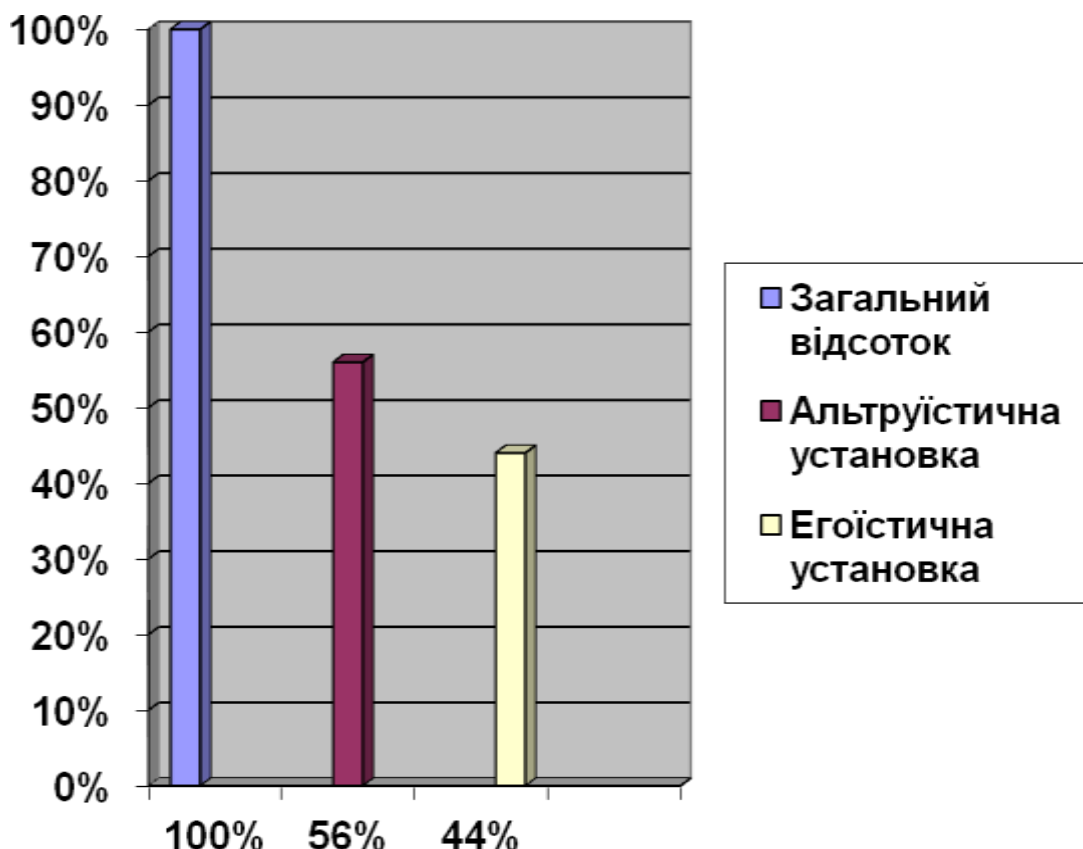


Рис. 2.7 Показники альтруїстичних та егоїстичних установок у відсотковому значенні

Дані, показані на графіку, що відноситься до таблиці № 2.7, ілюструють незначні відмінності від даних в експериментальній групі №2. У то час, як експериментальна група в розрізі альтруїстичних установок має 64% та егоїстичних 36%, контрольні дані, отримані в ході порівняльного дослідження, мають 56% та 44% відповідно.

Таблиця №2.8

Установки. Контрольна група №2

№ 1	Альтруїстична
№ 2	Альтруїстична
№ 3	Альтруїстична
№ 4	Альтруїстична
№ 5	Егоїстична
№ 6	Альтруїстична
№ 7	Альтруїстична
№ 8	Альтруїстична
№ 9	Егоїстична
№ 10	Егоїстична
№ 11	Егоїстична
№ 12	Егоїстична
№ 13	Альтруїстична
№ 14	Альтруїстична
№ 15	Альтруїстична
№ 16	Альтруїстична
№ 17	Альтруїстична
№ 18	Егоїстична
№ 19	Альтруїстична
№ 20	Егоїстична
№ 21	Егоїстична
№ 22	Альтруїстична
№ 23	Егоїстична
№ 24	Егоїстична
№ 25	Альтруїстична

За результатами отриманих даних будуємо діаграму кількісних показників альтруїстичних та егоїстичних установок у контрольній групі досліджуваних.

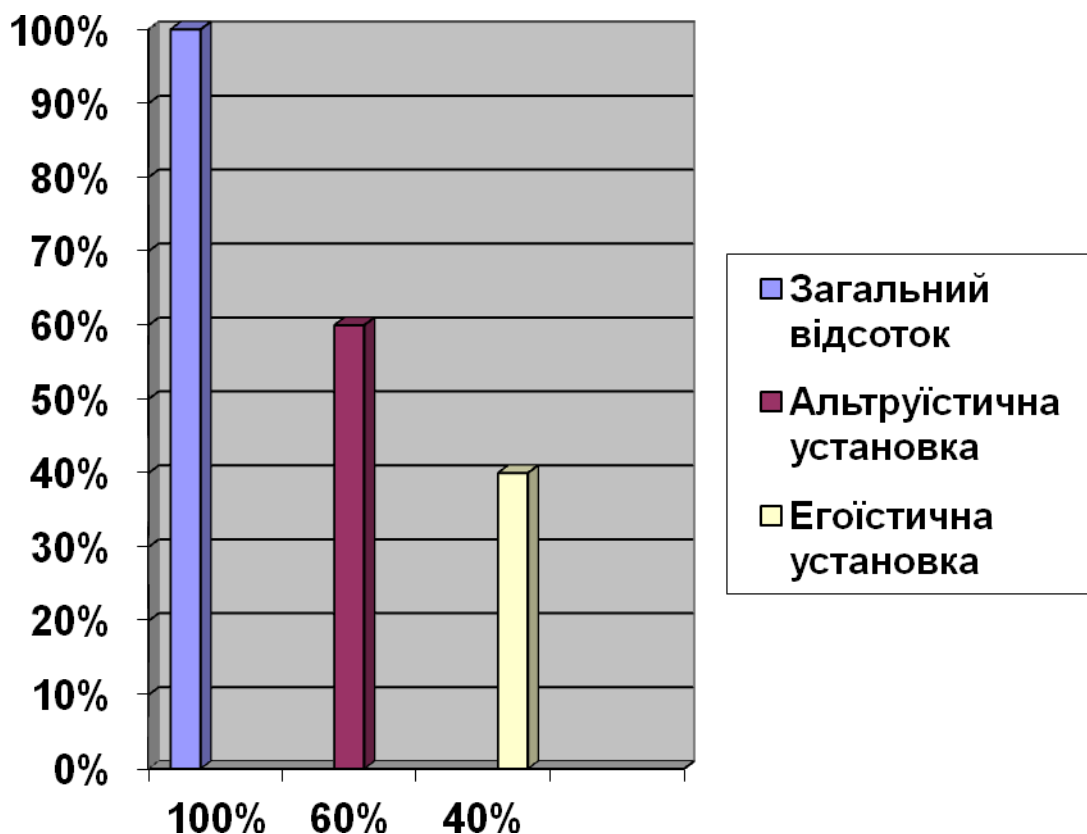


Рис. 2.8 Показники альтруїстичних та егоїстичних установок у відсотковому значенні

Дані, показані на графіку, що відноситься до таблиці № 2.8, показують незначні зміни в бік росту альтруїстичних установок та в бік зменшення егоїстичних установок в групі. Такі дані отримано після проведеного дослідження та місячного проміжку часу. Можна побачити, що тенденція до змін в бік приросту альтруїстичних установок фіксується в кожній групі після проведеного тренінгу. Контрольні групи підтверджують результати експериментальних груп.

2.3 Результати дослідження соціального статусу студентів-психологів

Таблиця №2.9

Соціальний статус. Експериментальна група №1

Респондент	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	+ 5; - 2
№ 2	+ 2; - 1
№ 3	+ 0; - 3
№ 4	+ 4; - 0
№ 5	+0; - 1
№ 6	+ 0; - 4
№ 7	+3; - 0
№ 8	+4; - 0
№ 9	+ 0; - 2
№ 10	+2; - 0

Експериментальна група №1 складалась із 10 осіб. У даній групі, яка була діагностована з 04.03.2019 по 25.03.2019, можна виділити 4-х лідерів під № 1, 4, 7, 8 та 3-х аутсайдерів № 3, 6, 9. Фіксуємо дані в таблиці № 2.9 та пробуємо порівняти дані першого та другого досліджень.

Таблиця №2.10

Соціальний статус. Експериментальна група №1

Респондент	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	+ 5; - 1
№ 2	+ 1; - 1
№ 3	+ 1; - 3
№ 4	+ 3; - 1
№ 5	+1; - 2
№ 6	+ 0; - 5
№ 7	+2; - 0
№ 8	+3; - 1
№ 9	+ 1; - 1
№ 10	+2; - 1

Дослідження, що проводилось у період з 02.05.2019 по 23.05.2019 показало стабільний стан соціального статусу в групі, як і у попередньому дослідженні, проте незначні коливання присутні під № 9 та № 3. Тут лідери і аутсайдери здебільшого зберігають свої позиції. Це обумовлено тим, що група вже сформована давно і соціальний статус також вже сформований.

Таблиця №2.11

Соціальний статус. Експериментальна група №2

№ 1	+2; - 1
№ 2	+1; - 0
№ 3	+0; - 1
№ 4	+2; - 1
№ 5	+0; - 7
№ 6	+2; - 1
№ 7	+1; - 2
№ 8	+ 0; - 0
№ 9	+5; - 2
№ 10	+ 0; - 2
№ 11	+ 0; - 0
№ 12	+2; - 1
№ 13	+2; - 1
№ 14	+ 0; - 3
№ 15	+ 4; - 0
№ 16	+ 1; - 3
№ 17	+ 1; - 2
№ 18	+ 3; - 0
№ 19	+5; - 0
№ 20	+1; - 2
№ 21	+ 0; - 0
№ 22	+2; - 0
№ 23	+ 1; - 1
№ 24	+ 2; - 0
№ 25	+ 6; - 1

Експериментальна група №2 складалась із 25 осіб.

У даній групі, що продемонстровано у таблиці №6.1, яка була діагностована з 04.03.2019 по 25.03.2019, виділяються 4 лідерів під №9, №15, №19, №25 та 2 аутсайдери під №5 та №16. Деякі члени не були обрані, їх віднесено до нейтральних категорій. Експериментальна група №2 у другому дослідженні також складалась із тих самих 25 осіб.

Дослідження, що повторно проводилось у період з 02.05.2019 по 23.05.2019 показало дещо інші дані. Дослідження було проведено після тренінгового заняття, що представлено у Додатках. Дане дослідження зафіксоване у Таблиці №2.12. Порівнюємо дані першого дослідження і другого. Лідери групи залишились, проте зафіксовано зміну у бік позитивних виборів у респондента під № 19. Також зафіксовано у бік негативного вибору респондента під № 23. Такі дані можуть свідчити про те, що під впливом соціальних факторів змінюється соціальний статус респондентів. Дійсно, якщо подивитись динаміку змін, то це відбувається через місяць після першого дослідження та після тренінгу. Це може свідчити про те, що змінам піддаються як установки, так і соціальний статус. Тобто якщо казати про установки та соціальний статус, то вони є стійкими, але змінам піддаються. Будучи лідером групи можна знизити кількість позитивних виборів іншими респондентами щодо лідера, це можна побачити на прикладі № 25, де додався 1 негативний вибір та знизився 1 позитивний та № 15, де кількість позитивних виборів знизилась на 2, так само як і будучи аутсайдером групи, можна стати ближче до центру групи, на прикладі №5, де додався 1 позитивний вибір та знизилась 2 негативних вибори. Респонденти без змін соціального статусу демонструють тезу про те, що соціальний статус вже є сформованим та стійким і для його змін потребуються як зусилля зі сторони особи, так і зусилля, докладені групою, в якій вона знаходиться.

Таблиця №2.12

Соціальний статус. Експериментальна група №2

№ 1	+1; - 1
№ 2	+1; - 0
№ 3	+0; - 0
№ 4	+1; - 1
№ 5	+1; - 5
№ 6	+2; - 1
№ 7	+1; - 2
№ 8	+ 1; - 0
№ 9	+4; - 2
№ 10	+ 2; - 2
№ 11	+ 1; - 1
№ 12	+2; - 0
№ 13	+2; - 1
№ 14	+ 0; - 4
№ 15	+ 2; - 0
№ 16	+ 1; - 4
№ 17	+ 1; - 2
№ 18	+ 3; - 0
№ 19	+8; - 0
№ 20	+2; - 2
№ 21	+ 0; - 0
№ 22	+0; - 0
№ 23	+ 1; - 3
№ 24	+ 3; - 0
№ 25	+ 5; - 1

Таблиця №2.13

Соціальний статус. Контрольна група №1

Респондент	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	+ 3; - 1
№ 2	+ 1; - 0
№ 3	+ 0; - 0
№ 4	+ 3; - 0
№ 5	+2; - 1
№ 6	+ 0; - 2
№ 7	+1; - 4
№ 8	+2; - 1
№ 9	+ 4; - 2
№ 10	+ 3; - 0

У контрольній групі № 1, що показана у таблиці № 2.13, дослідження проводилось у період з 04.03.2019 по 25.03.2019. Дане дослідження зафіксувало лідерів під №4, №9 та №8 та аутсайдера під № 7. Дані фіксуємо та проводимо повторне дослідження після проведеного тренінгу с формування навичок із взаємодії. Дані представляємо у таблиці №2.14.

Таблиця №2.14

Соціальний статус. Контрольна група №1

Респондент	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	+ 4; - 1
№ 2	+ 2; - 0
№ 3	+ 0; - 0
№ 4	+ 2; - 0
№ 5	+2; - 2
№ 6	+ 1; - 2
№ 7	+1; - 3
№ 8	+2; - 1
№ 9	+ 4; - 1
№ 10	+ 2; - 1

У контрольній групі № 1, що показана у таблиці № 2.14 продемонстровано 2 лідери під №1 та №9. Також є і аутсайдер під №7, який так і залишився у даному соціальному статусі. Дане дослідження було повторним та проводилось у період з 02.05.2019 по 23.05.2019. Якщо казати про динаміку, то динаміка залишається такою ж, як і у попередніх групах. В середньому +1 позитивний вибір та -1 негативний вибір.

У контрольній групі №2, що показана у таблиці № 2.15, проведене дослідження у період з 04.03.2019 по 25.03.2019. Лідери зафіксовані під №2, №6, №14, №24. Особи, що знаходяться у статусі аутсайдерів групи зафіксовані під № 5 та №19. У контрольній групі №2 у повторному дослідженні, що було проведене у період з 02.05.2019 по 23.05.2019 було продемонстровано такі дані: лідер групи під № 2 додав +1 позитивний вибір, тим самим укріпивши свої позиції у групі. Респондент під №24 знизив 2 позитивних вибори, що демонструє тенденцію до негативного соціального статусу. Респонденти під №5 та №19 майже не змінили свої показники соціального статусу, проте респондент під №19 покращив позиції шляхом зменшення негативного вибору іншими респондентами.

У 80% випадків зміни відбулись у розрізі +1/-1 бал до соціального статусу. Інші респонденти або не змінили свої показники соціальних статусів, або зміни відбулись у більших пропорціях. Це знову-таки підтверджує тезу про те, що соціальні статуси стійкі, проте зміни можуть відбутись, коли на це є запит, спроби змінити від самої групи та координація змін. Це можуть бути як тренінгові заняття, так і медіаторство групи іншими можливими засобами.

Дані щодо контрольної групи №2 із даними дослідження з 04.03.2019 по 25.03.2019 та тієї ж групи із даними дослідження, що було проведене з 02.05.2019 по 23.05.2019 представлені нижче.

Таблиця №2.15

Соціальний статус. Контрольна група №2

№ 1	+ 1; - 0
№ 2	+ 6; - 0
№ 3	+ 3; - 2
№ 4	+ 2; - 1
№ 5	+0; - 4
№ 6	+ 5; - 1
№ 7	+ 0; - 0
№ 8	+ 3; - 1
№ 9	+ 0; - 0
№ 10	+ 1; - 2
№ 11	+ 1; - 2
№ 12	+ 0; - 1
№ 13	+ 0; - 1
№ 14	+ 4; - 1
№ 15	+ 0; - 0
№ 16	+ 2; - 2
№ 17	+ 1; - 1
№ 18	+ 3; - 4
№ 19	+ 2; - 6
№ 20	+ 2; - 1
№ 21	+ 0; - 0
№ 22	+ 3; - 1
№ 23	+ 0; - 2
№ 24	+ 8; - 2
№ 25	+ 3; - 1

Таблиця №2.16

Соціальний статус. Контрольна група №2

№ 1	+ 1; - 1
№ 2	+ 7; - 0
№ 3	+ 2; - 1
№ 4	+ 1; - 2
№ 5	+ 0; - 5
№ 6	+ 4; - 0
№ 7	+ 0; - 0
№ 8	+ 3; - 1
№ 9	+ 0; - 1
№ 10	+ 1; - 3
№ 11	+ 1; - 1
№ 12	+ 0; - 0
№ 13	+ 0; - 1
№ 14	+ 2; - 1
№ 15	+ 0; - 0
№ 16	+ 2; - 0
№ 17	+ 2; - 1
№ 18	+ 1; - 3
№ 19	+ 2; - 5
№ 20	+ 2; - 1
№ 21	+ 0; - 0
№ 22	+ 3; - 1
№ 23	+ 1; - 3
№ 24	+ 6; - 2
№ 25	+ 2; - 1

2.4. Результати дослідження впливу альтруїстичних та егоїстичних установок на соціальний статус студентів-психологів

Таблиця №2.17

Взаємозв'язок установок із соціальним статусом. Експериментальна група №1

Респондент	Установка	Співвідношення установки із соціальним статусом в групі, де «✓» співвідноситься, а «X» – не співвідноситься	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	Альтруїстична	✓	+ 5; - 2
№ 2	Альтруїстична	✓	+ 2; - 1
№ 3	Егоїстична	✓	+ 0; - 3
№ 4	Альтруїстична	✓	+ 4; - 1
№ 5	Егоїстична	✓	+0; - 1
№ 6	Альтруїстична	X	+ 0; - 4
№ 7	Егоїстична	X	+3; - 0
№ 8	Альтруїстична	✓	+4; - 0
№ 9	Егоїстична	✓	+ 0; - 2
№ 10	Альтруїстична	✓	+ 2; - 0

Згідно даного методу тестування у 80% першої експериментальної групи, що складається з 10 студентів, установки співвідносяться із соціальним статусом, у 20% такої тенденції не прослідковується. Навпаки, можна

прослідкувати зворотню тенденцію, що 1 з респондентів наближається до показників альтруїстичної установки при виборі іншими респондентами, в той час як він має егоїстичну установку особистості та 1 з респондентів до егоїстичної при альтруїстичній. Так як більшість групи має співвідношення установок із соціальним статусом, то можна припустити, що в даній групі є вплив установок на соціальний статус в групі. У даній групі на перше запитання «Кого з членів вашої групи ви хотіли б бачити в складі знову організованої групи?» соціометричного бланку було обрано по 2 людини кожним членом групи. На друге питання «Кого з членів вашої групи ви не хотіли б бачити в складі знову організованої групи?» було обрано по 1 особі 3 респондентами та по 2 особи 7 респондентами.

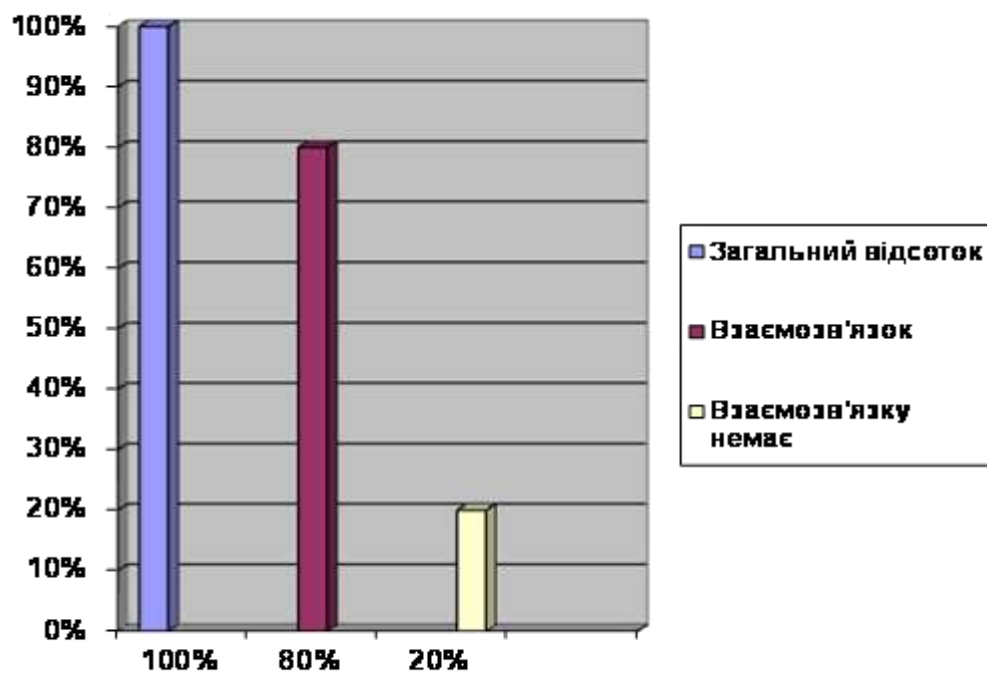


Рис. №2.9 Взаємозв'язок альтруїстичних та егоїстичних установок із соціальним статусом. Дослідження з 04.03.2019 по 25.03.2019

Таблиця №2.18

Взаємозв'язок установок із соціальним статусом.

Експериментальна група №1

Респондент	Установка	Співвідношення установок із соціальним статусом в групі, де «✓» співвідноситься, а «Х» – не співвідноситься	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	Альтруїстична	✓	+ 5; - 1
№ 2	Альтруїстична	✓	+ 1; - 1
№ 3	Егоїстична	✓	+ 1; - 3
№ 4	Альтруїстична	✓	+ 3; - 1
№ 5	Альтруїстична	Х	+1; - 2
№ 6	Альтруїстична	Х	+ 0; - 5
№ 7	Егоїстична	✓	+2; - 0
№ 8	Егоїстична	Х	+3; - 1
№ 9	Егоїстична	✓	+ 1; - 1
№ 10	Альтруїстична	✓	+2; - 1

У таблиці №2.18 представлені дані після місячного проміжку часу першої експериментальної групи. Згідно наведених даних, робимо висновок, що у 70% соціальний статус співвідноситься із отриманою установкою. У 30% випадків такої тенденції не прослідковується. Проте тут зафіксований взаємозв'язок установок і соціального статусу.

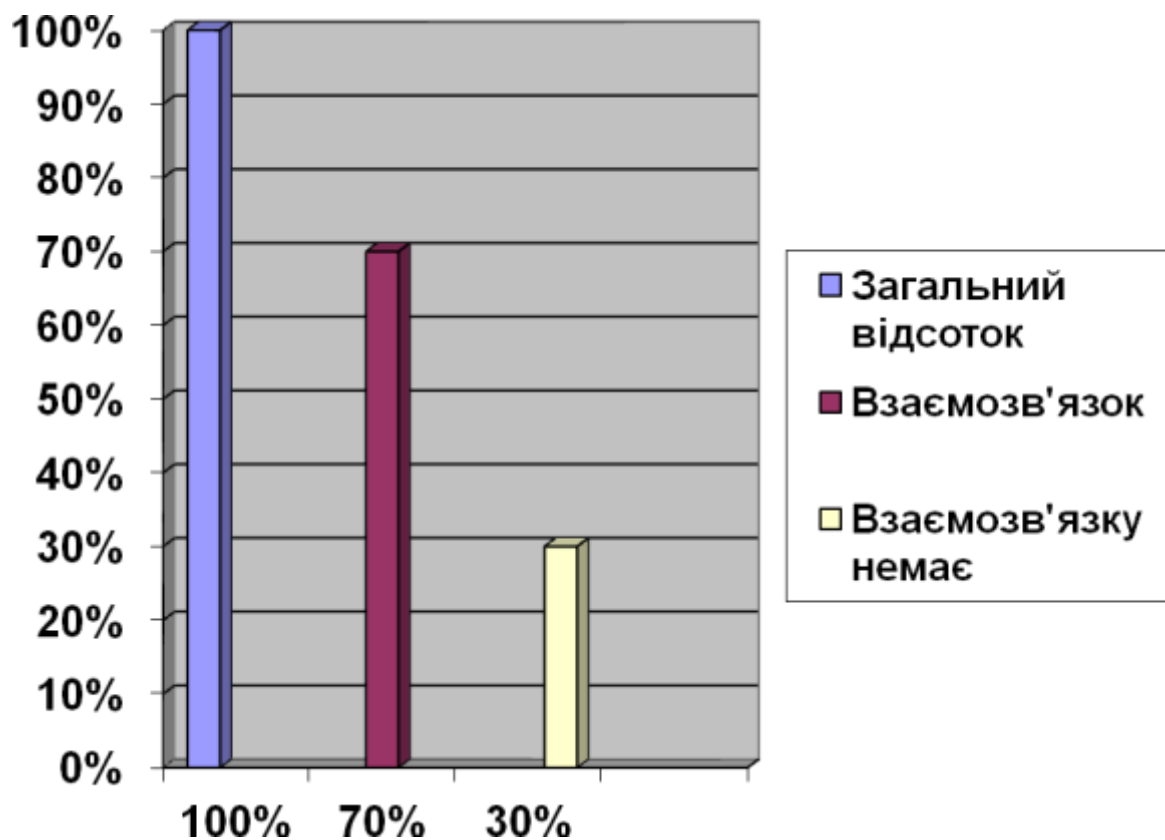


Рис. №2.10 Взаємозв'язок альтруїстичних та егоїстичних установок із соціальним статусом. Дослідження з 02.05.2019 по 23.05.2019

Таблиця №2.19

Взаємозв'язок установок із соціальним статусом.

Експериментальна група №2

Респондент	Установка	Співвідношення установки із соціальним статусом в групі, де «✓» співвідноситься, а «X» – не співвідноситься	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	Егоїстична	✓	+ 2; - 1
№ 2	Альтруїстична	✓	+ 1; - 0
№ 3	Альтруїстична	X	+ 0; - 1
№ 4	Егоїстична	X	+ 2; - 1
№ 5	Егоїстична	✓	+ 0; - 7
№ 6	Егоїстична	X	+ 2; - 1
№ 7	Альтруїстична	X	+ 1; - 2
№ 8	Альтруїстична	✓	+ 0; - 0
№ 9	Егоїстична	X	+ 5; - 2
№ 10	Альтруїстична	X	+ 0; - 2
№ 11	Егоїстична	✓	+ 0; - 2
№ 12	Егоїстична	✓	+ 0; - 0
№ 13	Альтруїстична	✓	+ 2; - 1
№ 14	Егоїстична	✓	+ 0; - 3
№ 15	Альтруїстична	✓	+ 4; - 0
№ 16	Альтруїстична	X	+ 1; - 3
№ 17	Егоїстична	✓	+ 1; - 2

Продовження таблиці 2.19

№ 18	Альтруїстична	✓	+ 3; - 0
№ 19	Альтруїстична	✓	+ 5; - 0
№ 20	Альтруїстична	X	+ 1; - 2
№ 21	Альтруїстична	X	+ 0; - 0
№ 22	Альтруїстична	✓	+ 2; - 0
№ 23	Альтруїстична	✓	+ 1; - 1
№ 24	Альтруїстична	✓	+ 2; - 0
№ 25	Альтруїстична	✓	+ 6; - 1

У таблиці представлені 25 студентів-психологів, отримані дані щодо установок та соціального статусу яких було поєднано для порівняння та фіксування проявів взаємозв'язку. Дана таблиця демонструє, що у 64% респондентів соціальні статуси та установки особистості співвідносяться між собою. Чітко прослідковується тенденція до взаємозв'язку.

У 36% респондентів такої тенденції не зафіксовано. Соціальні статуси і установки не взаємопов'язані у даному випадку. У цілому ж можна стверджувати, що соціальні статуси і установки особистості впливають одне на одного. Робимо висновок, що у даній досліджуваній групі присутнє співвідношення установок із соціальним статусом, тобто вплив у даному випадку зафіксований.

Тепер проведемо порівняльний аналіз першого дослідження експериментальної групи №2 та тієї ж самої групи після місячної перерви після проведеного тренінгового заняття з формування альтруїстичних установок та позитивного соціального статусу.

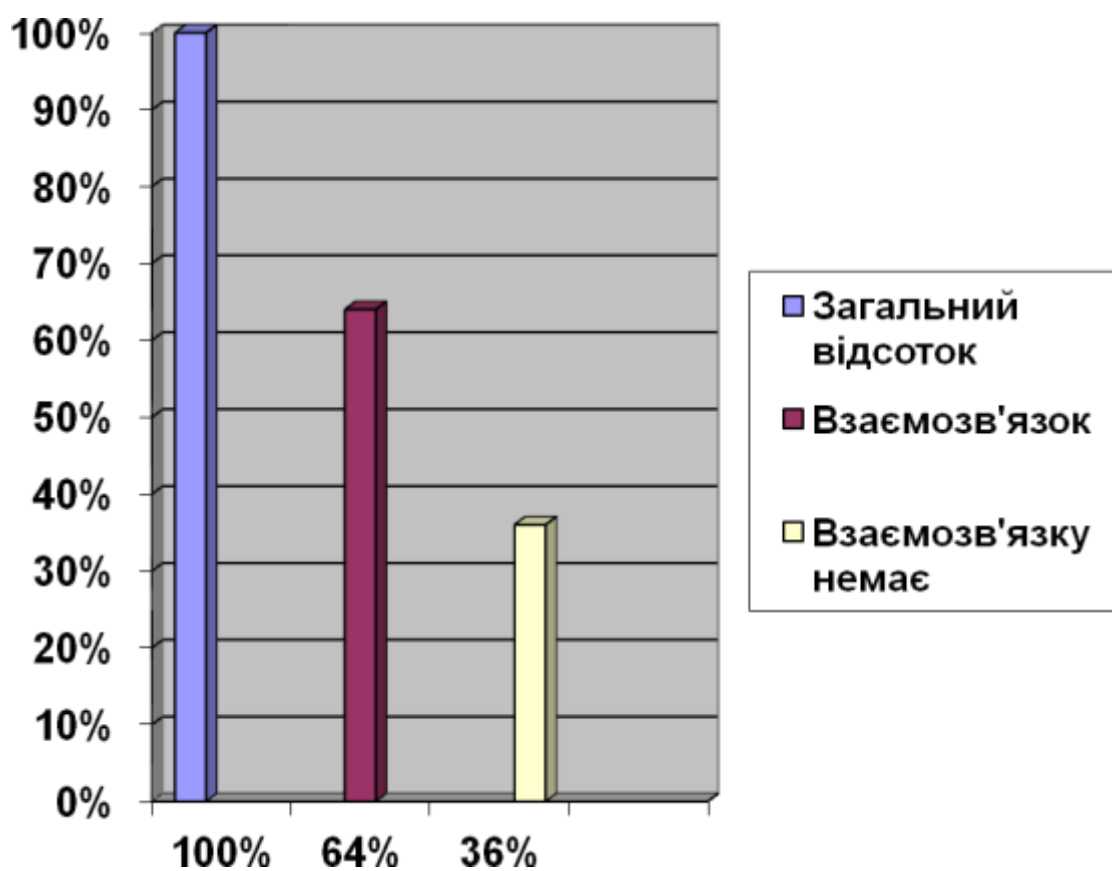


Рис. №2.11 Взаємозв'язок альтруїстичних та егоїстичних установок із соціальним статусом. Дослідження з 04.03.2019 по 25.03.2019

Таблиця №2.20

Взаємозв'язок установок із соціальним статусом.

Експериментальна група №2

Респондент	Установка	Співвідношення установки із соціальним статусом в групі, де «✓» співвідноситься, а «Х» – не співвідноситься	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	Егоїстична	✓	+1; - 1
№ 2	Альтруїстична	✓	+1; - 0
№ 3	Альтруїстична	✓	+0; - 0
№ 4	Егоїстична	✓	+1; - 1
№ 5	Егоїстична	✓	+1; - 5
№ 6	Егоїстична	✓	+2; - 1
№ 7	Альтруїстична	Х	+1; - 2
№ 8	Альтруїстична	✓	+ 1; - 0
№ 9	Егоїстична	Х	+4; - 2
№ 10	Альтруїстична	✓	+ 2; - 2
№ 11	Альтруїстична	✓	+ 1; - 1
№ 12	Егоїстична	Х	+2; - 0
№ 13	Альтруїстична	✓	+2; - 1
№ 14	Альтруїстична	Х	+ 0; - 4
№ 15	Альтруїстична	✓	+ 2; - 0
№ 16	Альтруїстична	Х	+ 1; - 4
№ 17	Егоїстична	✓	+ 1; - 2

Продовження таблиці 2.20

№ 18	Альтруїстична	✓	+ 3; - 0
№ 19	Альтруїстична	✓	+8; - 0
№ 20	Альтруїстична	✓	+2; - 2
№ 21	Альтруїстична	✓	+ 0; - 0
№ 22	Альтруїстична	✓	+0; - 0
№ 23	Альтруїстична	X	+ 1; - 3
№ 24	Альтруїстична	✓	+ 3; - 0
№ 25	Альтруїстична	✓	+ 5; - 1

Дане дослідження проводилось у період з 02.05.2019 по 23.05.2019. Порівнюючи дані попереднього дослідження, можна побачити, що вже 76% респондентів мають видимий взаємозв'язок соціального статусу із установками, тобто прослідковується вплив одного фактора на інший. У 24% впливу не зафіксовано. Роблячи висновок, можна підкреслити те, що попередні дані першого дослідження цієї ж групи були на 12% нижчими у розрізі впливу факторів. Проте у будь якому випадку отримані дані знаходяться досить близько одне до одного, що підтверджує валідність проведеного дослідження.

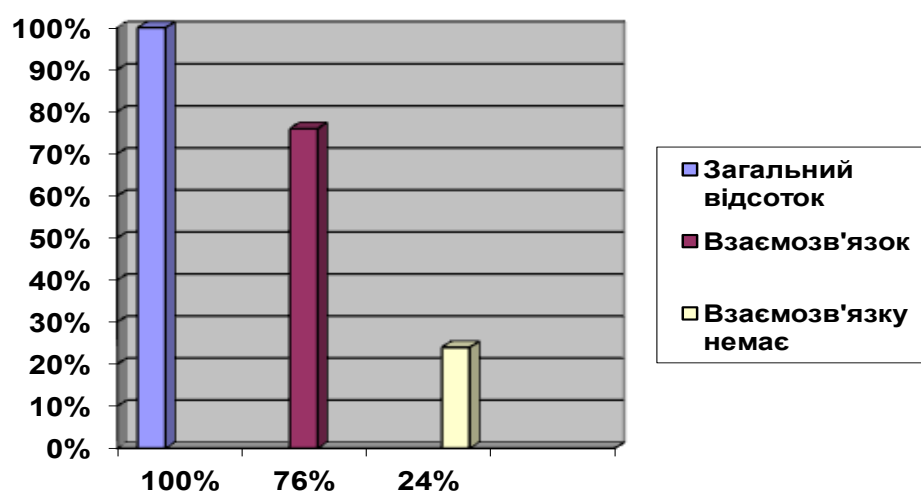


Рис. №2.12 Взаємозв'язок альтруїстичних та егоїстичних установок із соціальним статусом. Дослідження з 02.05.2019 по 23.05.2019

Таблиця №2.21

Взаємозв'язок установок із соціальним статусом. Контрольна група №1

Респондент	Установка	Співвідношення установки із соціальним статусом в групі, де «✓» співвідноситься, а «X» – не співвідноситься	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	Альтруїстична	✓	+ 3; - 1
№ 2	Альтруїстична	✓	+ 1; - 0
№ 3	Альтруїстична	✓	+ 0; - 0
№ 4	Альтруїстична	✓	+ 3; - 0
№ 5	Альтруїстична	✓	+2; - 1
№ 6	Егоїстична	✓	+ 0; - 2
№ 7	Егоїстична	✓	+1; - 4
№ 8	Альтруїстична	✓	+2; - 1
№ 9	Альтруїстична	✓	+ 4; - 2
№ 10	Альтруїстична	✓	+ 3; - 0

Респонденти даної досліджуваної групи мають взаємозв'язок соціального статусу та установки у 100% випадків. Будуємо графік результатів.

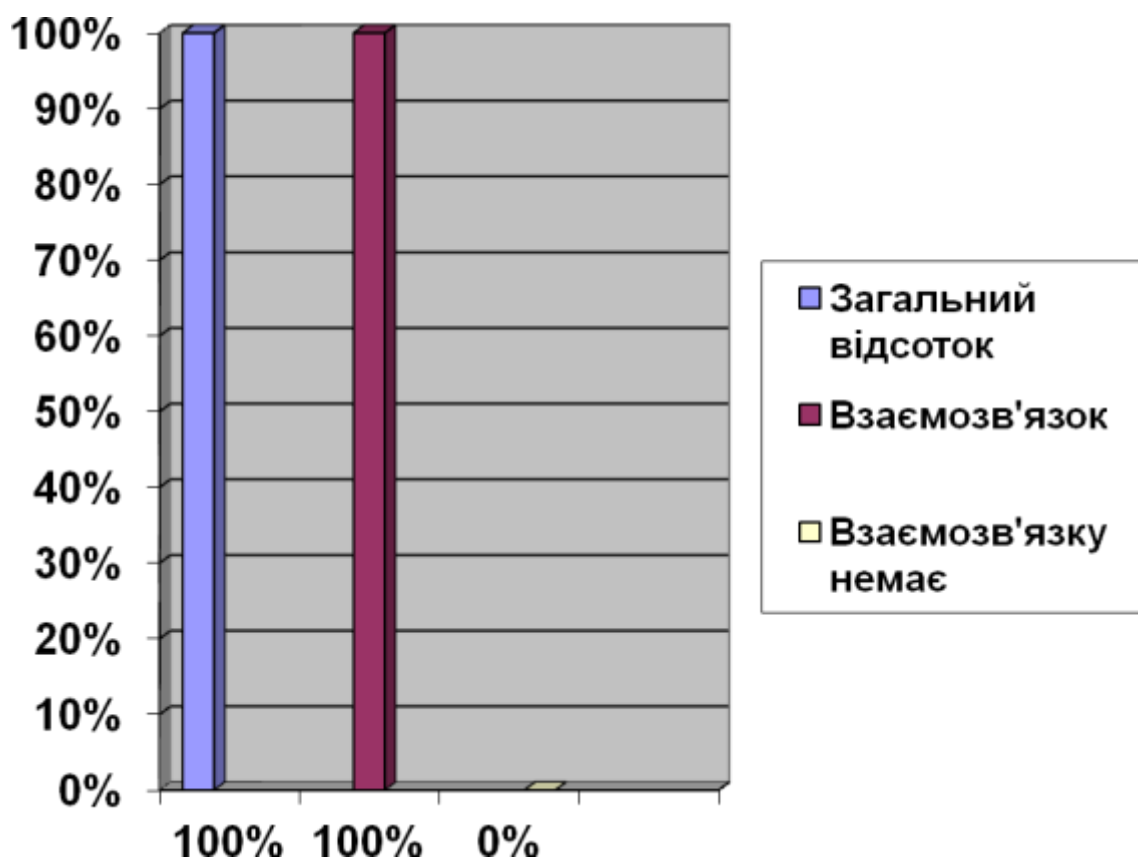


Рис. №2.13 Взаємозв'язок альтруїстичних та егоїстичних установок із соціальним статусом. Дослідження з 04.03.2019 по 25.03.2019

За даними дослідження даної групи можна провести чітку паралель між установкою та соціальним статусом, підтвердивши вплив одного фактора на інший. 100% випадків взаємозв'язку альтруїстичної та егоїстичної установок із соціальним статусом дає право стверджувати, що така присутність є підґрунтям для подальшого вивчення даної теми. Проводимо повторне дослідження, що позначено у таблиці №2.22

Таблиця №2.22

Взаємозв'язок установок із соціальним статусом. Контрольна група №1

Респондент	Установка	Співвідношення установки із соціальним статусом в групі, де «✓» співвідноситься, а «Х» – не співвідноситься	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	Альтруїстична	✓	+ 4; - 1
№ 2	Альтруїстична	✓	+ 2; - 0
№ 3	Альтруїстична	✓	+ 0; - 0
№ 4	Альтруїстична	✓	+ 2; - 0
№ 5	Альтруїстична	✓	+2; - 2
№ 6	Альтруїстична	Х	+ 1; - 2
№ 7	Егоїстична	✓	+1; - 3
№ 8	Альтруїстична	✓	+2; - 1
№ 9	Альтруїстична	✓	+ 4; - 1
№ 10	Альтруїстична	✓	+ 2; - 1

У період з 02.05.2019 по 23.05.2019 було проведено повторне дослідження контрольної групи №1, де зафіксовано зміну егоїстичної установки на альтруїстичну у респондента №6, проте взаємозв'язок не був підтверджений, так як соціальний статус залишився на тому ж рівні.

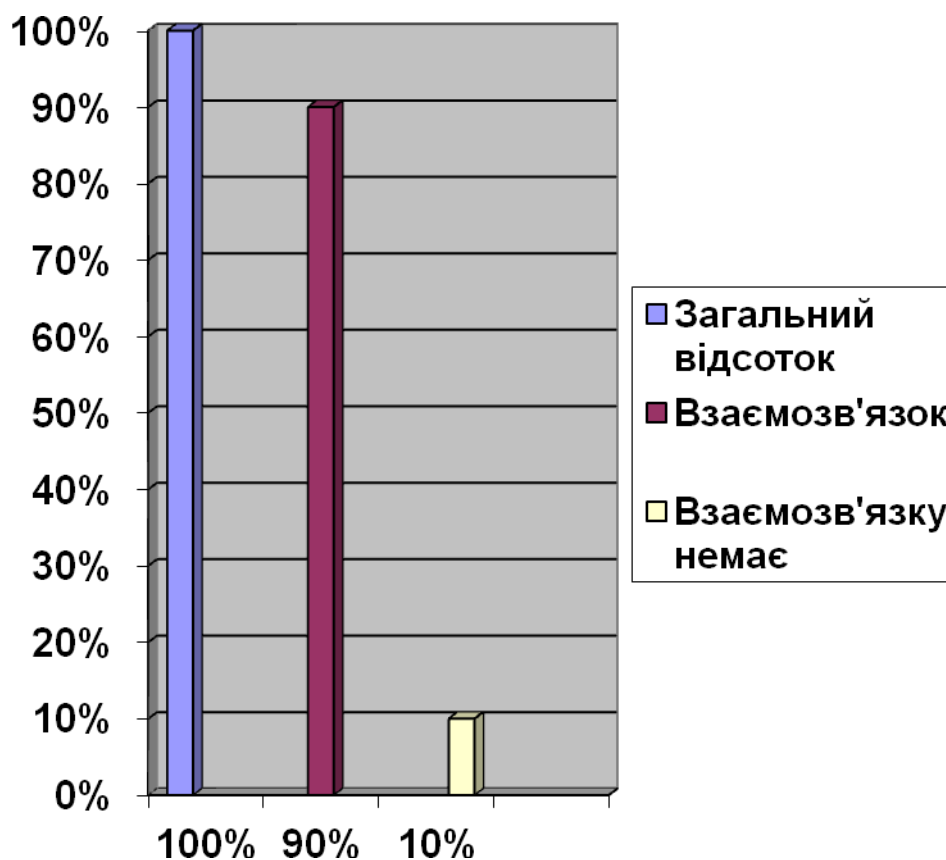


Рис. №2.14 Взаємозв'язок альтруїстичних та егоїстичних установок із соціальним статусом. Дослідження з 02.05.2019 по 23.05.2019

У даному дослідженні контрольної групи №1, яке проводилось у період з 02.05.2019 по 23.05.2019, 90% взаємозв'язку установок із соціальним статусом. Зміна впливу відбулась у 10%. Проте високий результат впливу факторів дозволяє дійти висновку, що гіпотеза підтверджується фактично кожною групою.

Таблиця №2.23

Взаємозв'язок установок із соціальним статусом. Контрольна група №2

Респондент	Установка	Співвідношення установки із соціальним статусом в групі, де «✓» співвідноситься, а «Х» – не співвідноситься	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	Егоїстична	Х	+ 1; - 0
№ 2	Альтруїстична	✓	+ 6; - 0
№ 3	Альтруїстична	✓	+ 3; - 2
№ 4	Альтруїстична	✓	+ 2; - 1
№ 5	Егоїстична	✓	+ 0; - 4
№ 6	Альтруїстична	✓	+ 5; - 1
№ 7	Егоїстична	✓	+ 0; - 0
№ 8	Альтруїстична	✓	+3 ; - 1
№ 9	Егоїстична	✓	+0; - 0
№ 10	Альтруїстична	Х	+ 1; - 2
№ 11	Егоїстична	✓	+1; - 2
№ 12	Егоїстична	✓	+ 0; - 1
№ 13	Альтруїстична	Х	+ 0; - 1
№ 14	Альтруїстична	✓	+ 4; - 1
№ 15	Егоїстична	✓	+ 0; - 0
№ 16	Альтруїстична	✓	+ 2; - 2
№ 17	Альтруїстична	✓	+ 1; -1
№ 18	Егоїстична	✓	+ 3; - 4
№ 19	Альтруїстична	Х	+ 2; - 6

Продовження таблиці 2.23

№ 20	Егоїстична	✓	+ 2; - 1
№ 21	Егоїстична	✓	+ 0; - 0
№ 22	Альтруїстична	✓	+3; - 1
№ 23	Егоїстична	✓	+ 0; - 2
№ 24	Альтруїстична	✓	+ 8; - 2
№ 25	Альтруїстична	✓	+ 3; - 1

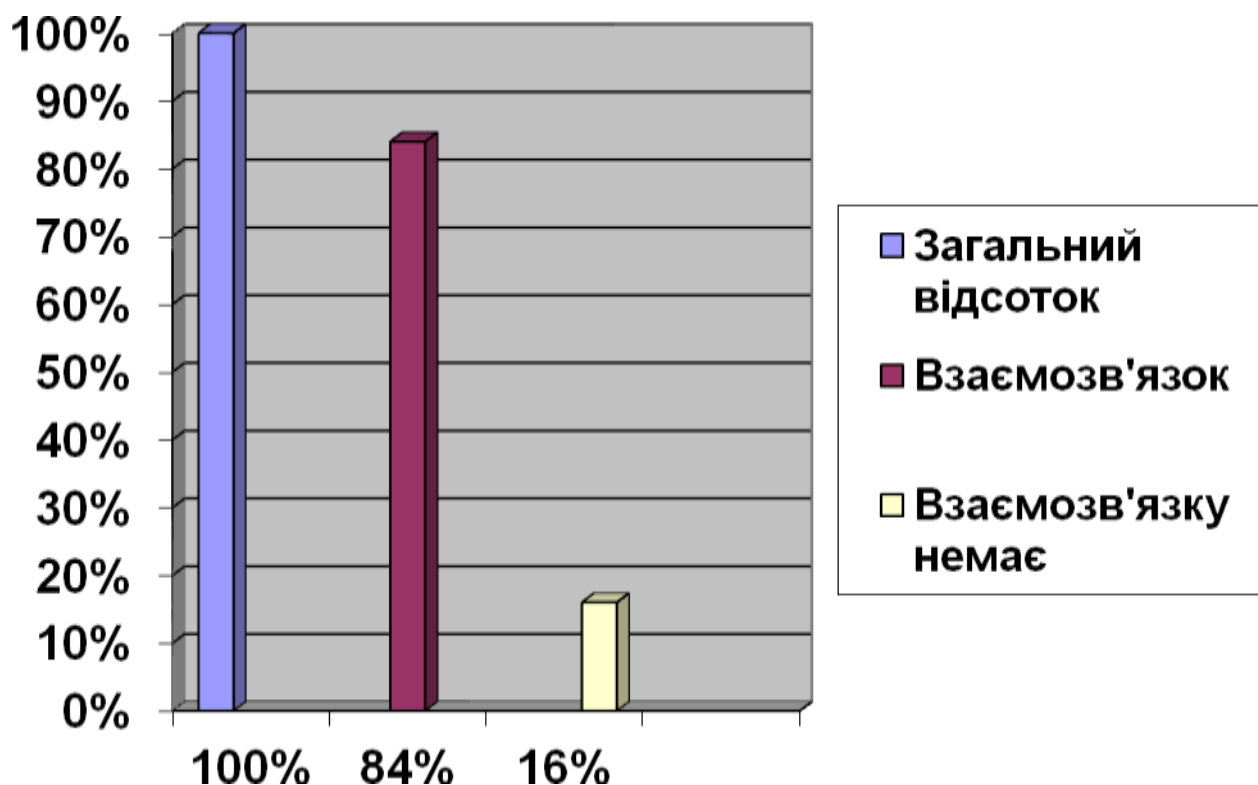


Рис. №2.15 Взаємозв'язок альтруїстичних та егоїстичних установок із соціальним статусом. Дослідження з 04.03.2019 по 25.03.2019

Дана група має 84% випадків взаємозв'язку установки із соціальним статусом студента в групі. У 16% такого випадку не зафіксовано. Повторне дослідження знаходиться у таблиці №2.24

Таблиця №2.24

Взаємозв'язок установок із соціальним статусом. Контрольна група №2

Респондент	Установка	Співвідношення установки із соціальним статусом в групі, де «✓» співвідноситься, а «Х» – не співвідноситься	Кількість виборів і відхилень респондента
№ 1	Альтруїстична	✓	+ 1; - 1
№ 2	Альтруїстична	✓	+ 7; - 0
№ 3	Альтруїстична	✓	+ 2; - 1
№ 4	Альтруїстична	Х	+ 1; - 2
№ 5	Егоїстична	✓	+ 0; - 5
№ 6	Альтруїстична	✓	+ 4; - 0
№ 7	Альтруїстична	✓	+ 0; - 0
№ 8	Альтруїстична	✓	+ 3; - 1
№ 9	Егоїстична	✓	+ 0; - 1
№ 10	Егоїстична	✓	+ 1; - 3
№ 11	Егоїстична	✓	+ 1; - 1
№ 12	Егоїстична	✓	+ 0; - 0
№ 13	Альтруїстична	Х	+ 0; - 1
№ 14	Альтруїстична	✓	+ 2; - 1
№ 15	Альтруїстична	✓	+ 0; - 0
№ 16	Альтруїстична	✓	+ 2; - 0
№ 17	Альтруїстична	✓	+ 2; - 1
№ 18	Егоїстична	✓	+ 1; - 3
№ 19	Альтруїстична	Х	+ 2; - 5

Продовження таблиці 2.24

№ 20	Егоїстична	✓	+ 2; - 1
№ 21	Егоїстична	✓	+ 0; - 0
№ 22	Альтруїстична	✓	+ 3; - 1
№ 23	Егоїстична	✓	+ 1; - 3
№ 24	Егоїстична	X	+ 6; - 2
№ 25	Альтруїстична	✓	+ 2; - 1

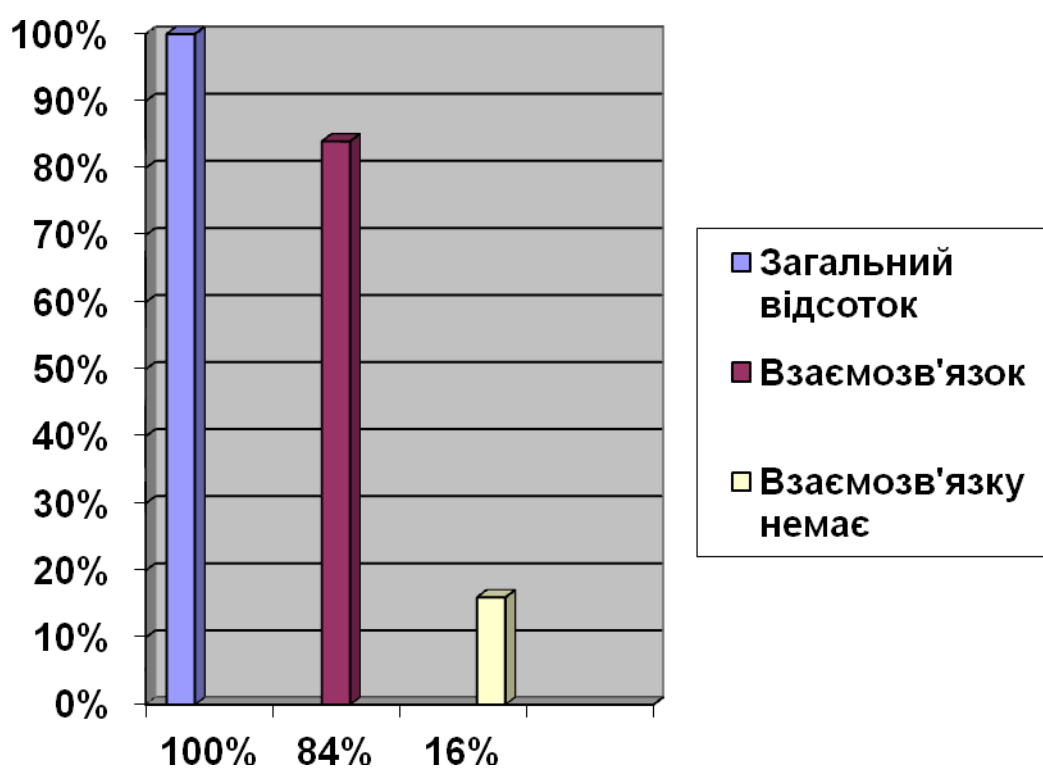


Рис. №2.16 Взаємозв'язок альтруїстичних та егоїстичних установок із соціальним статусом. Дослідження з 02.05.2019 по 23.05.2019

Повторне дослідження у контрольній групі №2 показало ідентичні результати із взаємозв'язком установок та соціального статусу.

2.5 Рекомендації щодо формування альтруїзму та позитивного соціального статусу

Для формування позитивного соціального статусу студентам варто проаналізувати, що сприяє негативним виборам іншими членами групи. Перш за все, варто розуміти, що формування соціального статусу – це двосторонній процес, тобто на соціальний статус, який формується впливають як той, кого обирають, так і ті, хто обирає. Для цього треба вміти комунікувати із групою. Для обох сторін варто знайти точки дотику, а також обговорити аспекти, які не подобаються в аутсайдері. Також для формування позитивного соціального статусу, який допоміг би студенту, що перебуває у статусі аутайдера, піднятися вище треба використовувати наявні або створити власні тренінгові заняття, які можуть зблизити групу, розкрити ті позитивні, ключові сторони особистості, які раніше група не бачила. Тренінг можна взяти у Додатках або у відкритих джерелах.

Важливою складовою було б включення до навчального процесу у вищій освіті медіатора групи, який би займався активно стосунками у групі: як конфліктними ситуаціями, так і підвищенням рівня довіри, комунікації та інших складових, які формують соціальний статус. Такий приклад можна взяти з закладів загальної середньої освіти, де у багатьох закладах вже є спроби включити до процесу медіаторів.

Формування альтруїстичних установок забезпечується як і усвідомленням особистості своїх егоїстичних установок, їх перебудовою та впровадження їх у власне життя, так і прикладами інших сторін навчального процесу. Коли група показуватиме свої альтруїстичні установки, то й студенти із егоїстичними установками змінюватимуть із великою вірогідністю свої установки. Для формування альтруїстичних думок та дій також можна використовувати різні

заняття, які як раз націлені на зближення групи, тісну взаємодію групи. Забезпечення навчального процесу на рівні альтруїстичних ідей надасть можливість особам із егоїстичними установками перебудувати своє мислення. Для цього треба активно залучати як студентів, студентські ради, інший актив університету так і викладачів.

ВИСНОВОК

У кваліфікаційній роботі магістра досліджено психологічні особливості альтруїстичних і егоїстичних установок студентів-психологів, а саме вплив установок особистості на соціальний статус у досліджуваній групі. Гіпотезою дослідження було припущення, що альтруїстичні установки формують позитивний соціальний статус, в той час як егоїстичні установки – негативний статус. У ході виконання кваліфікаційної роботи було виконано наступні завдання:

1. Проаналізовано теоретичні відомості вітчизняних та закордонних авторів про установки та соціальний статус. Надано роз'яснення понять «альтруїзм», «егоїзм», «соціальний статус», описано механізм соціометричного дослідження. Додано в додатки бланк тесту «Діагностика особистісної установки «Альтруїзм-Егоїзм»», бланк соціометричного опитувальника та тренінгові заняття.

2. Виявлені соціальні статуси студентів-психологів методом соціометричного дослідження. У ході роботи було досліджено соціальні статуси експериментальної та контрольної груп, а також дослідження соціального статусу тих самих груп у місячний проміжок часу після проведення тренінгового заняття з формування альтруїстичних установок. Обрано найбільш оптимальний варіант дослідження соціального статусу студентів-психологів. Питання побудовано так, аби студенти могли обрати лідерів та аутсайдерів у групі, обмежень щодо вибору кількості респондентів не було.

3. Проведено психодіагностичне тестування із виявлення домінуючої особистісної установки; переведено кількісні показники у відсотки; намальовано графіки та таблиці із результатами. Надано інформативне роз'яснення даних, які представлені у таблиці і графіках. Тестування щодо виявлення установок проведено на експериментальній та контрольній групах, а також на тих самих групах через місячний проміжок часу задля виявлення змін установок.

4. Експериментально перевірено вплив установок особистості на соціальний статус студентів-психологів. Дані представлено у таблицях, де показано установки, соціальний статус студентів-психологів та їх взаємозв'язок.

5. Порівняно вплив установок на соціальний статус через проміжок часу. Виявлено, що відбуваються зміни альтруїстичних та егоїстичних установок особистості протягом часу. Можна припустити, що це відбувається під впливом різних факторів, таких як тренінгові заняття, формування більш високих соціальних стосунків, інших особистісних змін. У даній роботі міститься тренінг з формування альтруїстичних установок, який був використаний під час практичної частини роботи. Показано, що протягом часу установки здебільшого змінилися з егоїстичних на альтруїстичні, це було у 20% випадків в експериментальних групах в цілому, проте зміни були зафіксовані і з альтруїстичних на егоїстичні, у 15% випадків. Також були зміни і в контрольних групах у 15% випадків з егоїстичних на альтруїстичні та у 10% випадках з альтруїстичних на егоїстичні. Повторне дослідження соціального статусу студентів-психологів зафіксувало сталий стан соціальних статусів в цілому по групі, тобто соціальні статуси вже сформовані протягом років навчання, але вони підлягають змінам так само як і установки особистості.

6. Надано практичні рекомендації щодо формування альтруїстичних установок. Дослідження підтверджує те, що установки особистості можна змінювати цілеспрямованим впливом тренінгами. Зміна установок з егоїстичних на альтруїстичні можлива при правильному плануванні тренінгу, бажанні особистості, групи та соціуму в цілому. Представлені у роботі практичні матеріали надають можливість фіксувати домінуючі установки та соціальні статуси та використовувати прийоми щодо змін егоїстичних установок на альтруїстичні. Проте існує потреба в адаптації психологічних тестів на українську мову, розширення наявного психодіагностичного інструментарію.

Отже, на основі отриманих результатів можна зробити висновок, що гіпотеза доведена, поставлені мета і завдання виконані. Перспективи

подальшого наукового дослідження психологічних особливостей студентів спеціальності «психологія» полягають у глибшому вивченні як альтруїстичних та егоїстичних, так і інших установок особистості. До того ж, дане дослідження можна використати у дослідженнях установок особистості вже практикуючих психологів або представників інших професій, соціальних груп.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Байер О. О. Сором'язливість як предмет психологічних досліджень / О. О. Байер, К. В. Лебідь // Вісник Дніпропетровського університету. – Дніпро: ДНУ, 2011. – Вип. 17. – Т. 19. – № 9/1. – С. 62-69
2. Бондарева Н.О. Комунікативні різновиди висловлювань-порад української мови / Проблеми семантики, прагматики та когнітивної лінгвістики. - 2009
3. Газалиев А.М., Егоров В.В., Огольцова Е.Г., Психологические особенности студента и активизация его познавательной деятельности / Alma Mater. Вестник высшей школы, 2011
4. Жмуров В. А. Большая энциклопедия по психиатрии / В. А. Жмуров. - 2-е изд. - М. : Джан-гар, 2012. - 864 с.
5. Закон України від 26.01.2016 Р. № 936-VIII «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення соціального захисту дітей та підтримки сімей з дітьми»
6. Закон України від 05.03.2015 Р. № 245-VIII «Про внесення змін до деяких законів України щодо посилення соціального захисту внутрішньо переміщених осіб»
7. Закон України від 05.06.2014 № 1324-VII «Про внесення змін до деяких Законів України про освіту щодо організації інклюзивного навчання»
8. Закон України від 05.09.2017 Р. № 2145-VIII «Про освіту»
9. Ильин Е.В. Психология помощи. Альтруизм, эгоизм, эмпатия — М., 2013
10. Коваленко А.Б., Корнев М.Н. Соціальна психологія: Підручник. – К., 2006. – 400 с
11. Крылов А.А. Личность как социальный феномен / Психология – Санкт-Петербург, 1999
12. Куницина В.Н., Трудности межличностного общения, дисс. докт. психол. наук. Спб., 1991

13. Лейбин В. Словарь-справочник по психоанализу, 2010 г.
14. Максименко С., Шевченко Н., Главник О. – Самооцінка учня / 2004. – 112
15. Міжнародний електронний науково-практичний журналу «WayScience», с. 220 – Дніпро, 2019 4.
16. Моисеева А.А., Влияние особенностей семейного воспитания на формирование альтруистических тенденций поведения, 2007
17. Муздыбаев К. Психология зависти / К. Муздыбаев // Психологический журнал. – 1997 – № 6. – С. 3 – 11.
18. Муздыбаев К., Анатомия эгоизма / Сборник научно-популярных статей Российская наука: "Природой здесь нам суждено..." // Под редакцией академика В.П. Скулачева. М.: Журнал «Природа», издательство «Октопус», 2003. 416 с.
19. Петренко В.Ф. - Семантический анализ профессиональных стереотипов, 1986. – №3 май-июнь 1986. – с. 133-143
20. Про затвердження Положення про психологічну службу у системі освіти України/ НАКАЗ 22.05.2018 № 509
21. Санникова О.О., дисс. канд. психол. наук Трансформация социальных статусов и ролей в обществе постмодерна, — М., 2006
22. Тургенев И.С. Эгоист / Тургенев И.С. Полное собрание сочинений и писем в тридцати томах. М.: Наука, 1982. Т. 10. С. 156—157
23. Узнадзе Д. Н / Теория установки // МОДЭК, Институт практической психологии – Питер, 1997
24. Ушаков. Толковый словарь русского языка Ушакова. 2012
25. Хекхаузен Х., Мотивация и деятельность / СПб.: М.: Смысл, 2003 - 860 с. (Сер. Мастера психологии")
26. Шевченко Н.Ф. Індивідуальне психологічне консультування — Запоріжжя, 2014 / Про затвердження Положення про психологічну службу у системі освіти України/ НАКАЗ 22.05.2018 № 509

27. Ядов В. А., О диспозиционной регуляции социального поведения личности/ В. А. Ядов // Методологические проблемы социальной психологии: сб. ст. – М., 1975.– С. 89–105
28. Adam Smith, *Essays on Philosophical Subjects*. Ed. W.P.D. Wightman and J.C. Bryce. Indianapolis: Liberty Press, 1982
29. Altruism and selfishness / Community for the UPSC Civil Services (IAS) and Other Aspirants – USA, 2018
30. Bargh, J. A., Chaiken, S., Raymond, P., & Hymes, C. (1996). The automatic evaluation effect: Unconditional automatic attitude activation with a pronunciation task. *Journal of Experimental Social Psychology*, 32(1), 104–128
31. Berkowitz, L., & Daniels, L. R. Affecting the salience of the social responsibility norm: effects of past help on the response to dependency relationships, 1964
32. Breckler, S. J. (1984). Empirical validation of affect, behavior, and cognition as distinct components of attitude. *Journal of Personality and Social Psychology*, 47(6), 1191–1205
33. Cees Hoefnagels, Machteld Zwikker, The Bystander Dilemma and Child Abuse: Extending the Latane and Darley Model to Domestic Violence / *Journal of Applied Social Psychology*, July, 2006
34. Cillessen, A. H. N. Sociometric methods. In K. H. Rubin, W. M. Bukowski, & B. Laursen (Eds.), *Social, emotional, and personality development in context. Handbook of peer interactions, relationships, and groups* (p. 82–99). The Guilford Press., 2009
35. Daniel Bar-Tal, Altruistic motivation to help definition utility and operationalization / *Humboldt Journal of Social Relations*, 1986
36. Daniel Batson, Bruce D. Duncan, Is Empathic Emotion a Source of Altruistic Motivation? / *Journal of Personality and Social Psychology*, 1981
37. Darley, J. M., & Latane, B. (1968). Bystander intervention in emergencies: Diffusion of responsibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 8(4, Pt.1), 377–383

38. Darley, J. M., Teger, A. I., & Lewis, L. D. (1973). Do groups always inhibit individuals' responses to potential emergencies? *Journal of Personality and Social Psychology*, 26(3), 395–399
39. David Hume – *The Philosophical Works of David Hume*, ed. T.H. Green and T.H. Grose. 1874-1875
40. Dawkins Richard, *The Selfish Gene*, 1976
41. Dieter Bögenhold, *Social Inequality and the Sociology of Life Style: Material and Cultural Aspects of Social Stratification / The American Journal of Economics and Sociology*, 2003
42. Eisenberg, N., & Fabes, R. A. (1998). Prosocial development. In W. Damon (Series Ed.) and N. Eisenberg (Vol. Ed.), *Handbook of child psychology: Vol. 3. Social, emotional, and personality development* (5th ed., pp. 701-778). New York: Wiley
43. Ervin Staub, *Helping a Distressed Person: Social, Personality, and Stimulus Determinants / Advances in Experimental Social Psychology*, 1974
44. Eugene Kelly, *Gottfried Wilhelm Leibniz / Basics of the Social Sciences*, 2004
45. F.A. Brockhaus – I.A. Efron, *The Brockhaus and Efron Encyclopedic Dictionary*, 1890 52.
46. H. LaFollette, A. Pecorino, *Teleological Theories: Egoism. Section 2. Psychological egoism / ETHICS*, 2002
47. H. Rachlin, *Behavior and mind: The roots of modern psychology / Oxford University Press*, 1994
48. Hing Keung Ma, *The Development of Altruism with Special Reference to Human Relationships: A 10-Stage Theory / Front Public Health*, 2017
49. Hutcheson, Francis. 1724. *Reflections on the Common Systems of Morality*. In *Francis Hutcheson: On Human Nature*, ed. Thomas Mautner, 1993. 96-106.
50. Immanuel Kant, *Perpetual Peace: A Philosophical Sketch ("Zum ewigen Frieden")*, (1795)

51. J. J. Rousseau, *The Social Contract and The Discourses* (1762), New York: E. P. Dutton and Company (1950)
52. J. Wright / *The Phaedrus, Lysis, and Protagoras of Plato: A New Literal Translation Mainly From the Text of Bekker*, 2017
53. John L. Gittleman, *Encyclopedia Britannica*
54. John M. Doris, John Michael Doris, *Lack of Character: Personality and Moral Behavior*, 2009
55. John R. Rossiter, *A new C-OAR-SE-based content-valid and predictively valid measure that distinguishes brand love from brand liking / University of Wollongong*, 2012
56. John R. Rossiter, *A new measure of social classes / Journal of Consumer behaviour*, 2012
57. Judd, Drake, Downing, & Krosnick, *Attitude formation and behavior / Being Human: Relationships and You: A Social Psychological Analysis*, 1991
58. Jung, C. G. *Psychologische Typen*. — Zurich : Rascher Verlag, 1921
59. Ludwig Feuerbach, *Geschichte der Neuern Philosophie; Darstellung, Entwicklung und Kritik der Leibniz'schen Philosophie* (1837). / University of Wisconsin
60. M. HORSTEIN, *Advances in Communication Systems*, 1968
61. Macaulay, J. R., & Berkowitz, L., *Altruism and helping behavior*. New York: Academic Press, 1970
62. Marie Auguste François Xavier Comte, *International Encyclopedia of Civil Society* – 2010 (p.550)
63. Philippe Rushton, Richard M. Sorrentino, *Altruism and helping behavior: social, personality, and developmental perspectives*, 1981
64. Sanbonmatsu & Fazio, *Attitude formation and behavior / Being Human: Relationships and You: A Social Psychological Analysis*, 1990
65. Shaftesbury, Anthony Ashley Cooper, Third Earl of. *The Life, Unpublished Letters, and Philosophical Regimen of Anthony, Earl of Shaftesbury*, ed. Benjamin Rand (Macmillan, 1900)
66. Shalom H Schwartz, *Normative influences on altruism*, 1977

67. Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2016
68. Teeves, Which component dominates? – Vol 5 No 2 (2009): May 19
69. Whatley, M. A., Webster, J. M., Smith, R. H., & Rhodes, A. (1999). The effect of a favor on public and private compliance: How internalized is the norm of reciprocity? *Basic and Applied Social Psychology*, 21(3), 251–259
70. Zanna, M. P., & Rempel, J. K. Attitudes: A new look at an old concept. In D. Bar-Tal & A. W. Kruglanski (Eds.), *The social psychology of knowledge*, 1998 (p.315–334)

Додаток А**Тест «Діагностика особистісної установки «Альтруїзм-Егоїзм»»**

Призначення. Методика націлена на вивчення соціально-психологічної установки особистості, сприяє виявленню альтруїзму.

Інструкція: Уважно прочитайте питання і дайте відповідь на них «так» або «ні», виходячи з наявної у вас тенденції поведінки в даній ситуації.

Опитувальник

Вам часто говорять, що ви більше думаєте про інших, ніж про себе?

Вам легше просити за інших, ніж за себе?

Вам важко відмовити людям, коли вони вас про що-небудь просять?

Ви часто намагаєтеся надати людям послугу, якщо у них трапилася біда чи неприємності?

Для себе ви робите що-небудь з великим задоволенням, ніж для інших?

Ви прагнете зробити якомога більше для інших людей?

Ви переконані, що найбільша цінність у житті - жити для інших людей?

Вам важко змусити себе зробити щось для інших?

Ваша відмінна риса - безкорисливість?

Ви переконані, що турбота про інших часто йде на шкоду собі?

Ви засуджуєте людей, які не вміють подбати про себе?

Ви часто просите людей зробити що-небудь з корисливих мотивів?

Ваша відмінна риса - прагнення допомогти іншим людям?

Ви вважаєте, що спочатку людина повинна думати про себе, а потім вже про інших?

Ви зазвичай багато часу приділяєте своїй особі?

Ви переконані, що не потрібно для інших сильно напружуватися?

Для себе у вас зазвичай не вистачає ні сил, ні часу?

Вільний час ви використовуєте тільки для своїх захоплень?

Ви можете себе назвати егоїстом?

Ви здатні докласти максимальних зусиль лише за гарну винагороду?

Обробка і інтерпретація результатів. Проставляється по 1 балу при відповідях «так» на запитання 1, 4, 6, 7, 9, 13, 17 і відповідях «ні» на питання 5, 8, 10, 12, 14, 16, 18, 20. Потім підраховується загальна сума балів.

Чим набрана сума балів більше 10, тим більшою мірою у суб'єкта виражений альтруїзм, бажання допомогти людям. І навпаки, чим сума балів менше 10, тим більше у суб'єкта виражена егоїстична тенденція.

Метод соціометричних вимірів

1. Кого з членів вашої групи ви хотіли б бачити в складі знову організованої групи?

2. Кого з членів вашої групи ви не хотіли б бачити в складі знову організованої групи?

Додаток В

«Ми ниткою пов'язані»

Мета: розвиток у учасників мотивації до самопізнання і розпізнаванню емоцій інших людей; встановлення тілесного контакту учасників групи.

Мета: створення працездатності, позитивного настрою і згуртованості групи.

Хід заняття: Учасники стають в коло. Ведучий, тримаючи в руках клубок, вітається з усіма і передає клубок сусідові. Той, до кого потрапив клубок, вітає всіх і передає його наступному гравцеві, залишаючи ниточку у себе. І так по колу. Коли клубок повертається до ведучого, усі виявляються «пов'язані - однією ниткою».

«Злегка натягніть ниточку і відчуйте, що ми - єдине ціле в цьому світі...»

Розминочна вправа «Атоми»

Мета: розкріпачення учасників.

Хід вправи: Уявімо собі, що всі ми атоми. атоми виглядають так (показати). Атоми постійно рухаються і об'єднуються в молекули. Число атомів в молекулі може бути різне, воно визначається тим, яке число я назву. Ми всі зараз почнемо швидко рухатися, і я буду говорити, наприклад, три. І тоді атоми повинні об'єднатися в молекули по три атома в кожен. Молекули виглядають так (показати).

рефлексія

Основна вправа «Живе обличчя»

Мета: читання невербальної інформації з особи.

Хід вправи: ведучий пропонує учасникам групи зобразити на обличчі вираз будь-якого почуття: смуток, радість, страх, втома, переляк.

Обговорення - легко або важко було зображати почуття, як можна дізнатися, що людині «погано», «добре», «вона втомилась?»

рефлексія

Рефлексія всього заняття.

Прощання «Дякую ...»

Всі утворюють коло. Починає ведучий. Він простягає руку і каже що стоїть праворуч учасника: «Спасибі, мені було приємно з тобою виконувати вправи». Той, чиє ім'я було названо, звертається зі словами подяки до сусіда: «Спасибі, за надану підтримку», - і бере сусіда за руку, і так до завершення кола. На закінчення всі голосно аплодують один одному і говорять: «Спасибі! До побачення!"