

5. Kizer A. Organizacionnaja komunikacija / A. Kizer, A. P. Mjuller. – Har'kov, 2005. – 438 s.
6. Mermann Je. Kommunikacija i kommunikabel'nost' / Je. Mermann. – Har'kov, 2005. – 260 s.
7. Minskij M. Frejmy dnja predstavlenija znanij / M. Minskij. – M., 1979. – 152 s.
8. Mogilevskij V. D. Metodologija sistem: verbal'nyj podhod / V. D. Mogilevskij. – M., 1999. – 251 s.
9. Ostin Dzh. Kak proizvodit' dejstvija pri pomoshhi slov? / Dzh. Ostin // Izbrannoe / per. s angl. L. B. Makeevoj, V. P. Rudneva. – M., 1999. – 332 s.
10. Sepir Je. Izbrannye trudy po jazykoznaniju i kul'turologii / Je. Sepir. – M., 1993. – S. 210.
11. Shabes V. Ja. Sobytie i tekst / V. Ja. Shabes. – M., 1989.
12. Bobrow, D. An over of Knowledge representation language / D. Bobrow, T. Winograd // Cognitive Science. – 1977. – P. 3–46.
13. Choulioraki, L. Discourse on late modernity. Rethinking critical discourse analysis / L. Choulioraki, D. Fairclough. – Edinburgh University Press, 1999. – R. 26.
14. Schank, R.C. Dynamic memory / R.C. Schank. – Cambridge, 1982.
15. Weick, K. Sensemaking in organizations / K. Weick. – Sage, 1995. – 248 p.

**Vlasov, P. K., Kiseleva, A. A. Productive communication.** Communication occupies a special and extremely important position within organization. It is directly included in the production of a product, this is a determinant of competencies. It carries out the function of sense-making and sense-transferring as well as the function of management. It influences the innovative behavior of workers. The conditions that generate communication can be counter-productive and impede generation of content with reality interpretation barriers. Communication productivity is associated with the very mechanism of generation of communication. Productive communication is considered both in terms of the production of relevant content and in terms of the communicative space conditions (as discourse-conditions) for its production. Discourse-conditions can favor or, on the contrary, impede productive communication. They create organizational culture with its ideology and sense distortions. The barriers in the interpretations are conditioned by the workers' values and habits of reality interpretation and by informal relations and organizational culture. Modeling of productive communication must be based on organizational culture, as a condition for content generation, and the correspondence of its hierarchy to the uncertainty and complexity of the situation.

*Key words:* communication, organizational culture, hierarchy, sense-making, discourse, sense-transferring, reality interpretation.

#### Відомості про авторів

**Власов Петро Костянтинович**, доктор психологічних наук, директор «Інституту Прикладної Психології «Гуманитарний Центр», м. Харків, Україна.

**Vlasov, Petro Kostiantynovych**, Doctor of psychological sciences, Director of Institute of Applied Psychology “Humanitarian center”, Kharkiv, Ukraine.  
E-mail: pkhuce@gmail.com

**Кисельова Анна Аркадіївна**, кандидат філологічних наук, заступник директора «Інституту Прикладної Психології «Гуманитарний Центр», м. Харків, Україна.

**Kyseliova, Anna Arkadiivna**, PhD on philology, Deputy Director of Institute of Applied Psychology “Humanitarian center”, Kharkiv, Ukraine.  
E-mail: aahuce@gmail.com

УДК 159.922:378.147

Гіряк А. Н.

### ПСИХОЛОГІЧНІ ПРИЙОМИ ФОРМУВАННЯ АТРАКЦІЙ ЯК СПОСОБИ НАЛАГОДЖЕННЯ ОСВІТНЬОЇ ВЗАЄМОДІЇ

**Гіряк А. Н. Психологічні прийоми формування атракцій як способи налагодження освітньої взаємодії.** У статті здійснюється психологічний аналіз сутнісного змісту атракцій як передумов налагодження конструктивної взаємодії між учасниками освітнього процесу, а також обґрунтовується сутнісний зміст психологічних механізмів та прийомів проєктивного формування цих соціальних атитюдів. Також обстоюється думка, що сучасний викладач ЗВО має володіти системою прийомів формування атракцій, котра охоплює такі їх різновиди: «Ім'я», «Дзеркало», «Золоті слова», «Терплячий слухач», «Особисте життя», «Послуга», «Помилка», «Погляд», «Калька», «Долоні» та «Відчуття ліктя».

*Ключові слова:* атракція, освітня взаємодія, психологічний механізм, психологічний прийом, психологічний вплив, атитюд.

**Гіряк А. Н. Психологические приемы формирования аттракций как способы налаживания образовательного взаимодействия.** В статье осуществляется психологический анализ аттракций как предпосылки налаживания конструктивного взаимодействия между участниками образовательного процесса, а также обосновывается сущностное содержание психологических механизмов и приемов проєктивного формирования этих социальных аттитюдов. Также отстаивается мнение, что современный преподаватель УВО должен обладать системой приемов формирования аттракций, которая охватывает такие их разновидности: «Имя», «Зеркало», «Золотые слова», «Терпеливый слушатель», «Личная жизнь», «Услуга», «Ошибка», «Взгляд», «Калька», «Ладони» и «Чувство локтя».

*Ключевые слова:* аттракция, образовательное взаимодействие, психологический механизм, психологический прием, психологическое влияние, аттитюд.

**Постановка проблеми.** «Професіоналами впливу», за Є. П. Ільїним, є менеджери, психологи, PR-технологи, вербувальники-рекрутери, продавці, офіціанти та інші представники сфери обслуговування. Приховані впливи (в т.ч., маніпулятивні) також використовуються педагогами стосовно студентів і студентами стосовно педагогів, а також батьками стосовно своїх дітей, і навпаки [8, с. 114]. Ефективність певних форм впливу на вихованця (переконавання, порада, похвала, зауваження тощо) залежить від того, наскільки він довіряє джерелу впливу. Довіра при цьому постає як стійко позитивні чи оптимістичні очікування відносно поведінки іншого, а недовіра – як стійко негативні очікування. Відтак довіра і недовіра є важливими соціально-психологічними феноменами, що детермінують ефективність освітньої взаємодії. Адже основними наслідками довіри є пізнання, обмін, налагодження взаємодії та співробітництво, а основними наслідками недовіри – самозбереження і відстороненість (оскільки суб'єкт оцінює негативні наслідки взаємодії і використовує недовіру як захист від цих наслідків) [там само]. Отже, від емоційного забарвлення взаємин (першочергово симпатії-антипатії) значним чином залежить ефективність подальшої взаємодії учасників освітнього процесу, оскільки особистісне неприйняття студентами викладача часто переноситься на його навчальну дисципліну, джерелом інформації якої він є. Тому сучасний викладач ЗВО має володіти прийомами формування атракцій як соціально-психологічними способами налагодження конструктивної освітньої взаємодії.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Порушена проблематика значним чином є міждисциплінарною, оскільки інтегрує наукові розвідки у царинах соціології, педагогіки, методики, менеджменту, соціальної та педагогічної психології. Зокрема, вітчизняними та зарубіжними науковцями розроблені наступні аспекти аналізованої тематики: роль симпатії та антипатії у спілкуванні та міжособистісних взаєминах (Є. П. Ільїн [8]), соціальні аспекти проблематики ваблення, дружби і любові (Д. Майєрс [10]); чинники, що зумовлюють атракцію (Л. Я. Гозман [4], Р. Чалдіні [14]), прийоми та психологічні механізми формування атракцій (О. С. Гребенюк [5]), передумови формування інноваційно-психологічного клімату освітнього закладу (О. Є. Гуменюк [6]), прикладні аспекти налагодження дружніх взаємин (Дейл Карнегі [9]) та інші.

**Мета статті** – здійснення психологічного аналізу загальних характеристик атракцій як передумов налагодження конструктивної взаємодії між учасниками освітнього процесу, а також обґрунтування сутнісного змісту психологічних механізмів та прийомів проективного формування цих соціальних атитюдів.

**Виклад основного матеріалу і результатів дослідження.** За різних умов люди легше всього приймають позицію тієї людини, до якої сформоване позитивне емоційне ставлення (симпатія, товариськість, любов) і важко приймають аргументи тієї людини, до якої відчують антипатію чи ненависть. Відтак, щоб з самого початку взаємодії домогтися схильного ставлення партнера, потрібно використати правило «трьох плюсів», тобто зробити йому не менше трьох приємних «подарунків» (те ж саме стосується і закінчення бесіди). Найбільш універсальним «психологічним погляджуванням» є застосування прийомів формування атракції.

Етимологічно термін «атракція» походить від латинського «*attractio*» – притягування, привернення й позначає феномен виникнення між людьми взаємної привабливості, взаєморозуміння і взаємоприйняття, завдяки чому не тільки узгоджуються їх дії, а й встановлюються позитивні взаємини [1]. Особливістю атракції є те, що вона є атитюдом (соціальною установкою, ставленням) на окремого індивіда, а не на певний клас об'єктів.

Л. Я. Гозман розглядає атракцію як особливий вид соціальної установки на іншу людину, в якій переважає емоційний компонент [4].

*Формування атракції* – це процес довільного спричинення і підкріплення у співрозмовника позитивних емоційних переживань з метою викликати до себе його симпатію, приязне ставлення, любов чи товариськість.

На процес налагодження ефективної міжособистісної взаємодії найбільшим чином впливають такі чинники: 1) фізична привабливість і вираз обличчя; 2) компетентність; 3) фактор подібності (копіювання) і контрасту співрозмовника; 4) доладна жестикуляція; 5) дистанція і взаєморозташування співбесідників; 6) візуальний і тактильний контакт; 7) географічна близькість та часте перебування у полі зору (сусідство, навчання в одній академічній групі); 8) уважне вислуховування партнера та стиль спілкування тощо [4; 10]. Розглянемо детально найбільш поширені прийоми формування атракцій, в основі котрих лежить посмішка, візуальний контакт, ім'я співрозмовника, інтерес до його особистого життя, наслідування, прояв слабкості, відкрита позиція та просторове позиціонування співбесідників, терпляче вислуховування і комплімент.

**Приєм «Ім'я».** Встановлено, що людині дуже приємно чути своє ім'я. Тому ім'я, вимовлене виразно і обов'язково шанобливо – важливий етап формування атракції. Висловлюючи свою симпатію, ми вимовляємо ім'я приємного співрозмовника неодноразово. І, навпаки, всіляко намагаємося не згадувати ім'я того, хто не подобається чи викликає внутрішню напруженість. Оскільки для викладача схилити на свою сторону студентів є професійною необхідністю, тому у ході спілкування з ними потрібно частіше звертатися до них на ім'я.

*Дія психологічного механізму:* 1) ім'я та особистість – нероздільні; 2) коли звертаються до людини на ім'я – це звертання до особистості, а не до підлеглого (сигнал значущості); 3) інтерес до особистості –

сприяє її самоствердженню; 4) утвердження особистості в очах викладача викликає задоволення; 5) почуття задоволення супроводжується позитивними емоціями; 6) людина завжди тягнеться до джерела позитивних емоцій (людей, інформації чи речей); 7) прихильність особистості та приязне ставлення вказують на сформовану атракцію [5].

**Приєм «Дзеркало».** Співрозмовник має пересвідчитись, що інша людина рада зустрічі і для цього найкраще слугує універсальний маркер – посмішка. Вираз обличчя може не тільки бути наслідком / виразником почуттів, а й викликати ці почуття, оскільки задіюється зворотний зв'язок. Саме завдяки ефекту «психологічного зараження» (коли стан однієї людини передається оточуючим) люди особливо тягнуться до веселунів та оптимістів. Оскільки для викладача схилити на свою сторону студентів є професійною необхідністю, тому в ході спілкування з ними потрібно досягати приємного виразу свого обличчя і тримати легку посмішку.

*Дія психологічного механізму:* 1) відкритість, щира посмішка подає сигнал – «я твій товариш»; 2) товариш забезпечує певним чином захищеність; 3) відбувається задоволення потреби у захисті; 4) задоволення потреби супроводжується позитивними емоціями; 5) людина, яка стає джерелом позитивних емоцій притягує чи схиляє на свій бік [5].

Усмішка викликає довіру, «згладжує» наші помилки, маскує негативний психологічний стан, покращує самопочуття і робить нас більш привабливими. У влучному афоризмі зазначається «Посмішка триває мить, а в пам'яті залишається назавжди. Вона породжує атмосферу доброзичливості і служить паролем для друзів», тому кожному викладачеві перед тим як зайти в аудиторію потрібно пригадати прийом Д. Карнегі: «подумайте про те, що викликає у Вас радість, і на обличчі з'явиться невідомо, щира посмішка. Коли ви зайдете в аудиторію, обличчя ще буде зберігати слід цієї посмішки» [9].

**Приєм «Золоті слова».** Застосування слів чи словосполучень, що містять невелике перебільшення якостей (ознак-характеристик) людини, чи підкреслюють їх, значно полегшує процес налагодження міжособистісної взаємодії. Оскільки для викладача схилити на свою сторону студентів є професійною необхідністю, тому в ході спілкування з ними потрібно бути максимально ввічливим і час від часу говорити ділові компліменти або створювати ситуації, за яких людина могла б сама себе похвалити.

*Дія психологічного механізму:* 1) комплімент створює ефект навіювання (підняття значущості співрозмовника); 2) відбувається задоволення потреби у визнанні, зростанні і самовдосконаленні; 3) задоволення потреби супроводжується позитивними емоціями; 4) людина, яка стає джерелом позитивних емоцій, притягує чи схиляє на свій бік [5].

Виокремлюють такі різновиди компліменту:

1. *Опосередкований комплімент.* Ми хвалимо не саму людину, а те, що їй дороге, цінне: бізнесмену – офіс, батькам – діти, студенту – його авторський проект чи дослідження. *Компліменти від третьої особи* не нав'язливіми і мінімізують відчуття дискомфорту. Наприклад: «декан стверджує, що ви найсумлінніший і найперспективніший студент на потоці».

2. *Комплімент «мінус-плюс».* Ми робимо співрозмовнику спочатку невеличке зауваження, а потім на контрасті – велику похвалу. Наприклад: «Я не можу сказати, що ви хороший фахівець ... Ви висококласний фахівець!».

3. *Людина порівнюється з кимось важливим для того, хто робить комплімент.* Наприклад: «Я хотіла б мати таку розумну і відповідальну доньку, як ви».

4. *Комплімент-критика.* Мета критики – змінити поведінку іншої людини, а не просто зіпсувати її настрій, принизити чи образити. Тому можна використати наступний прийом, коли за формою робиться комплімент, а за змістом – критика: «Горе, ти просто зачаруєш мене своєю постійністю! Ніколи не приходиш на заняття вчасно!».

Прийом «Золоті слова» перегукується з ефектом Пігмаліона: «Великі очікування підвищують ефективність». Психолог Роберт Розенталь, досліджуючи цей феномен, дійшов висновку, що збільшення тиску на учнів соціальних очікувань підвищує їхню продуктивність. Тому для того щоб добитися у житті чогось значущого, потрібно ставити перед собою частково завищені цілі і дещо переоцінювати свою здатність до їх виконання. Крім того, вченим встановлено факт, що ті лідери, які вимагають від своїх підлеглих «нереальних результатів», у підсумку домагаються від команди значно більшої віддачі, ніж ті, які ставлять тільки «реальні цілі» [15].

**Приєм «Терплячий слухач».** Згідно з теорією обміну, турботливо вислухавши людину у момент її межової радості чи горя, ми сприяємо емоційному вивільненню співрозмовника та оптимізації його психічної напруженості, а відтак у відповідь одержуємо від нього більш відкриту позицію та готовність до надання допомоги навзаєм. Оскільки для викладача схилити на свою сторону студентів є професійною необхідністю, тому в ході спілкування з ними потрібно давати можливість висловитися, терпляче вислуховуючи кожного.

*Дія психологічного механізму:* 1) терпляче вислуховування свідчить про інтерес до особистості співрозмовника; 2) інтерес до особистості – задовольняє потребу у самоствердженні; 3) задоволення потреби викликає позитивні емоції; 4) людина завжди тягнеться до джерела позитивних емоцій; 5) прихильність особистості та приязне ставлення вказують на сформовану атракцію.

Наводимо проранжовані прийоми активного «розуміючого» слухання:

0. *Формальне вислуховування*, що супроводжується активним перебиванням співрозмовника.

1. *Пасивне мовчазне вислуховування співбесідника*.

2. *Рефлексивне слухання* – уважне мовчання із періодичним застосуванням фраз-індикаторів (типу «так-так», «я вас розумію» та ін.), що свідчать про уважне слухання.

3. *З'ясування* – передбачає звертання до співрозмовника за уточненням, що свідчить про належний інтерес слухача.

4. *Перефразування* – повторення думок співрозмовника своїми словами («ви вважаєте що ...»), котре дає змогу комунікатору впевнитися у правильному розумінні слухачем змісту повідомлень.

5. *Резюмування* – зорієнтоване на узагальнення головних думок співрозмовника й вказує на цілісне «схоплення» слухачем основного смислового навантаження повідомлення.

6. *Відображення почуттів* – покликане відобразити почуття співрозмовника своїми словами («мені здається, що Ви повинні відчувати...»).

7. *Емпатія (співпереживання)* – здатність не просто осягнути зміст повідомлення та почуття співрозмовника, а й вжитися в його образ і пережити відповідний емоційний стан [11].

**Приєм «Особисте життя».** Важливо розмовляти з людьми про їх справи, щоб завоювати їх прихильність і вдячність (часто неусвідомлену). Тому потрібно цікавитися їх сім'єю, біографією чи їхньою думкою з того чи іншого приводу. Люди уникають згадок і розмов про осіб, до яких є нейтрально налаштованими чи відчувають антипатію і, навпаки, завжди цікавляться подробицями життя референтних осіб, до яких відчувають любов чи симпатію, що, своєю чергою, сприяє посиленню їхнього взаєморозуміння, зближенню світоглядних позицій та підвищенню ефективності міжособистісної взаємодії. Оскільки для викладача схилити на свою сторону студентів є професійною необхідністю, тому у ході спілкування з ними потрібно цікавитися позанавчальними інтересами своїх вихованців та їх турботами. Показовими у цьому контексті є дві цитати: «Ви заведете більше друзів за два місяці, якщо будете проявляти непідробний інтерес до людей, ніж за два роки спроб зацікавити їх собою» (Дейл Карнегі), «Коли люди розповідають про себе, задіюються ті ж центри задоволення в мозку, як від смачної їжі чи грошей» (Роберт Лі Хольц) [16].

*Дія психологічного механізму:* 1) вивчення індивідуальних відмінностей особи свідчить про підвищений інтерес до неї; 2) інтерес до індивідуальних особливостей особистості – сприяє її самоствердженню; 3) утвердження особистості в очах викладача викликає задоволення; 4) почуття задоволення супроводжується позитивними емоціями; 5) людина завжди тягнеться до джерела позитивних емоцій; 6) прихильність особистості та приязне ставлення вказують на сформовану атракцію.

**Приєм «Послуга».** За Робертом Чалдіні, нам подобаються люди, яким ми зробили послугу [14, с. 370–371]. Тому якщо ви хочете сподобатися іншій людині, то краще не робити їй послугу, а попросити про послугу у неї. Цей феномен відомий як ефект Бенджаміна Франкліна: «Той, хто одного разу зробив вам добро, охочіше знову допоможе вам, ніж той, кому ви допомогли самі». Нерідко особа прагне відповідати соціальним очікуванням інших щодо власного альтруїзму чи верховенства і займає покровительську роль щодо людини, яка є для неї джерелом позитивних емоцій. Звичайно, не варто зловживати проханнями про допомогу [16]. Хоча навіть у цьому випадку люди схильні погодитися надати меншу послугу чи допомогу після того, коли відмовили нам у великій [18]. Оскільки для викладача схилити на свою сторону студентів є професійною необхідністю, тому у ході взаємодії з ними потрібно час від часу звертатися до них з проханнями про надання допомоги чи виконання певної послуги.

*Дія психологічного механізму:* 1) людина, яка надає люб'язність іншій особі, виростає у власних очах; 2) відбувається задоволення потреб у самоствердженні, причетності та визнанні, а також афіліації як прагненні до емоційно значущих взаємин з іншими; 3) зменшуються прояви тривожності і невпевненості у собі; 4) внаслідок задоволення низки власних потреб людина переживає позитивні емоції; 5) ваблення до джерела позитивних емоцій свідчить про сформовану атракцію.

**Приєм «Помилка».** Заставте співрозмовника сподобатися самому собі. Допустіть помилку, покажіть свою неідеальність, дозвольте людям виправити вас. Тоді вони стануть набагато прихильнішими до вас (ефект Претфелла) [15]. Крім того, самокритика та зізнання у власних слабких сторонах звучить щиро і приваблює співрозмовника, а демонстрація своєї вразливості і слабкості підвищує рівень емпатії та шанси одержати допомогу від інших.

*Дія психологічного механізму:* 1) штучне заниження власних досягнень підвищує співбесідника у власних очах і через механізм навіювання його значущості сприяє зростанню його самооцінки; 2) ситуативне зростання самооцінки зумовлює задоволення потреби у самоствердженні; 3) задоволення потреби викликає позитивні емоції; 4) людина завжди тягнеться до джерела позитивних емоцій.

Встановлено цікавий факт: професор, який виступає перед аудиторією і помітно хвилюється, слухачами сприймається краще, ніж той, який виступає надто впевнено [15]. Коли американський психолог Джек Шафер починає вести курс лекцій у новому потоці, він нібито ненароком робить помилку у вимові якого-небудь слова і дає змогу студентам виправити себе. Він робить вигляд, що збентежений, дякує їм за уважність і виправляє помилку. Цей прийом забезпечує досягнення трьох цілей: а) дає змогу студентам



почуватися більш впевнено; б) сприяє вільнішому спілкуванню з наставником; в) знімає страх студентів щодо допущення ними помилок [16].

**Приєм «Погляд».** До осіб, які нам подобаються, ми ніби «прилипаємо» поглядом, і людина відчуває нашу симпатію. Тому говорити і слухати потрібно дивлячись співрозмовнику у вічі. Оптимальною тривалістю розмови «очі в очі» вважають 10 секунд, потім краще на пару секунд відволіктися на інший об'єкт, і – знову на співрозмовника. Дуже корисною є звичка помічати колір очей людини при розмові, оскільки вона неусвідомлено відчує до нас симпатію внаслідок злегка продовженого зорового контакту [18]. Погляд рекомендується спрямовувати на уявлюваний трикутник на чолі співрозмовника і не опускати нижче його очей. При цьому візуальний зв'язок має тривати щонайменше 60–70% часу тривалості розмови. Нервовим й сором'язливим людям, що дивляться в очі менше 1/3 часу розмови, дуже рідко довіряють [2]. Уникнення візуального контакту розцінюється співрозмовником (у т.ч. неусвідомлено) як вкрай негативний індикатор, що вказує на неправдивість, крайню невпевненість комунікатора чи приховування ним чогось. Оскільки для викладача схилити на свою сторону студентів є професійною необхідністю, тому у ході спілкування з ними потрібно встановлювати візуальний контакт і відверто дивитися у вічі.

*Дія психологічного механізму:* 1) щирість, відкритий погляд подає сигнал – «я дружельно налаштований»; 2) друг певним чином забезпечує задоволення потреби у захисті; 3) задоволення потреби супроводжується позитивними емоціями; 5) людина, яка стає джерелом позитивних емоцій притягує чи схиляє на свій бік.

Дія механізму прийомів формування трьох наступних атракції «Калька», «Долоні» та «Відчуття ліктя» базується також на задоволенні потреби у психологічній та фізичній безпеці й проєктивному викликанні ситуаційних позитивних емоцій, джерелом яких є конкретний атрактор.

**Приєм «Калька».** Якщо співрозмовники подобаються один одному, то вони мимоволі «віддзеркалюють» позу і міміку один одного. Бажаючи привернути до себе співбесідника, потрібно копіювати його доброзичливі жести, пози, дихання. Це пояснюється тим фактом, що близькі люди мають схожі поведінкові прояви (жестикауляція, хода тощо), які, зазвичай, наслідуються ще з дитинства від референтних дорослих. Якщо ж співрозмовник своєю закритою позицією демонструє недовіру, то потрібно домогтися зміни його розташування – запропонувати каву, чи попросити щось потримати. Отож оскільки для учасників освітньої взаємодії схилити на свою сторону співрозмовника є виробничою необхідністю, тому у ході спілкування потрібно наслідувати його манеру спілкування і калькувати індивідуальні комунікативні особливості. Зокрема, для входження у довіру до співбесідника використовують прийом «луна» (рос. «эхо»), суть якого полягає у повторенні слів і зворотів, котрі використовує співрозмовник у своїй промові (техніка підлаштування). Особливо потрібно помічати жаргонні слова, які використовує співбесідник і потім, ніби ненароком, вставляти їх у розмову [7].

Цікавою у цьому контексті є техніка психолога-гуманіста К. Роджерса, який рекомендував не тільки ненав'язливо копіювати позу, міміку і жести співрозмовника, а й формулювати йому запитання таким чином, щоб відповідь була позитивною і починалася зі слова «так». Водночас можна абсолютно не слухати комунікатора і відповідати його ж словами. При цьому співбесідник залишиться надзвичайно задоволений розмовою і у нього виникне впевненість повного взаєморозуміння. Партнер дійсно досягає високого розуміння, але – розуміння самого себе [17].

**Приєм «Долоні».** На думку Джона Молідора (John Molitor) і Барбари Парус (Barbara Parus), рухи наших рук багато означають. Коли показуємо відкриті долоні то для іншого це зазвичай символізує щирість, а коли складаємо їх, з'єднавши лише кінчики пальців, — впевненість. Коли тримаємо руку долонею вниз — це інтерпретується іншими як схильність домінувати, а кулак – ознака агресивності [17]. Також не варто ховати руки за спину чи під стіл, оскільки люди у такому випадку вважають, що ми щось приховуємо чи обманюємо. Подавання руки відкритою долонею вгору при вітанні – символ дружельності і добрих намірів, який закріпився ще з кам'яної доби і первинно давав змогу пересвідчитися, що інша людина прийшла з миром (без каменя у руці). Оскільки для учасників освітньої взаємодії схилити на свою сторону співрозмовника є виробничою необхідністю, то у ході спілкування потрібно частіше демонструвати жести відкритості і показувати своєму візаві відкриті долоні.

**Приєм «Відчуття ліктя».** У налагодженні контакту має неабияке значення взаємне розташування співрозмовників у просторі, тому потрібно намагатися сісти не навпроти співбесідника, а збоку. Саме таке розташування – поруч (збоку один від одного, «по одну сторону барикад») – викликає взаємну атракцію. Розташування ж навпроти один одного, може викликати незручність чи спровокувати суперечку (особливо за наявності фізичного бар'єру у вигляді столу). Недарма в російській мові слово «протистояння» є синонімом слова «конфлікт». Більше того, щоб значно пом'якшити очікувану критику з боку свого опонента на загальних зборах слід намагатися сісти саме поряд із ним. Також, щоб налаштувати людину доброзичливо, потрібно зважати на закономірності *проксеміки* (просторової психології), а саме: не розмовляти із особою на «публічній» (3,5 м і більше) чи «соціальній» (1,2 – 3,5 м) дистанції, на якій спілкуються незнайомі люди чи неприятели, а скорочувати її до «міжособистісної» (0,5–1,2 м) зони спілкування. Водночас неможна втручатися в «інтимну» зону спілкування (0–0,5 м) маловідомих людей [12], що може інтерпретуватися ними як панібратство чи нав'язливість. Оскільки для викладача схилити на свою сторону студентів є професійною необхідністю, тому у ході спілкування з ними потрібно вибирати

оптимальну дистанцію спілкування залежно від форми заняття (лекційне чи практичне) та намагатися уникати взаємного розташування «навпроти», надаючи перевагу розташуванню «поруч».

На основі процедур комплексного застосування прийомів формування окремих атракцій у перспективі можна буде запропонувати проєктивну технологію ефективної взаємодії між учасниками освітнього процесу у ЗВО. Для прикладу подаємо **психологічні правила формування усних настанов-розпоряджень**: 1) будь-яке розпорядження потрібно видавати з позитивним емоційним знаком; 2) не варто персоніфікувати розпорядження («я хочу», «я вимагаю», натомість доречними будуть формулювання «нам потрібно», «в наших інтересах» тощо); 3) розпорядження більш ефективні, коли вони видаються у питальній формі: «чи зможете Ви ...», «як Ви думаєте ...», «чи вважаєте Ви за потрібне ...», «чи є у Вас можливість ...», «чи згодні би Ви ...».

**Дія психологічного механізму**: 1) коли керівник радиться з підлеглим, то стверджується авторитет і компетентність останнього; 2) ствердження авторитету чи значущості особистості спричинює позитивні емоції; 3) позитивні емоції сприяють схильнню людини до джерела позитивних емоцій й мінімізують ймовірність відмови; 4) підлеглий перебирає на себе значну частину відповідальності за результативність спільно прийнятого рішення.

Отже, прийоми формування атракцій доречно розглядати не як **засоби** (матеріальні, матеріалізовані або ідеальні предмети / явища / процеси, котрими послуговуються живі істоти у ході власної життєдіяльності) чи **знаряддя** (природні чи частково окультурені підручні засоби, за допомогою котрих люди або тварини впливають на предмети / об'єкти діяння, видозмінюючи їх відповідно до своїх потреб), використання котрих характеризується **ситуативністю**, **короткостроковістю** і відсутністю стійких зв'язків між ситуацією, сировиною і засобом, а першочергово як відрефлексовані **інструменти** налагодження освітньої взаємодії, котрі є специфічними феноменами / пристосуваннями для досягнення здебільшого віддаленої у часі мети, за якими **закріплена** конкретна **функція**, котра є вираженням певних трудових операцій. Як і будь-який засіб, інструмент призначений для перетворення об'єкту впливу із заданого стану на бажаний, однак, на відміну від першого, характеризується високою **адекватністю** до виконання конкретного завдання і обов'язково передбачає оволодіння особою специфічними професійними компетентностями щодо його адекватного застосування. З огляду на те, що інструменти можуть бути як зовнішніми, так і внутрішніми, то сама психіка може розглядатися як засіб пізнання і пристосування до середовища і водночас як своєрідний спосіб самовідображення світу [3, с. 18]. У цьому контексті доречним буде згадати й таке суб'єктивно-ідеалістичне вчення американського філософа Джона Дьюї (1859–1952) як **інструменталізм** (англ. – *instrumentalism*), згідно з яким **свідомість** є одним із інструментів пристосування організму до середовища, яке постійно змінюється. Абсолютизуючи суб'єктивний момент людської практики, інструменталізм вважає образи, поняття, наукові теорії не відображенням об'єктивного світу, а інструментами доцільного пристосування до середовища [13, с. 710].

Відтак застосування суб'єктами освітньої взаємодії атракцій як побутових засобів, а не відрефлексованих професійних інструментів взаємовпливу потенційно може спричинити небажані зворотні ефекти – репульсії (відштовхування), котрі за своєю дією спричинюють протилежний до атракцій результат [1]. Для прикладу психологічний прийом «Золоті слова» може викликати враження підлабузництва, прийом «Калька» трансформуватися у мавпування, а ефект від застосування прийомів «Погляд» та «Особисте життя» сприйматися співрозмовником як надмірна нав'язливість тощо.

#### **Висновки:**

1. За різних умов люди найлегше приймають позицію тієї особи, до якої проявляють позитивне емоційне ставлення (симпатію, товариськість, любов) і важко приймають аргументи тієї людини, до якої відчувають антипатію чи ненависть. Тому атракції є важливими соціально-психологічними феноменами, котрі детермінують ефективність взаємодії учасників освітнього процесу сучасного ЗВО.

2. Психологічні прийоми формування атракцій здебільшого базуються на механізмах задоволення потреб людини у визнанні, афіліації (довірі), самоствердженні та безпеці. У свою чергу, задоволення потреб зумовлює переживання позитивних емоцій, а відтак виникнення стійкої симпатії чи прихильності до їхнього джерела (особи, інформації чи предмета).

3. Суть дії механізму формування атракції полягає у здебільшого несвідомій емоційній оцінці комунікаторами один одного. Різні зовнішні сигнали можуть пропадати для людини безслідно як малозначущі. Однак «минаючи» свідомість, сигнал із достатнім емоційним зарядом залишається у сфері несвідомого і звідти чинить свій вплив, що проявляється у вигляді спонтанно-емоційного ставлення до інших суб'єктів освітньої взаємодії.

4. Сучасний викладач ЗВО має володіти системою прийомів формування атракцій, що охоплює такі їхні різновиди: «Ім'я», «Дзеркало», «Золоті слова», «Терплячий слухач», «Особисте життя», «Послуга», «Помилка», «Погляд», «Калька», «Долоні» та «Відчуття ліктя». Проте жоден із зазначених прийомів не є самодостатнім способом формування атракцій, що забезпечує ефективність освітньої взаємодії. Лише кумулятивний ефект від одночасного застосування комплексу зазначених прийомів (мінімально 3–5 позитивних підкріплень) уможливує виникнення у суб'єктів паритетної комунікації бажаного стійкого атитюду.

**Перспективи подальших досліджень.** Перспективою подальших досліджень може стати методологічне виокремлення та теоретичне обґрунтування об'єктивних параметрів і критеріїв ефективності застосування психологічних прийомів формування атракцій, а також досвідна фіксація емпіричних показників зазначеної ефективності в експериментальних умовах розгортання інноваційної модульно-розвивальної взаємодії учасників освітнього процесу сучасного ЗВО.

#### Список використаних джерел

1. Атракція : матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F>
2. Візуальний контакт [Електронний ресурс] // Файловий архів. — Кам'янець-Подільський національний університет ім. І. Огієнка. — Режим доступу : <https://studfiles.net/preview/5454977/page:3/>
3. Гірняк Андрій. Засіб як психолого-дидактична категорія / Андрій Гірняк // Вітакультурний млин. — 2007. — Модуль 6. — С. 16–20.
4. Гозман Л. Я. Психология эмоциональных отношений : [монография]. — [Электронный ресурс] / Л.Я. Гозман. — М. : Изд-во МГУ, 1987. — 176 с. — Режим доступа : [http://transyoga.ru/assets/files/books/psychology/gozman\\_psih\\_emoc\\_otnoshenij.pdf](http://transyoga.ru/assets/files/books/psychology/gozman_psih_emoc_otnoshenij.pdf)
5. Гребенюк О. С. Основи педагогіки індивідуальності. Прийоми атракцій та їх застосування [Електронний ресурс] / О. С. Гребенюк, Т. Б. Гребенюк. — 1999. — Режим доступу : <http://ulit.inf.ua/ist-4--idz-ax250--nf-18.html>
6. Гуменюк О. С. Теорія і методологія інноваційно-психологічного клімату загальноосвітнього закладу : [монографія] / Оксана Євстахіївна Гуменюк. — Ялта-Тернопіль : Підручники і посібники, 2008. — 340 с.
7. Ильин Е. П. Психология доверия [Электронный ресурс] / Евгений Павлович Ильин. — СПб. : Питер, 2013. — 288 с. — (Мастера психологии). — Режим доступа : <https://psyfactor.org/lib/doveriye2.htm>
8. Ильин Е. П. Психология общения и межличностных отношений / Евгений Павлович Ильин. — СПб. : Питер, 2009. — 576 с. : ил. — (Серия мастера психологии).
9. Карнеги Д. Как выработать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. Как завоевывать друзей и оказывать влияние на людей. Как перестать беспокоиться и начать жить / Дейл Карнеги ; [пер. с англ. В. А. Бабенко и др.]. — [4-е изд.]. — Мн. : ООО «Попурри», 2005. — 768 с.
10. Майерс Д. Социальная психология [Электронный ресурс] / Дэвид Дж. Майерс : [пер. с англ.]. — [4-е междунар. изд.]. — СПб. ; М. : Прайм-Еврознак ; Олма-Пресс, 2004. — 510 с. : ил. — (Мэтры психологии). — Режим доступа : [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/mayers/11.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/mayers/11.php)
11. Прийоми розуміючого слухання [Електронний ресурс] // Файловий архів. — Одеський державний економічний університет. — Режим доступу : <https://studfiles.net/preview/5594917/page:13/>
12. Проксеміка : матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%81%D0%B5%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0>
13. Український Радянський Енциклопедичний Словник : в 3-х т. / [редкол. : ... А. В. Кудрицький (відп. ред.) та ін.]. — [2-ге вид.]. — К. : Голов. ред. УРЕ, 1986. — Т. 1: А — Калібр. — 1986. — 752 с.
14. Чалдини Р. Психология влияния [Электронный ресурс] / Роберт Чалдини. — СПб. : Питер, 1999. — С. 370–371. — Режим доступа : [https://brandstory.com.ua/wp-content/uploads/2017/10/chalдини\\_robert\\_psihologiya\\_vliyaniya.pdf](https://brandstory.com.ua/wp-content/uploads/2017/10/chalдини_robert_psihologiya_vliyaniya.pdf)
15. 6 законов психологии, знание которых изменит вашу жизнь : [Электронный ресурс] // Портал «Аум Ньюс». — 2016. — 16 декабря. — Режим доступа : <https://www.aum.news/psikhologiya/2024-6-zakonov-psihologii-znanie-kotoryh-izmenit-vashu-zhizn>
16. 6 способов обаять любого человека по методике спецслужб : [Электронный ресурс] — Режим доступа : <http://smartinf.ru/article/44562>
17. 15 фактів з психології, які стануть в нагоді на співбесіді [Електронний ресурс] // Патріоти України. — 2015. — 29 грудня. — Режим доступу : <http://patrioty.org.ua/other/15-faktiv-z-psykholohii-iaki-stanut-v-nahodi-na-spivbesidi-103967.html>
18. 15 хитрых приемов из психологии, которые полезно знать [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://soulpost.ru/15-xitryx-priemov-iz-psixologii-kotorye-polezno-znat/>

#### Spysok vykorystanykh dzherel

1. Atraksiiia : material z Vikipedii — vilnoi entsyklopedii. — [Elektronnyi resurs]. — Rezhym dostupu : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%90%D1%82%D1%80%D0%B0%D0%BA%D1%86%D1%96%D1%8F>
2. Vizualnyi kontakt [Elektronnyi resurs] // Failovyi arkhiv. — Kamianets-Podilskyi natsionalnyi universytet im. I. Ohiienko. — Rezhym dostupu : <https://studfiles.net/preview/5454977/page:3/>
3. Hirniak Andrii. Zasiyb yak psykholoho-dydaktychna katehoriia / Andrii Hirniak // Vitakulturnyi mlyn. — 2007. — Modul 6. — S. 16–20.
4. Gozman L. Ja. Psihologija jemocional'nyh otnoshenij : [monografija]. — [Jelektronnyj resurs] / L.Ja. Gozman. — M. : Izd-vo MGU, 1987. — 176 s. — Rezhim dostupa : [http://transyoga.ru/assets/files/books/psychology/gozman\\_psih\\_emoc\\_otnoshenij.pdf](http://transyoga.ru/assets/files/books/psychology/gozman_psih_emoc_otnoshenij.pdf)
5. Hrebeniuk O. S. Osnovy pedahohiky indyvidualnosti. Priyomy atraksii ta yikh zastosuvannia [Elektronnyi resurs] / O. S. Hrebeniuk, T. B. Hrebeniuk. — 1999. — Rezhym dostupu : <http://ulit.inf.ua/ist-4--idz-ax250--nf-18.html>
6. Humeniuk O. Ye. Teoriia i metodolohiia innovatsiino-psykholohichnoho klimatu zahalnoosvitnoho zakladu : [monohrafiia] / Oksana Yevstakhiivna Humeniuk. — Yalta-Ternopil : Pidruchnyky i posibnyky, 2008. — 340 s.
7. Il'in E. P. Psihologija doverija [Jelektronnyj resurs] / Evgenij Pavlovich Il'in. — SPb. : Piter, 2013. — 288 s. — (Mastera psihologii). — Rezhim dostupa : <https://psyfactor.org/lib/doveriye2.htm>
8. Il'in E. P. Psihologija obshhenija i mezhlichnostnyh otnoshenij / Evgenij Pavlovich Il'in. — SPb. : Piter, 2009. — 576 s. : il. — (Serija mastera psihologii).

9. Karnegi D. Kak vyrabotat' uverenost' v sebe i vlijat' na ljudej, vystupaja publichno. Kak zavoevyvat' druzej i okazyvat' vlijanie na ljudej. Kak perestat' bespokoit'sja i nachat' zhit' / Dejł Karnegi ; [per. s angl. V. A. Babenko i dr.]. – [4-e izd.]. – Mn. : OOO «Popurri», 2005. – 768 s.
10. Majers D. Social'naja psihologija [Jelektronnyj resurs] / Djevid Dzh. Majers : [per. c angl.]. – [4-e mezhdunar. izd.]. – SPb. ; M. : Prajm-Evroznak ; Olma-Press, 2004. – 510 s.: il. – (Mjetry psihologii). – Rezhim dostupa : [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Psihol/mayers/11.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/mayers/11.php)
11. Priyomy rozumiiuchoho slukhannia [Elektronnyj resurs] // Failovyi arkhiv. – Odeskiyi derzhavnyi ekonomichniyi universytet. – Rezhym dostupu : <https://studfiles.net/preview/5594917/page:13/>
12. Proksemika : material z Vikipedii – vilnoi entsyklopedii. – [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu : <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BA%D1%81%D0%B5%D0%BC%D1%96%D0%BA%D0%B0>
13. Ukrainskiyi Radianskiyi Entsyklopedychnyi Slovnyk : v 3-kh t. / [redkol. : A. V. Kudrytskyi (vidp. red.) ta in.]. – [2-he vyd.]. – K. : Holov. red. URE, 1986. – T. 1: A – Kalibr. – 1986. – 752 s.
14. Chaldini R. Psihologija vlijaniya [Jelektronnyj resurs] / Robert Chaldini. – SPb. : Piter, 1999. – S. 370–371. – Rezhim dostupa : [https://brandstory.com.ua/wp-content/uploads/2017/10/chaldini\\_robert\\_psihologiya\\_vliyaniya.pdf](https://brandstory.com.ua/wp-content/uploads/2017/10/chaldini_robert_psihologiya_vliyaniya.pdf)
15. 6 zakonov psihologii, znanie kotoryh izmenit vashu zhizn' : [Jelektronnyj resurs] // Portal «Aum N'jus». – 2016. – 16 dekabrya. – Rezhim dostupa : <https://www.aum.news/psihologiya/2024-6-zakonov-psihologii-znanie-kotoryh-izmenit-vashu-zhizn>
16. 6 sposobov obajat' ljubogo cheloveka po metodike specslyzhhb : [Jelektronnyj resurs] – Rezhim dostupa : <http://smartinf.ru/article/44562>
17. 15 faktiv z psykhologhii, yaki stanut v nahodi na spivbesidi [Elektronnyj resurs] // Patrioty Ukrainy. – 2015. – 29 hrudnia. – Rezhym dostupu : <http://patrioty.org.ua/other/15-faktiv-z-psykhologhii-i-aki-stant-v-nahodi-na-spivbesidi-103967.html>
18. 15 hitryh priemov iz psihologii, kotorye polezno znat' [Jelektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa : <http://soulpost.ru/15-xitryx-priemov-iz-psixologii-kotorye-polezno-znat/>

**Hirnyak, A. N. Psychological techniques of attraction formation as educational interaction establishment instruments.** The article analyzes the content and general characteristics of attraction as a prerequisite for constructive interaction between educational process participants, as well as discusses the psychological mechanisms and techniques of attraction formation. The process of attraction formation is considered as a sequence of arbitrary causation and reinforcement of the interlocutor's positive emotional experiences in order to induce his/her liking, friendly attitudes and/or love. The author advocates the idea that the emotional coloration of relations (primarily, liking-disliking) to a significant extent determines the effectiveness of educational process participants' interaction, since students' non-acceptance of teachers is often transferred to the students' academic discipline. Therefore, teachers of institution of higher education should be skilled in using attraction formation techniques as socio-psychological instruments for establishing constructive educational interaction. These techniques may include such varieties as: "Name", "Mirror", "Golden Words", "Patient Listener", "Personal Life", "Service", "Error", "View", "Tracing", "Palms" and "Feeling of the Elbow". Interpersonal interaction has been shown to be most influenced by interlocutors' physical attractiveness and facial expression, competence, similarity (copying) and a contrast, good gesticulation; individual distance and location, visual and tactile contact, as well as attentive listening.

*Keywords:* attraction, educational interaction, psychological mechanism, psychological technique, psychological influence, attitude.

#### Відомості про автора

**Гірняк Андрій Несторович**, кандидат психологічних наук, доцент, доцент кафедри психології та соціальної роботи, Тернопільський національний економічний університет, м. Тернопіль, Україна.

**Hirnyak, Andriy Nestorovych**, PhD, Assoc. Professor, Department of psychology and social work, Ternopil National Economics University, Ternopil, Ukraine.

E-mail: Girand@ukr.net

УДК 159.9

Зозуля О. В.

## ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ГЕНДЕРНО ЗУМОВЛЕНОГО НАСИЛЬСТВА СЕРЕД НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ В УМОВАХ ЗБРОЙНОГО КОНФЛІКТУ

**Зозуля О. В. Причини виникнення гендерно зумовленого насильства серед населення України в умовах збройного конфлікту.** У статті представлено результати аналітичного огляду існуючих у психології наукових підходів до вивчення проблеми гендерно зумовленого насильства та контент-аналіз фактів такого насильства на сході України, що висвітлені у повідомленнях у соціальних мережах, на сайтах громадських організацій (місцевих, загальноукраїнських, міжнародних), фото-, відеоматеріалах на інформаційних порталах. Теоретичний аналіз та узагальнення літературних джерел, а також матеріалів з проблеми гендерно зумовленого насильства дозволили виділити причини виникнення та розповсюдження фактів такого насильства в умовах військового конфлікту в Україні. Перспективою подальших розвідок у контексті зазначеної у цій статті проблеми є визначення груп ризику серед населення сходу України, що є найбільш вразливими щодо гендерно зумовленого насильства, виявлення психологічних особливостей та розробка програм протидії насильству щодо виявлених вразливих категорій людей.

*Ключові слова:* гендер, гендерна роль, гендерна нерівність, гендерно зумовлене насильство.