

- надмірна авторитетність одного з партнерів;
- низька здатність до соціальної адаптації.

Висновок. Таким чином, основними причинами конфліктів у молодих сім'ях є недотримання етики подружніх відносин (зрада, ревності), наявність особистісних недоліків або негативних якостей в одного або обох з подружжя, біологічна несумісність, неправильні взаємини подружжя (одного з них) з оточуючими людьми, родичами, несумісність інтересів та потреб.

Перспективами подальших досліджень є розробка програми конструктивного виходу з конфлікту.

Список використаної літератури.

1. Мягер, В. К., Мішина Т. М. (2010). *Сімейна психотерапія: керівництво з психотерапії*. Л.: Медицина [українською мовою].
2. Семьонкіна, І. А. (2001). *Подружжя дезадаптація при порушенні функцій сім'ї та її психологічна корекція*. Київ [українською мовою].
3. Алексєєнко, Т. Ф. (2016). *Сімейне виховання: концептуалізація ідей теорії і практики (монографія)*. Київ: ФОП Жовтий О. О. [українською мовою].

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ СУГЕСТИВНОСТІ ЯК ПСИХОЛОГІЧНИЙ ФЕНОМЕН

УДК 159.922.7

Іванюк Інна Сергіївна,
методист відділу виховної роботи
КЗВО «Вінницька академія безперервної освіти»
Тимчишин Ярослав Сергійович,
Студент спеціальності 053 Психологія»,
КЗВО «Вінницька академія безперервної освіти»

Анотація. У статті розглянуто теоретичний аналіз сугестивності як психологічний феномен. Уточнено поняття: сугестивність як здатність особи приймати психічний вплив від інших осіб або групи осіб, і визначається мірою схильності особи до такого впливу; навіюваність – спроможність

людини піддаватися зовнішньому впливу, приймати й виконувати пропозиції або поради, незалежно від наявності достатньо об'єктивних підстав для цього, і ця схильність може змінюватися як за кількісними, так і за якісними параметрами на різних етапах життя.

Ключові слова: Сугестія, сугестивність, навіюваність, психологічний вплив, соціальний вплив

Актуальність дослідження. Упродовж свого життя та в процесі своєї діяльності люди постійно піддаються впливу суспільства. Цей соціальний вплив виявляється в різних формах, проявах і механізмах. Найважливішим засобом соціального впливу виступає психологічний вплив. Серед різних видів психологічного впливу сугестивний є одним з фундаментальних і реалізується в процесі міжособистісного спілкування. Він є одним з найбільш універсальних явищ і пов'язаний із психікою людини. Це явище пронизує всі аспекти життя, незалежно від галузі діяльності, і може впливати на людину як свідомо, так і несвідомо.

Тому виникає проблема визначення якостей і властивостей молодих осіб, які збільшують ефективність цього впливу. До цього часу залишається невизначеним, як соціальні установки вписуються в структуру особистості і взаємозв'язок цих установок з іншими аспектами особистості, такими як навіюваність. Саме у цьому контексті вперше стає можливим науково-психологічне дослідження і практичне використання сугестії як окремого предмету наукових досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з проблеми. У сфері психологічних досліджень, сугестивність особистості розглядається з різних точок зору, включаючи: соціально-психологічний підхід представлений такими вченими, як В. Багрій; В. Ониськів, О. Сідун, Т. Щербан, психофізіологічний підхід досліджували С. Веприк, В. Куц, О. Штогріна; особистісний підхід розглядається в роботах В. Берека, І. Мурашко; подальші перспективи вивчення сугестивності пов'язують з реалізацією комплексного підходу М. Ільченко А. Шаманська.

Мета наукової публікації – вивчення основних прийомів сугестивного впливу на молодь.

Завдання статті:

- 1) розкрити психологічний зміст понять «сугестія», «навіювання»;
- 2) визначити прийоми сугестивного впливу на молодь.

Виклад основного матеріалу дослідження. Труднощі соціального життя та формування нових цінностей, ідеалів вимагають використання наукових знань для пояснення багатьох соціальних явищ. У ситуаціях обмеженого часу й нестачі знань, люди часто надають перевагу автоматичному прийняттю або відкиданню будь-якого впливу, незалежно від його характеру (інформаційний, соціальний та ін.).

Отже, актуальним є дослідження сугестивності як психологічного явища, що проявляється при взаємодії особистості з соціальним середовищем і відображає ступінь чутливості особистості до цих впливів.

У сучасному тлумаченні, сугестія визначається як процес впливу на психічну сферу особи, який призводить до зниження її критичності під час сприйняття і реалізації навіюваного контенту.

Поняття «сугестія» походить від латинських слів «suggestio» і «gestus», де «gestus» означає «жест». У психологічних словниках (Приходько, Ю. О., & Юрченко, В. І., 2012). сугестивність розглядається як здатність особи приймати психічний вплив від інших осіб або групи осіб, і вона визначається мірою її схильності до такого впливу. Ця характеристика є індивідуальною та залежить від різних характерологічних особливостей, віку, деяких хворобливих станів.

Науковець Д. Н. Узнадзе вважає, що сугестія також пов'язана з поняттям «установка особистості». Соціальна установка є стійким, фіксованим, негнучким утворенням особистості, яке стабілізує спрямованість її діяльності, поведінки, уявлень про себе та світ. Згідно з деякими твердженнями, ці установки формують структуру особистості, а з інших - вони лише займають певне місце серед якісних рівнів особистісної ієрархії.

Установка схиляє індивіда до певної форми реагування, оцінювання та готовності, а також орієнтує його діяльність відповідно до певних цінностей, що може сприяти задоволенню конкретних потреб. Поступове повторення ситуацій формує фіксовані установки особистості, які впливають на соціальне життя та життєву стратегію людини (Семиченко, В. А., 2004).

Дослідниця Н. І. Пов'якель зазначала, що особи з низьким інтелектуальним розвитком та несформованим логічним мисленням проявляють підвищену сугестивність, яка є основою для критичного мислення. Авторка пов'язувала цю сугестивність із зниженням усвідомлення та критичністю особистості при сприйнятті навіювань, а також з відсутністю розгорнутого логічного аналізу та оцінки інших. Підвищеній сугестивності сприяють як особистісні риси, такі як непевненість в собі, низька самооцінка, покірність, довірливість, висока тривожність, підвищена емоційність, підвищена вразливість та обмеженість логічного мислення, так і ситуаційні фактори, включаючи стрес, використання гіпнотичних методів впливу, розслабленість, низьку свідомість і компетентність (Семиченко, В. А., 2004)

За думкою Н. Д. Суботіної, ефективність сугестивного впливу залежить від різних критеріїв, таких як методи, засоби, призначення і т.д. Вона класифікувала психологічний вплив на сильний і слабкий, корисний і шкідливий, навмисний і випадковий. Дослідниця визначала сугестивність особистості як її схильність до прийняття впливу, пов'язану з її налаштуванням на сприйняття цього впливу. Ступінь сугестивності є індивідуальною особливістю кожної особистості і залежить від ситуаційних та особистісних факторів (Семиченко, В. А., 2004).

«Сугестивність» тісно переплітається з судженням «навіювання». Навіювання є психологічним механізмом впливу на особистість, що призводить до прийняття суб'єктом зовнішніх спонукань, оцінок і моделей поведінки. Головними ознаками навіювання є: відсутність критичності з боку суб'єкта; прийом інформації без конфліктів; активно викликає емоції та

почуття, а також асоціативні образи, які сприяють прийняттю інформації (Сідун, О. Ю. (2006).

Навіювання розглядається як сукупність мовленнєвих засобів і прийомів, спрямованих на вплив на психіку людини з метою зміни її установок. Таким чином, сугестивність визначається як індивідуальна сприйнятливність суб'єкта до навіювання.

Навіюваність - це здатність людини піддаватися зовнішньому впливу, приймати і виконувати пропозиції або поради, незалежно від наявності достатньо об'єктивних підстав для цього, і ця схильність може змінюватися як за кількісними, так і за якісними параметрами на різних етапах життя .

Науковець Л. Матохнюк стверджує, що ефективність навіюного впливу залежить від наступних факторів:

а) підготовка суб'єкта до навіювання, пов'язаних з такими характеристиками, як інтелект, креативність, воля, самовпевненість, знання, компетентність, доброзичливе ставлення до об'єкта;

б) змісту навіювання, що включає в себе характер інформації, яка наводиться, її місце в інформаційному потоці;

в) сугестивності об'єкта впливу, що пов'язана зі ставленням об'єкта до суб'єкта.

Процес навіювання являє собою замкнуту систему «суб'єкт–об'єкт», яка включає три взаємопов'язані структурні компоненти: операціональний, процесуальний, результативний (Матохнюк, Л. О. 2020).

Навіювання може бути досягнуто за допомогою як вербальних, так і невербальних методів.

Можливі різні способи реалізації навіювання: реальне навіювання (навіювання через вплив певної дії, не пов'язане з мовою), вербальне навіювання (сугестор використовує мову) (Матохнюк, Л. О. 2020).

Також розрізняють пряме і непряме навіювання. Пряме навіювання характеризується безпосередньою дією мови на людину, як правило, у вигляді наказу. Фрази короткі, різкі (але не образливі), легко запам'ятовуються.

Під час непрямого навіювання сугестор не говорить прямо про свою мету, проте висловлює своє ставлення до предмета. Мету досягають за рахунок того, що викликають сильні емоційні реакції. Основними формами навіювання є натяк, схвалення, засудження (Компанцева, Л. Ф., 2013).

Таким чином, аналіз досліджень і теоретичні узагальнення щодо вивчення сугестивності дозволив обґрунтувати наступні критерії сугестивності, а саме: піддатливість до навіювання, глибина навіюваності, тривожність, страх та депресивний стан, невпевненість в собі, низька самооцінка, покірність, довірливість, висока тривожність, підвищена емоційність, підвищена вразливість, схильність людини піддаватися чужим впливам, пропозиціям, порадам.

Висновок. Отже, на основі аналізу наукової літератури було встановлено наступне. Сугестивність - здатність особи приймати психічний вплив від інших осіб або групи осіб, і визначається мірою схильності особи до такого впливу. Сугестивність це психологічна особливість, яка виявляється в тенденції особи легко піддатися впливу інших людей, оточуючого середовища, ситуацій чи впливу психологічних методів. Люди з високим рівнем сугестивності можуть бути більш вразливі до впливу суспільства, реклами, авторитетних осіб або психологічних технік, таких як гіпноз, підказка, впливові аргументи тощо. Ця особливість може впливати на сприйняття, уявлення, думки та поведінку особи. Люди з різними рівнями сугестивності можуть реагувати по-різному на однакові впливи. Сугестивність є важливим аспектом в психології та досліджується у контексті психологічних експериментів, клінічної практики та інших областей.

Навіюваність – спроможність людини піддаватися зовнішньому впливу, приймати й виконувати пропозиції або поради, незалежно від наявності достатньо об'єктивних підстав для цього, і ця схильність може змінюватися як за кількісними, так і за якісними параметрами на різних етапах життя.

Навіюваність являє собою процес передачі ідей, думок, уявлень, чи впливу на психіку та поведінку людини, коли ці впливи виникають не внаслідок добровільного розгляду чи власного вибору, а через зовнішній вплив, який накладається іншою особою або навколишнім середовищем. Цей термін часто використовується в психології та психіатрії, особливо в контексті досліджень впливу слів, ситуацій чи інших факторів на психіку людини. Наприклад, навіюваність може виникати внаслідок використання сугестивних методів у психотерапії або через вплив загального оточення на особистість. Також термін може використовуватися для опису впливу суспільства, медіа, реклами та інших чинників на усвідомлення та поведінку людей.

Практичне значення результатів і висновків роботи полягає в тому, що вони можуть бути використані для подальших досліджень загальнотеоретичних і прикладних проблем сугестивного впливу особистості.

Список використаної літератури.

1. Компанцева, Л. Ф. (2013). Принципи сугестивної лінгвістики в інтернетній комунікації. *Наукові записки [Ніжинського державного університету ім. Миколи Гоголя]. Серія: Філологічні науки*, (3), 13-20. [українською мовою].
2. Приходько, Ю. О., & Юрченко, В. І. (2012). Психологічний словник-довідник: навчальний посібник. [українською мовою].
3. Семиченко В. А. (2004). Психологія педагогічної діяльності: навч. посібн. Київ: Вища школа, 335 с. [українською мовою].
4. Сідун, О. Ю. (2006). Психологічні характеристики сугестії та сугестивності. *Науковий часопис НПУ імені МП Драгоманова. Серія*, 12, 28-31. [українською мовою].
5. Шпортун, О. М., & Матохнюк, Л. О. (2020). Сугестивні психотехніки як засіб формування професійної компетентності психолога. [українською мовою].