

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ ІНСТИТУТ СУЧАСНОЇ ПСИХОЛОГІЇ ТА ПСИХОТЕРАПІЇ**

**Кафедра клінічної психології**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА**

на тему:

**Особливості використання почуття гумору як ресурсу  
стресоподолання у підприємців**

**Виконав:**

студент 2-го курсу групи ПМ - 202  
спеціальності 053 Психологія  
освітньо-професійна програма Клінічна  
психологія

**Песчихін Гліб Костянтинович**  
(прізвище, ім'я, по батькові)

**Науковий керівник:**

д.психол.н., проф.  
(наукова ступінь, вчене звання)

**Бурлачук Леонід Фокич**  
(прізвище, ім'я, по батькові)

Робота рекомендована до захисту  
рішенням кафедри клінічної психології

Протокол № \_\_\_\_ від « \_\_\_\_ » червня 2022р.

Зав. кафедри \_\_\_\_\_ д.психол.н.,с.н.с. Лисенко Ірина Павлівна  
підпис (наукова ступінь, вчене звання ,прізвище, ім'я, по  
батькові)

**Київ – 2022**

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП</b> .....	3
<b>РОЗДІЛ 1. Психологія гумору в контексті адаптації людини до складних життєвих обставин</b> .....	6
1.1.1 Поняття та стресозахисний потенціал почуття гумору.....	6
1.1.2 Основні функції гумору.....	15
1.1.3 Класифікація видів гумору.....	18
1.2.1 Поняття та характерні риси підприємництва.....	27
1.2.2 Психологічні аспекти стресу у діяльності підприємця.....	29
<b>Висновки до розділу 1</b> .....	32
<b>РОЗДІЛ 2. Організація емпіричного дослідження гумору і конструктивних виходів з стресових ситуацій</b> .....	34
2.1 Цілі, завдання та організація емпіричного дослідження.....	34
2.2 Методичне забезпечення дослідження.....	35
<b>Висновки до розділу 2</b> .....	38
<b>РОЗДІЛ 3. Емпіричне дослідження характеру зв'язку почуття гумору та психологічного подолання</b> .....	40
3.1 Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження.....	40
3.2 Рекомендації щодо використання результатів дослідження у психологічній практиці.....	58
<b>Висновки до розділу 3</b> .....	60
<b>ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ</b> .....	62
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b> .....	64
<b>ДОДАТКИ</b> .....	69

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Бойові дії на території України, після 24.02.2022 ускладнили ділову активність у всіх частинах нашої країни, а в деяких частинах та сферах взагалі унеможливили. Для українських бізнесменів ця турбулентність ще більше ускладнила і так непросту економічну ситуацію. Відсутність ясності та розуміння того, що буде і як будуть розвиватися події, спричиняє постійні зависання. Навіть, якщо підприємствам вдалося втриматися на плаву, вони не знають, чи зможуть працювати в такому ж режимі й надалі. Критичні ситуації, що виникають у процесі підприємницької діяльності, мають великий вплив на її ефективність. Питання вирішення проблемних ситуацій досліджують різні галузі знань: медицина, біологія, психофізіологія та інші. Інтерес до цієї проблеми викликає велика кількість стрес-факторів, які виникають у різних сферах діяльності. Перед психологами-практиками постає актуальне завдання надання людині допомоги у пошуку шляхів упорання зі стресогенними впливами й мобілізації зусиль на успішне досягнення цілей життєдіяльності. У цьому світлі виправданим є інтерес науковців до вивчення механізмів подолання проблемних ситуацій та розкриття особистісних характеристик, що зумовлюють вибір людиною тих чи інших стратегій психологічного подолання.

Одним із ресурсів такого розвитку може бути почуття гумору, завдяки якому забезпечується збереження психологічного здоров'я в процесі здійснення ділової діяльності. Почуття гумору в останні десять років розглядається не тільки як соціально бажана фігура особистості, а й як важлива складова психологічного здоров'я. На додаток до посилення позитивних емоцій та протидії негативному ставленню, такому як депресія та тривога, гумор вважається цінним механізмом подолання стресових життєвих подій і важливою соціальною навичкою для започаткування,

підтримки та розвитку задовільних міжособистісних стосунків. Значна кількість досліджень з психології гумору за останні два десятиліття була зосереджена на зв'язку між гумором і різними аспектами психологічного здоров'я.

**Об'єктом дослідження:** почуття гумору, механізми подолання стресових ситуацій.

**Предметом дослідження:** особливості використання почуття гумору як ресурсу стресоподолання у підприємців.

**Метою дослідження** є теоритичне обґрунтування та емпірична перевірка взаємозв'язку між почуттям гумору та конструктивними способами виходу з стресових ситуацій.

Відповідно до мети дослідження було визначено наступні **завдання:**

1. Проаналізувати основні теорії почуття гумору та його стресозахісного потенціалу;
2. Провести емпіричну перевірку специфіки особливостей зв'язку почуття гумору з стратегіями подолання стресових ситуацій;
3. Встановити специфіку використання почуття гумору, в залежності від особистісних характеристик суб'єктів.
4. Розробити рекомендації щодо практичного використання результатів дослідження у психологічній практиці.

**Методи дослідження:** теоретичні (аналіз літератури з теми), емпіричний (психологічне тестування), статистичний (встановлення кореляційних зв'язків, порівняння вибірок за ознаками), інтерпретаційний (аналіз, синтез, систематизація отриманих даних).

За допомогою методу психологічного тестування встановлено:

1. Рівень усвідомлення суб'єктом ролі почуття гумору як ресурсу для зниження стресу (тест-ретест Р.А. Мартіна)

2. Які стратегії подолання стресових ситуацій використовують підприємці (тест-опитувальник SACS, С. Хобфолл)

**Теоретико-методологічну основу** дослідження складають: принцип детермінізму (С.Л.Рубінштейн, О.М.Леонтьєв. ); системний підхід до вивчення психологічних явищ (Л.С.Віготський, Б.Ф.Ломов, О.В.Петровський, М.Г.Ярошевський); теорія внутрішнього світу особистості С. Епштейна і Концепції Я-концепції (Пантелєв С.Р., Столін В.В., Бернс Р., Кон І.С., Захарова О.В.); вивчення механізмів впливу стресогенних факторів на особистість (В. О. Бодров, Ф. Є. Василюк, Д. Грінберг, Т. С. Кириленко, М. С. Магомед-Ємнов, Г. Селле, П. В. Симонов, Т. М. Титаренко); уявлення про різні стилі реагування на стрес – психологічний захист (Фройд, Юнг, Крамер та ін. Л.І.Анциферова, Л.В.Виноградова, О.В.Лібін, С.К.Нартова-Бочавер, А.Біллінгс, Ч.С.Карвер і М.Ф.Шейєр, А.Т.С.Ебата, Н.Т.Ебата). та J.D.A.Parker, R.S.Lazarus та S.Folkman, R. Moos); теоретичні та емпіричні знання про почуття гумору як багатого психологічного явища (Ю.Б.Борєв, Т.В.Іванова, Л.В.Карасов, О.М.Лук, Х.М.Лефкур, С.С.Казарян, Н.А.Куйпер, Р.А.Мартін), В.Сароглоу.

Теоретичне значення роботи полягає в емпіричному внеску в поглиблення розуміння психології гумору.

**Практична цінність** дослідження визначається тим, що обізнане використання гумору як особистісного ресурсу зняття настрою та емоцій дозволяє розширити спектр ефективних засобів боротьби зі стресом.

# РОЗДІЛ 1.

## ПСИХОЛОГІЯ ГУМОРУ В КОНТЕКСТІ АДАПТАЦІЇ ЛЮДИНИ ДО СКЛАДНИХ УМОВ ЖИТТЯ

### 1.1. Поняття та стрес-потенціал гумору

Гумор супроводжує всі сфери соціальної взаємодії. Через гумор ми спілкуємося з людьми, отримуємо нарікання, впливаємо на них, знімаємо напругу у стосунках. Різноманітність зв'язків гумору з усіма сторонами життя людей ускладнює вивчення психології гумору.

Оксфордський словник англійської мови пропонує таке визначення гумору: «Гумор — це якість дії, мови чи літературного твору, що викликає веселощі; відтінок веселощів, смаку, цікавості, комізму, розваги. Він також припускає, що гумор — це здатність сприймати смішні чи комічні речі або висловлювати їх як мовою, так і письмово; смакове зображення або інтерпретація предмета.

Ці визначення показують, що гумор є досить широким і нечітким поняттям, що відноситься до слів чи вчинків людей, які сприймаються як смішні і викликають сміх, а також до процесів сприйняття цього гумористичного стимулу.

На основі досліджень гумору впливає, що гумор як розумовий процес поділяється на чотири основні компоненти:

#### 1. Соціальний контекст гумору.

Соціальний контекст гумору розуміється як контекст гри. Ряд авторів описують дослідження сміху та елементарного почуття гумору у людиноподібних мавп, які були навчені мові жестів (van Hooff J. A., Preuschoft S., 2003; Gamble J., 2001). У цих дослідженнях зазначається, що примати демонструють використання в спілкуванні сміху, гримас («ігрове

обличчя»), гри слів і жартівливих образів. Все це вказує на спорідненість гумору, гри і сміху не тільки у людей, а й у мавп. Це свідчення того, що гумор є продуктом природного відбору. Деякі дослідники схильні вважати, що сміх виник із ігрових сигналів приматів, невербальної системи жестів і крику, яка передувала розвитку мови (Burling R., 1993). Еволюційне походження гумору свідчить про те, що гумор, ймовірно, відіграє важливу соціальну та емоційну функцію, яка сприяла виживанню людей як виду.

## 2. Когнітивно-перцептивні процеси в гуморі

Створюючи гумор, ми повинні подумки обробляти інформацію, яка доступна нам у навколишньому середовищі або в пам'яті, і виробляти продукт (вербальний чи невербальний), який люди оцінять як смішний і кумедний. Коли ми сприймаємо гумор, ми витягуємо сенс з інформації, яку отримуємо, і класифікуємо її як жартівливу, ігрову. Фахівці з вивчення гумору сходяться на думці, що його суть полягає в непослідовності та грайливості поданого стимулу, тому він сприймається нами як несерйозний і вводить нас в ігровий стан свідомості (Gervais M., Wilson D. S., 2005).

Артур Кестлер (Koestler A., 1964) ввів термін «бісоціація» для опису психічного процесу, який бере участь у сприйнятті гумористичної невідповідності. За його словами, «бісоціація» — це ситуація, ідея чи подія, що містить одночасно два логічні, але не пов'язані або навіть несумісні аспекти. Звідси випливає, що подія «вібрує», так би мовити, на двох різних довжинах хвиль одночасно.

Майкл Аптер (Apter M., 1982) застосував концепцію «синергії» для опису когнітивного процесу, у якому у свідомості одночасно зберігаються два несумісних образи одного і того ж об'єкта. Він стверджував, що коли використовується гумор, синергія приносить задоволення, викликаючи приємне відчуття, коли думка коливається між двома несумісними

інтерпретаціями одного й того ж поняття таким чином, що вони сприймаються протилежними способами.

### 3. Емоційні аспекти гумору

Відповідь на гумор, крім інтелектуального аспекту, є приємним емоційним відгуком. Як показують дослідження, подання стимулів гумористичного характеру впливає на підвищення позитивних емоцій та підвищення настрою (Szabo A., 2003). Емоційний аспект гумору також чітко зображений у роботі зі скануванням мозку, які показують, що пред'явлення гумористичних стимулів активує ланцюг підкріплення в лімбічній системі мозку, що лежить в основі інших радісних емоційних станів, таких як їжа, слухання приємної музики і сексуальна активність (Mobbs D. et al., 2003).

Звідси випливає, що гумор – це, по суті, емоція, викликана такими когнітивними процесами, як бісоціація та синергія. Проте в даний час дослідники не визначили поняття пережитої емоції, яка проявляється у відповідь на гумористичний стимул. Різні вчені запропонували такі терміни для визначення цієї емоції – «приємне здивування» (Shiota M. N. et al., 2004), «приємне збудження» (Ruch W., 1993), «радість» (Martin R., 2009). Однак «радість» — це дуже широке поняття, і, як нам здається, радість проявляється по-різному в різних ситуаціях. Наприклад, когнітивний процес формування та «декодування» жарту сам по собі забезпечує приємний досвід. Фрейд стверджував, що одним із джерел задоволення, яке ми отримуємо від дотепності, є сам когнітивний процес генерації та переживання гумору (Z. Freud, 1991).

### 4. Вокально-поведінкове вираження сміху

Як і інші емоції, радісне задоволення, яке слідує за гумором, також має виразну форму вираження, а саме у формі посмішки, хіхікання та сміху залежно від його інтенсивності. Звідси випливає, що сміх має функцію

виражати й повідомляти іншим, що людина відчуває емоцію радості. Але варто також згадати, що останні дослідження показали, що сміх — це не тільки спосіб дати іншим зрозуміти, що людина в піднесеному настрої, але й спосіб викликати подібний стан у інших (Owren M.J., Bachorowski J.A. , 2003; Russell J. A., Bachorowski J. A., Fernandez-Dols J. M., 2003). Важливою соціальною функцією сміху є спонукати людей так чи інакше поводитися – позитивно підкріплювати бажану поведінку та бути інструментом покарання за небажану поведінку.

«Таким чином, психологічний процес, пов'язаний з гумором, включає соціальний контекст, процес когнітивної оцінки сприйняття забавної несумісності, емоційну реакцію радості та вокально-поведінкове вираження сміху. Неврологічні дослідження показують, що ці різні компоненти процесу гумору включають різні, але споріднені області мозку» (Мартін Р., 2009)[46].

Дослідження, присвячені психологічним аспектам виявлення почуття гумору, повинні враховувати комплексну природу цього явища: це конструкція, що характеризується кількома пов'язаними характеристиками, і тому не може розглядатися як єдина сутність. Таким чином, С.Л. Класифікація Рубінштейна [31] характеризує почуття гумору як візіонерський феномен, як одне з тих почуттів, які найчастіше відображають стійкі візійні установки людини. На рівні узагальнення воно еквівалентне абстрактному мисленню.

Широкий аспект почуття гумору як психологічного явища можна продемонструвати через аналіз семантики самого терміну. За визначеннями фахівців різних галузей знань, слово «гумор» може означати:

- 1) характеристика змісту деякої інформації, що сприймається (комедія, гумористична розповідь) [19; 28];

- 2) процес мислення (побудова формулювань, які більшою мірою ґрунтуються на відмінностях у значенні окремих слів, які об'єднуються в слова, створюючи комічний ефект) [16; 32];
- 3) реакція реципієнта на відповідну ситуацію (сміх, натхненний настрій), хоча сміх не завжди є відповідною реакцією на гумористичний зміст [14; 37];
- 4) соціальний феномен (у цьому випадку підтверджується груповий характер сміху; визначаються його функції диференціації та об'єднання людей за певними ознаками, що сприяє чи, навпаки, перешкоджає підтримці стабільності в суспільстві) [18 ; 39].

Слід зазначити, що варіанти концептуалізації «гумор» і «почуття гумору» відрізняються. Останнє як психологічний феномен і предмет нашого дослідження визначається в кількох варіантах. Почуття гумору є складним психологічним явищем, яке можна розуміти по-різному. У цій роботі ми навели лише найпоширеніші визначення почуття гумору, посилення на які дає змогу розкрити його стресовий потенціал.

1. Почуття гумору як пізнавальна здатність виявляється у створенні, зберіганні, утриманні та збереженні гумористично забарвленого змісту в пам'яті. Гумористичне забарвленість часто досягається парадоксальним поєднанням явищ або предметів, які сприймаються як несумісні один з одним [22; 23; 29]. Крилова Г.О. та В.П. Сочівко визначає почуття гумору як «вміння людини помічати комічну сторону явищ, емоційно на них реагувати». А. Кетслер стверджує, що під час оцінки сенсу ситуації узгодження двох зазвичай розрізнених матриць сенсу завершується перенесенням думки з одного асоціативного контексту в інший. У цьому випадку емоційний заряд не може бути перенесений і напруга знаходить вихід у сміху. Є. Ільїн розвиває цю

ідею, характеризуючи почуття гумору як «особливе ультрапарадоксальне бачення (сприйняття і осмислення) того, що відбувається або уявляється» і озвучуючи залежність здатності розуміти смішне від інтелектуального та культурного рівня особистості. Вважаємо перспективним напрямом подальшого вивчення почуття гумору в рамках теорії обробки інформації. Дослідники[29; 34]. відзначають залежність розуміння гумористичного змісту від уміння помічати взаємозв'язки та парадигми слів, тобто працювати з надвербальними аспектами мови, що забезпечується диференціацією двох півкуль мозку та складною взаємодією між ними. Крім того, згідно з результатами психіатричних досліджень, відсутність реакції на гумористичний зміст у деяких пацієнтів не пов'язана з інтелектуальним дефектом чи збоєм механізмів контролю сміху – вони не мають здатності робити розумні прогнози та формулювати переконання щодо подальшого розвитку подій. Відсутність почуття гумору у дітей, які зазнали значного фізичного та сексуального насильства, є важливим моментом, який слід зазначити у цьому відношенні.

2. Почуття гумору як природна реакція характеризує здатність суб'єкта оцінювати гумористичний зміст і отримувати від нього задоволення [6; 33]. За К. Фішером, гумор — це «...задоволення, цей ряд уявлень є суто естетичним; він залежить тільки від себе, тільки сам по собі має своє призначення і не виконує жодних інших життєвих цілей». С. Рубінштейн[31] зазначає, що беззмістовна чи нелогічна ситуація сама по собі не створює комічного ефекту, її виникнення вимагає її ідентифікації з боку суб'єкта; Такої ж думки дотримується Кузнецова і додає, що спроба рефлексії гумористичного змісту призводить до зменшення або зникнення суб'єктом переживання смішного.

3. Сприйняття гумору як загальної поведінкової моделі реалізується у вигляді схильності людей реагувати сміхом на бажання інших людей та їх бажання розважити інших. Вони навіть бачать у цьому фігуру темпераменту, пов'язану з переважанням позитивних емоцій, типовий для них поганий настрій.
4. Інтерпретація почуття гумору, як стратегії подолання та захисного механізму ґрунтується на тенденції зберігати гумористичний погляд на ситуацію навіть за несприятливих умов [6]. Так, О.Г. Шмельов розглядає переживання комічного як милосердну реакцію, що дозволяє почуватися краще в результаті символічного (сублімаційного) вирішення проблеми, яку неможливо вирішити в реальному житті. А.О.Кронік та Є.О.Кронік [24] характеризують гумор як ефективний засіб сімейної терапії та цитують думку Д.Лихачова про те, що «сміх знімає психологічні травми, полегшує важке життя людини, заспокоює та лікує». Л.В.Карасьов відзначає близькість сміху до агресивності (під час сміху людина піднімає куточки губ, щоб можна було побачити різці) і робить висновок, що природа перетворила сміх на свій захисний механізм. У рамках розгляду цієї функції почуття гумору цікавлять результати дослідження Е. Сміта та Н. Уайта, згідно з якими існує суттєва кореляція між продуктивністю групової роботи та саркастичною толерантністю. Якщо в групі є хоча б один протагоніст, ймовірність правильного та швидкого вирішення проблеми значно зростає.

П. Крамер [42], який запропонував ієрархічну класифікацію основних видів психологічного захисту, характеризує гумор як один із високоадаптивних механізмів захисту та упорядковує його альтруїзмом і сублімацією. Цю ідею підтверджують і інші роботи, автори яких

стверджують, що зрілій людині необхідно знайти почуття гумору по відношенню до життєвих труднощів і недоліків.

Згідно найширшим поглядом - психологічний захист передбачає пасивність поведінки та гальмування активних дій заради збереження комфортного стану (завдяки роботі механізмів підсвідомого), тоді як під психологічним під психологічною коригуванням розуміють виявлення певної конструктивної діяльності, «проживання» ситуації без будь-яких унікальних недоліків. Вони розрізняють декілька психологічні стратегії подолання, деякі з яких вважаються більшими конструктивні за певних умов, а інші менш конструктивні.

У будь-якому випадку психологічна стратегія подолання – це лінія поведінки, на яку свідомо спрямована цілеспрямоване вирішення труднощів, з якими стикається людина в процесі в життя.

Для більш повного визначення сутності феномену почуття гумору розглянемо спосіб, яким О. Лук [26; 27] розрізняє поняття «дотепність» («остроумие») і «почуття гумору». Таким чином, під тонкістю автор розуміє здатність бачити закономірності та зв'язки там, де їх, на перший погляд, немає. У цьому випадку емоційна складова є лише фоном і мотивом стимул до суто інтелектуальної діяльності.

Почуття гумору, на думку О.Луки, — це схильність суб'єкта жартувати про незручні та смішні підйоми у всебічних стосунках. За таких умов психічна дія розвивається в емоційній сфері, а психічні реакції виконують функцію лише пускового механізму таких реакцій. Автор зазначає: «У терміні «почуття гумору» слово «почуття» має новий семантичний відтінок, позначаючи складний набір психічних якостей, інакше складну розумову здатність.

Погляд на почуття гумору як функцію афективних і когнітивних процесів знайшов широку підтримку у цілому ряду дослідників [9;17]. П.В.

Особливу увагу Симонов приділяє і інформаційній стороні сміху. На його думку, позитивна емоційна реакція на сміх повністю відповідає інформаційній теорії емоцій, згідно з якою будь-яка емоція є відображенням сили та якості поточного попиту та оцінкою ймовірності того, що ця потреба буде задоволена.

Також корисно розглянути конструкт почуття гумору у зв'язку з теорією множинності форм прояву інтелекту. На нашу думку, можна припустити, що почуття гумору пов'язане з емоційно-вербальними типами інтелекту. Зв'язок з вербальним інтелектом присутній, оскільки саме через вміння використовувати мову можна висловити будь-яке повідомлення. Що стосується емоційного інтелекту, то давайте поговоримо про його зв'язок із почуттям гумору детальніше.

Почуття гумору, очевидно, пов'язане з обома складовими емоційного інтелекту - міжособистісним (або соціальним) інтелектом і внутрішньовидовим інтелектом. Перше проявляється у здатності людей підтримувати добрі стосунки з оточуючими, а друге — у здатності людей мотивувати себе до активності. Роль почуття гумору у підтримці добрих стосунків із залученими людьми розкрита в працях багатьох дослідників. Що стосується зв'язку між почуттям гумору та внутрішньо інтелектом, то наявність такого зв'язку буде важливим аргументом для конструктивної ролі гумору в самомотивації людей вирішувати складні ситуації за допомогою проблемно-орієнтованих стратегій, оскільки самомотивація для активної діяльності характерна для людей з високим рівнем розвитку внутрішнього та особистісного інтелекту.

Наше припущення про кореляцію між конструктом почуття гумору та внутрішньо-соціологічним інтелектом підтверджується антитезою сміху, запропонованою Л.В. Карасов, оскільки останній розглядає не ласки, як стверджує народний стереотип, а відчуття соми. Остання має «розумовий», рефлексивний характер, силу страждання; відчуття сонливості є могутньою

силою, яка спонукає людей активно розв'язувати причини, які його викликали.

### 1.1.2 Основні функції гумору

Опис сутності почуття гумору як психологічного явища був би неповним без виявлення його функцій, які через багатогранність цього явища визначаються дослідниками по-різному. Проте, підсумовуючи всі названі вченими функції почуття гумору, можна запропонувати таку схему їх ідентифікації, наведену в роботі Г. Вільсона.

Кожну з цих функцій гумору ми опишемо докладніше.

1. Характеризуючи роль гумору як засобу захисту від страху та тривоги, автор уточнює, що під час гумористичної обробки ситуацій, які викликають почуття страху, люди починають певною мірою їх контролювати, а тому сприймають їх як менш небезпечні. Стресову функцію почуття гумору описують, концептуалізуючи її або як стратегію подолання, або як захисний механізм [30; 38; 40].

У контексті розгляду цієї функції почуття гумору варто звернутися до погляду М. Чернішевського на мотивацію гумору. На його думку, гумор пробуджує в нас почуття власної особистої цілісності. Потреба займати певне положення в суспільстві, бути поважаним і визнаним іншими членами суспільства є однією з найважливіших соціальних потреб людей. Якщо людина демонструє іронічне ставлення до будь-якої ситуації, це демонструє її власну силу і неконфліктність.

2. Гумор як інтелектуальна гра характеризується тим, що на певний проміжок часу вони ізолюють розум від тиранії логічного мислення. Вони дозволяють вийти за межі реальності і отримати задоволення від власної невинності та оригінальності. Як відомо, функція почуття

гумору як інтелектуальної гри була дуже детально розглянута З. Фрейдом у праці «Дотепність та її відношення до непізнаваного» [39]. [39]. Фрейд зазначав, що «робота дотепності виявляється у виборі такого словесного матеріалу і такої ситуації мислення, які дозволяють грі слів і думок витримати натиск критики... Особливості запасу слів і всі для вмілого складання тексту необхідно використовувати сузір'я зв'язку думок».[39] Крім того, сама робота дотепності може принести людині відчуття задоволення. За словами І. Уварової, «ніщо не приносить стільки горя, як незрозумілий гумор». Саме через цю функцію гумору його часто розглядають у зв'язку з творчістю, він близький до визначення гумору як пізнавальної здатності [22; 23].

3. Дуже важливо розглядати роль гумору як ресурсу вирішення складних ситуацій, враховуючи його роль, як засобу послаблення соціальних табу. Дослідники стверджують, що саме табуйовані ідеї, особливо ті, що стосуються сексуальності та агресії, не заохочуються в гумористичному змісті. На думку Х.Вілсона, гумор – це спосіб усунути потенційно шкідливі для суспільства імпульси, які є природними для людей і тому не можуть бути повністю скасовані [5]. Цю гіпотезу підтверджують результати дослідження, представленого в його роботі: групі жінок, які проходили тест на визначення рівня «анальної» особистості (що проявляється у впертості, працездатності, економії), попросили оцінити анекдоти. Виявилось, що жінки з більш вираженими анальними характеристиками вважали анальні жарти більш комічними. На основі цих результатів автор робить висновок, що важлива для людей тема-табу викликає інтенсивну реакцію на хвилюючу їх гумор. За Фрейдом, догма — це протест проти авторитету зовнішніх обставин, звільнення від їхнього гніту. Тому, на думку дослідників, у кризовому суспільстві

державна цензура особливо стійка до гумору, який підриває її ідеологію та ганьбить лідерів. Ця функція тісно пов'язана з наступною.

4. Типовими формами викриття соціальної критики є критика та викриття суспільно-політичних інститутів та окремих осіб (на кого спрямована сатира). М.М.Бахтін [3] звертає увагу на те, що у фольклорі ранніх народів існували також так звані смішні культу, які висміювали божество, в порядку серйозних культів. Подібне явище спостерігається в «сміхотворних двійниках» міфів про билинних героїв, жартів про церковний культ і пропаганду католицької церкви, пародії на молитви, псалми та чернечий чин у Стародавній Русі. На основі свого аналізу цих явищ Бергсон приходять до висновку, що в цьому випадку гумор забезпечує задоволення через непряме вираження агресії по відношенню до людей, які змушують нас відчувати загрозу чи зневагу. Доцільним тут посилатися на думку етнографів О.Г. Козінцев і М.Л. Бутовського [19] щодо того, що «...пройшовши величезний історичний шлях, антиповедінка у своїй соціально санкціонованій формі прийшла до тієї мініатюрної, безпечної та естетизованої версії, яку називають гумором». Деякі вчені вважають, що дві останні з цих функцій – функція соціальної критики, функція послаблення соціальних табу – виконує так званий «чорний гумор».
5. Дослідники вважають гумор засобом консолідації учасників групи. Гумор є однією з основ соціальної злагодженості, своєрідною внутрішньою мовою спілкування консолідованої групи або формою соціальної організації. Відомою теорією гумору є так звана двокомпонентна теорія. Згідно з нею, з еволюційної точки зору, окрім тенденції заспокоїти людину, над якою домінують, гумор має тенденцію підкорити слабшу людину через сміх, що є проявом агресії або тріумфу

- демонстрацією готових до нападу зубів (укусу) служить цій меті. Жартівливого ефекту можна досягти за допомогою підігріву напруги і швидкого, іноді миттєвого розряду. Бергсон називає сміх «відносинами» між усіма людьми, які сміються: багато жестів є абсолютно незрозумілими для однієї людини і водночас близькими іншій, оскільки вони тісно пов'язані з переконаннями певної групи.

Проблемі етнічного гумору присвячені окремі праці вітчизняних та зарубіжних дослідників. Так, О.В.Дмитрієв у застосуванні єврейського гумору вказує на функції диференціації та послідовності, які він виконує, а Е.Берн [3] — на функцію ідентифікації етнічного гумору, тобто відношення себе до інших членів групи.

Як бачимо із вищезгаданих уявлень вчених, гумор виконує функції вирішення як внутрішніх, так і міжособистісних проблем, ще раз підтверджуючи продуктивність зворотного аспекту нашого дослідження гумору як ресурсу психологічної підтримки.

### **1.1.3 Класифікація типів гумору**

З метою деталізації механізмів дії розтяжної та експресивної функції гумору розглянемо різноманітність його видів (форм і стилів вираження), які розроблені вченими. Існує кілька класифікацій гумору, але ми зупинимося на найпоширенішій з них.

Запропонована О. Луком класифікація типів гумору [22; 23] був першим в українській психології. Автор використав критерій їх диференціації як об'єкт, що є джерелом гумористичного змісту. На думку автора, зовні існують нетипові, а іноді навіть алогічні взаємозв'язки предметів, явищ і людей. Але лише після їх сприйняття суб'єктом ці взаємозв'язки стають жартівливими. На підставі цього О.Лук бачить:

1) ситуативний гумор: характеристика певного стану мовлення, що викликає жартівливу реакцію;

2) гумор характеру: здатність людини сприймати нечутливість ситуації.

Лук також запропонував класифікацію видів толерантності. Він розділив їх за критерієм активності або пасивності суб'єкта щодо створення гумористичного змісту на такі види: толерантність сприйняття: вид розумової діяльності, яка спрямована на помічення та оцінку пліток, і творча тонкість - робота розуму, яка спрямована на створення гумористичного змісту.

Подібний критерій дає змогу перевірити адаптивну природу свідомого використання почуття гумору: два види толерантності Лука за певних умов можуть бути пов'язані з наслідками сприйняття ситуації – важкої чи загрозової – через уже відома когнітивна перебудова ситуації.

Критеріями диференціації типів гумору в класифікації Стівена М. Султанова [34] є прямота гумористичного змісту та специфічне індивідуальне сприйняття гумору. За цією ознакою вони розрізняють ці види гумору.

Самостійний гумор: на думку автора, цей вид гумору є для людини найбільш сприйнятливим за інших, тому що з його допомогою людина може по-іншому поглянути на себе і виявити правильнішу для цієї ситуації поведінку. Причому авторка зазначає, що в присутності людини, яка сміється над собою, аудиторія відчувається в безпеці, оскільки гумористичний зміст спрямований не на них. Цю ідею підтримують інші автори [15; 35], констатує, що ситуація, коли людина жартує над своїми недоліками, дозволяє іншим відчути певну перевагу над автором текстів і отримати задоволення, яке буде проявлятися у вигляді сміху. Однак треба визнати, що самокерований гумор також може мати згубну дію: подібний вплив на людину має місце, коли суб'єкт свідомо сміється над власними недоліками та принижує себе, щоб покращити міжсоціальні стосунки.

Результати цінних досліджень на тему професійної діяльності коміків, які представлені в роботі Г.Вілсона, підтверджують цю тезу, а також допомагають розкрити стресо-інформовану роль ідентифікації гумору. Автор зазначає, що, незважаючи на здатність гумористів розсмішити інших, вони самі часто виявляються вкрай нещасними людьми – самодостатніми, замкненими в собі і нездатними побачити комічний бік такого стану мови. Х.Вілсон знайшов результати дослідження, згідно з якими 85% групи чоловіків-коміків у той чи інший період життя зверталися за допомогою до психотерапевтів. Специфічним стресом для цієї професії автор вважає потребу заробляти на життя експлуатацією власних недоліків; більше того, їхня професія служить механізмом боротьби з власною депресією, а можливість розсмішити інших сприймається лише як ще один позитивний момент; Активність гумористів також може бути мотивована пошуком соціального стиснення.

Ще один вид гумору, що підпадає під класифікацію Султанов, — ситуативний гумор. Цей вид гумору найбільше цінується в суспільстві: жарт над складними обставинами, в яких опинилася група людей, дає змогу переоцінити власне ставлення до нього, адже гумористична оцінка змісту ситуації створює ефект дистанції. від загрозової ситуації, і, як наслідок, напруга щодо неї зменшується.

Гумор, який крутиться на інших: автор розглянутої класифікації вважає його найбільш шокуючим у порівнянні з іншими. Така гумористична мова часто використовується, щоб принизити чи зобразити когось іншого. Результатом звернення до нього є зростаюче почуття неповаги між суб'єктом і об'єктом гумору.

Виявлені види гумору автори запропонували розмістити на унікальному континуумі: від того, що сприяє психологічному самопочуттю та здоров'ю суб'єкта, до того, що його турбує. На думку Султанова, на його першому

полюсі знаходиться самонаправлений гумор, а на другому — гумор, спрямований на інших. Гумор, який крутиться щодо ситуації, знаходиться між двома полюсами. Цю думку підтверджують результати експерименту, описаного Бероном і Річардсоном: На думку останнього, подача гумористичного стимульного матеріалу посилює переживання агресії, якщо в гумористичних оповіданнях присутня тема ворожості. Згідно з результатами іншого дослідження, жарт, який має примарний зміст, може викликати почуття і ставлення в поєднанні з агресією. І, з іншого боку, коли гумористичний стимулюючий матеріал не містить подібних тем, рівень агресії значно знижується.

У класифікації, створеній Анною Радомською [42], критерієм диференціації типів гумору є емоційна залученість суб'єкта в ситуацію. Автор виділяє такі види гумору.

1. Пізнавальний гумор ґрунтується на логічній непослідовності як основної характеристики стимулу, який сприймається як гумористичний. Ця неузгодженість забезпечується одночасним співіснуванням елементів, які іноді не збігаються.
2. Принижений гумор – джерело акцентування власних та чужих помилок. Тому він часто є негатив по відношенню до предмета, на який він спрямований. Цей тип гумору завжди свідчить про негативні емоційні переживання особи, яка створює повідомлення.
3. Відсутність гумору та нерозуміння гумору заважає суб'єкту відчувати почуття радості від задоволеності.

Принизливий гумор автор вважає менш адаптивним, ніж когнітивним, і називає це ознакою недостатньої зрілості суб'єкта. У цьому контексті варто згадати точку зору А. Маслоу, згідно з якою характеристикою особистості, яка самоактуалізується, є сама схильність до використання філософського гумору. Анна Радомська, автор останньої класифікації, наголошує, що рівень низького гумору з віком значно знижується порівняно з когнітивним.

Молоді підлітки, за її даними, найбільш сприйнятливі до використання низького гумору, що порушує їх фрустрацію обмеженістю самовизначення з боку дорослих. У міру того, як ви дорослішаєте, вага низхідного гумору зменшується, а когнітивний гумор зростає.

Одна з можливих реакцій суб'єкта на власний негативний досвід може бути виявлення почуття гумору як засобу подолання стресу. Гумор допомагає відчувати вищезгаданий ефект дистанціювання від складної ситуації та зменшити важливість проблеми, дозволяє поглянути на злочинців на низькому рівні. Проте цілком правомірно запитати, чому з усіх альтернативних методів реакції люди саме створення дотепів та жартів.

Є кілька пояснень цього явища. По-перше, особливий «кредит довіри» або «індульгенція», який закріплений за цим гумор у суспільстві. Людина, яка печеться, може очікувати певного прихильне ставлення тих, кому розповідають про зміст їхніх повідомлень. «Не звертайте уваги, це був лише жест», – кажемо ми і очікуємо, що нас зрозуміють і прийняти все як є. Більше того, жартівник може «втрутитися» від дотепу, і оповідач: у цьому випадку винуватцем є «оповідач» або хтось інший, хто його створив.

Класифікація, запропонована Родом Мартіном [39; 40] містить більш детальний аналіз різних типів гумору. У рамках цієї моделі критерієм диференціації типів гумору є цільова орієнтація створюваного чи опрацьованого гумористичного змісту, а саме: використання гумору для вирішення внутрішніх і специфічних проблем суб'єкта або для покращення відносин з реципієнтами (наприклад, , щоб зменшити міжіндивідуальну напругу). У чотирьох перерахованих тут типах гумору жирним шрифтом виділено той аспект, якому суб'єкт надає перевагу при створенні чи використанні письмового гумористичного змісту. Так, у гуморі, який «стимулює сам себе» (1+2+), суб'єкт більше схильний звертатися до почуття гумору як засобу вирішення внутрішніх та особистих проблем.

На основі названих критеріїв автор виділяє:

- 1) 1+ 2+ Самостимулюючий гумор: бажання підтримувати гумористичний погляд на життя, а також використання гумору як психологічної стратегії подолання.
- 2) 1+ 2- Агресивний гумор: використання гумору для критики або маніпулювання іншими, підкреслення негативного ставлення людей;
- 3) 1+ 2+ Афективний гумор: схильність толерантно жартувати, щоб підвищити згуртованість групи.
- 4) 1- 2- 2- Гумор, що принижує себе: гумор спрямований на покращення міжособистісних стосунків за власний рахунок, тобто з елементами самоприниження.

Пристосувальний характер почуття гумору можна простежити, аналізуючи механізми та особливості його формування та розвитку в онтогенезі. На думку вчених, рефлекс сміху закладений у людини на генетичному рівні, але проявляється не відразу. Діти починають сміятися, коли бачать обличчя близької людини лише в тримісячному віці. Дитина сміється, тому що їй приємно бути сухим, сидіти і слухати слова своїх близьких. Цілком виправдано припустити, що в них немає категорії комічного та рефлексії.

За словами дослідників, сміються такі ситуації, в яких маленькі діти відчують змішане почуття тривоги та безпеки (включаючи такі приклади, як гра в схованку, лоскотання, вислизнення від дорослого). О.Г. Козинцев [19] погоджується з цими спостереженнями, навіюючи ідею Дарвіна про те, що дитячий сміх є проявом радості, страху, а в часі, як і у рясунів, ігрового бажання.

На другому році життя починається етап формування активного гумору. У цей час у мозку починають формуватися перші абстрактні символи, і діти отримують інтелектуальне задоволення від

«неправильного» використання інтерпретованих ними образів (наприклад, «чистити зуби» олівцем чи «розмовляти по телефону» за допомогою ложка як телефонна трубка).

Приблизно на третьому році життя процес пізнання переходить на новий етап, на якому діти асоціюють предмети не тільки з символами, а й з певними їх характеристиками. Тепер їм смішно, що реальність неминуче перекручується, приписуючи об'єктам нетипові характеристики (наприклад, малюк каже «мяу-мяу», коли бачить собаку). Можна припустити, що цим він «знижує» рівень страху, який виникає при зустрічі з великою твариною. Безумовно, вже в цьому віці можна простежити перші ознаки гумору як ресурс для подолання негативних емоцій і виходу зі складних ситуацій.

У шість років гумор покращується на словесному рівні: дітям подобається крутити слова, кумедні загадки, віршики. Як Т.Б. Любимова зазначає, що в цьому віці можна спостерігати, як дитина, яка вчиться розуміти гумор і жарти, відкриває смисловий світ і вдосконалює процес прийняття рішень. Дитина робить перші спроби посміятися над тим, що не приносить радості. Це можна побачити, якщо подивитися на обличчя дитини, яка сміється разом з дорослим над гумором – сміх дитини в даному випадку формальний. Саме в цьому віці у дитини відбувається перший протест проти дорослих табу через гумор — жарти про статеві органи, «страшилки», «садистські вірші».

Абстрактне мислення дітей розвивається до 12 років, а в міру розвитку дитячі ігри стають все складнішими за своїм змістом. На думку І. Майєр-Листа, на цьому етапі формування почуття гумору можна вважати в цілому завершеним. Таким чином, процес формування гумору в онтогенезі демонструє роль гумору як форми врівноваження негативних емоцій, які відчуває дитина.

У цьому контексті ми також розглянемо етапи розвитку толерантності, описані Фрейдом. Автор вважає, що з розвитком мовлення дитина відкриває для себе гру, яка полягає в поєднанні слів і думок. Вона отримує задоволення від повторення подібного матеріалу, від пошуку вже відомого, що пояснюється економією розумових витрат. Ці ефекти задоволення спонукають дитину грати в гру і продовжувати такі ефекти, незалежно від значення слів і зв'язку промов. Так, за Фрейдом [30], першим етапом розвитку задоволеності є гра зі словами та думками, яка мотивується певною ефективністю задоволення від економії.

Підвищене критичне ставлення до продукту своєї розумової та словесної діяльності призводить до припинення гри як порожньої діяльності. Однак дитина не хоче відмовлятися від задоволення і тому шукає способи пережити радісний настрій.

Починається другий крок у розвитку толерантності: розвиток лихоманки. За допомогою лихоманки дитина прагне отримувати задоволення, яке дає гра, і в той же час уникати критики. Жарт, характерний для другої стадії розвитку, відрізняється від задоволеності, характерного для третьої стадії, тим, що у випадку пориву задоволення отримується від виконання заборонених критикою. Зі свого боку, герой здатний забезпечити задоволення, незважаючи на вплив критики, тобто завдяки високорозвиненому вмінню оперувати мовним матеріалом. Такий погляд на розвиток почуття гумору ще раз підтверджує віру автора в наявність у нього певного адаптаційного потенціалу.

Таким чином, видається доцільним розглядати почуття гумору як внутрішній ресурс людини, який допомагає їй розпоряджатися власним негативним досвідом. Принцип системного підходу до вивчення психологічних явищ робить розуміння цього явища глибоким і вичерпним. Комплементарна функція гумору може бути перевірена на двох рівнях

стійкості людей до надмірно високих вимог навколишнього світу - на рівні психологічного захисту і на рівні психологічної сублімації. Опора на перший тип означає непомітний характер використання почуття гумору, коли останнє має на меті заборону погроз, захист від травматичних переживань за допомогою унікальності їх глибокого сприйняття, фокусування уваги суб'єкта (що може мати форму агресивні або навіть «чорні» протести, недобрі жести та вигадлива іронія) на нападника. Відповіді на реакцію ситуації іншим типом - психологічним підпорядкуванням - свідчать про засвоєний і, отже, більш гнучкий і узгоджений спосіб утвердження з актуальними вимогами, як зовнішніми, так і внутрішніми.

У цьому випадку почуття гумору може бути використане суб'єктом як засіб переоцінки ситуації або когнітивної перебудови створеного ним образу, а також для більш глибокого усвідомлення його ролі і, так би мовити, вкладу. та його участь у нинішніх обставинах.

Аналіз специфіки використання різних видів гумору як додаткового засобу вирішення поставлених завдань дозволяє розглядати усвідомлене звернення до гумору як один із показників наявності у суб'єкта зрілої Я-концепції та адекватного сприйняття. про себе, що проявляється в розумінні та прийнятті власного внутрішнього світу загалом, своїх мотивів і мотивацій. Ця ідея, зокрема, привела нас до припущення, що люди, які свідомо використовують гумор як ресурс для подолання стресу, відкриті до досвіду та нових міжособистісних стосунків, тому вони характеризуються цілим рядом позитивних особистісних характеристик, таких як , наприклад, адекватне самоуявлення, емоційна стабільність (низький рівень невротизму, тривожності та тривожності ), продуктивне психологічне подолання. Безумовно, ці особи використовують більш конструктивні стилі гумору – саморекламу та стверджуючу – і часто не використовують агресивний гумор для вирішення конфліктів зі своїми опонентами, адже

адекватно оцінюючи себе та приймаючи себе та інших такими, якими вони є, вони не вимагають приниження інших заради впевненості в собі. Це не виключає звернення таких людей до самовнизливого гумору: людина, яка визнає і приймає як свої сильні, так і слабкі якості, може грамотно стверджувати власні недоліки, не принижуючи себе і зберігаючи загалом позитивний імідж себе.

### **1.2.1 Поняття та характерні риси підприємництва**

Підприємництво є одним із найпрестижніших видів творчої, пошукової, ризикованої соціальної діяльності і вважається одним із найпрестижніших у більшості країн світу з ринковою економікою.

Цей вид діяльності є найкращим проявом людського потенціалу, що проявляється в соціальному зростанні та характерному інтелектуальному розвитку людини, яка ним займається. Адже історія свідчить, що підняти економіку та інші сфери життя на високий рівень розвитку можна переважно через прояв членами цього суспільства своєї підприємницької ініціативи.

Щодо поняття підприємницької діяльності, то це вид підприємницької діяльності, який здійснюється для досягнення економічних і соціальних результатів та з метою отримання прибутку.

Визначення поняття бізнесу має не тільки важливе теоретичне, а й практичне значення, оскільки значна частина законодавства стосується лише цього виду діяльності. Особливе значення має застосування дозвільних норм, у тому числі тих, що регулюють санкції за порушення законодавства щодо підприємства. Отже, підприємницька діяльність має вестися легально, тобто особа має зареєструватися як підприємець у встановленому порядку та за потреби отримати спеціальні дозволи.

Наприклад, за заняття підприємницькою діяльністю без належної державної реєстрації може бути притягнуто до адміністративної відповідальності, а здійснення підприємницької діяльності, що підлягає ліцензуванню, з порушенням умов ліцензування – кримінальна відповідальність.

Для чіткого розмежування підприємницької діяльності та інших видів діяльності необхідно навести ознаки (ризик) підприємницької діяльності, які впливають із самого поняття підприємництва.

Першою і найважливішою характеристикою підприємства є його економічна ініціатива та самодостатність. Вона полягає в тому, що суб'єкти такої діяльності здатні нести відповідальність за прояв власної ініціативи у разі невдачі чи успіху реальної справи, а також можуть впливати на результати своєї роботи. Цей ризик поєднується з ініціативою у впровадженні мотиваційного менеджменту, прагненням до особистої відповідальності.

Підприємництво – це діяльність на власний ризик. Це означає, що за порушення підприємством та приватним підприємцем одноосібно несуть відповідальність, передбачену законодавством України, договірних зобов'язань, кредитної та податкової дисципліни, вимог до якості продукції та інших правил господарської діяльності.

Не менш важливим ризиком бізнесу є його законність. Це можна назвати не просто рисом, а й головною умовою для здійснення таких заходів.

Іншою частиною легалізації підприємницької діяльності є її патентування.

Тому можна сказати, що підприємницька діяльність має значний вплив на розвиток економіки та соціальної сфери в цілому. Орієнтація підприємницької діяльності на досягнення економічних і соціальних результатів означає орієнтацію її діяльності на задоволення суспільних

потреб у товарах, роботах і послугах. Соціальна ефективність відображає покращення соціальних умов життя людей, зокрема, покращення умов праці та побуту, покращення зовнішнього добробуту, підвищення рівня зайнятості та безпеки життєдіяльності людей тощо.

### **1.2.2 Психологічні аспекти стресу в підприємницькій діяльності**

Справжньою психологічною особливістю сучасних людей є прояв їх стресостійкості, а саме здатність швидко мобілізувати внутрішні ресурси без травматичної шкоди для психічного та фізичного Я [21]. У більшості психологічних теорій актуалізація теми стресу і стресованості пов'язана зі змінами, які принесла нам друга половина ХХ століття. Ці події є глобально значущими, часто незрозумілими змінами умов існування людини, викликаними стрімким розвитком науки і техніки, інтеграцією різноманітних соціальних, ідеологічних, культурних, релігійних факторів. Ці причини призвели до різкого посилення тиску на психіку людини, і як наслідок, до появи багатьох психологічних проблем, з якими ми найчастіше стикаємося з самим стресом. Але є особливий тип суспільства, для якого стресовий стан перетворюється на повсякденне життя, і ситуація може залишатися незмінною протягом багатьох років. Це малі підприємці, які починають свій бізнес. Дуже важливо підтримувати психологічну рівновагу в умовах дефіциту інформації та досвіду, постійного морального та матеріального ризику, нестачі часу, невизначеності майбутнього, ненадійного партнерства, бюрократії та жорсткої конкуренції.

Розглядаючи діяльність підприємця, слід виділяти його індивідуальний (безпосереднє управління підлеглими) або груповий (прийняття спільних рішень групою керівників), але найчастіше особливий, унікальний тип, який пред'являє до особистості підвищені вимоги. Це творчий вид діяльності, зумовлений недостатністю інформації, постійним дефіцитом

часу, в умовах, що постійно змінюються. У цьому випадку особистість повинна піддаватися наступним ризикам:

- Передбачуваність;
- Висока внутрішня мотивація;
- Готовність і здатність вирішувати найскладніші завдання, що стоять перед компанією;
- Високий рівень відповідальності за власні рішення та їх наслідки для компанії та її співробітників - тому що якщо компанія цього не зробить, постраждає вся команда, будьте «диригентом свого оркестру», що означає завжди підтримувати тісний контакт з різними державними службами, їх службовцями та керівниками;
- Справлятися з підвищеним тиском на пам'ять, зберігаючи в ній велику кількість необхідної, але різноманітної інформації;
- Представлення своєї команди, реклама, демонстрація своїх досягнень;
- Підвищені вимоги до напруженості, моральності та правосвідомості підприємця.

Небажаними ознаками способу життя підприємця є хронічний стрес і перенапруження, патогенний режим праці та відпочинку, комунікативне перенапруження, часті сімейні конфлікти та нездорові способи зняття нервової напруги. Якщо вирішення проблеми відбувається періодично або у підприємця взагалі немає конструктивних рішень, у нього або у неї виникає стан психологічного стресу, який з часом може перерости в психосоматичне захворювання. Характер соматичних розладів у цьому випадку зумовлений індивідуальними особливостями організму людини, за принципом «слабкої лінії». Порушення соціально-рольових функцій при стресі виражається в зменшенні кількості часу, відведеного на взаємодію з рідними та друзями, посиленні конфронтації, появі різноманітних проявів асоціальної поведінки.

Враховуючи різноманітність стресових факторів у діяльності підприємства, спробуємо розділити їх на три категорії.

1. Неконтрольовані стресори – рівень цін та темпи їх зростання, суспільно-політична ситуація в країні, вік підприємця, кліматичні умови, поведінка інших людей тощо.
2. Стреси, що піддаються непрямому впливу - проблеми міжособистісної та міжсистемної взаємодії, власні неконструктивні дії, невміння ставити цілі в житті та розставляти пріоритети, невміння розподіляти час, відкидання важливих питань, таких як проблеми зі здоров'ям (власне або близьких людей), різноманітні дрібні та несуттєві справи, які згодом накопичуються і створюють ефект «купи снігової кулі». Найчастіше цю групу стресових факторів складають події, які відбуваються зараз або відбудуться в найближчому майбутньому.
3. Стресори, що викликають стрес через неправильне тлумачення фактів. Такими стресовими факторами є події, які відбулися в минулому або можуть відбутися в майбутньому, але навряд чи відбудуться. Також стресори цієї групи можуть бути в даний час, і викликати стрес лише через їх неадекватну оцінку самим підприємцем. Наприклад, занепокоєння з приводу очікувань, які не мають реального підтвердження – «а потім партнери мене звинувачують?», або занепокоєння про минулі події, які вже неможливо змінити – «якби я тоді передбачив зростання цін, я міг би продати приміщення за набагато вигіднішою ціною.

Підприємець повинен знати, що часто детермінантою стресу є не сама ситуація, а те, як вони її оцінюють. Тому дії людини, яка хоче знизити надмірний рівень стресу, повинні бути спрямовані двома шляхами:

- По-перше, необхідно активно нейтралізувати сам стресор;
- Друге – впливати на власну психіку з метою усунення стресора.

Для цього використовується ряд технік:

- раціональна терапія;
- аутогенне тренування;
- метод дисоціації.

Останнім часом у літературі з психологічної підтримки з'являється натяк на почуття гумору як на ресурс, а іноді навіть як на окрему стратегію психологічної підтримки. Це спонукало нас провести емпіричне дослідження, результати якого лягли в основу даної магістерської роботи.

## **Висновки до розділу 1**

Нині почуття гумору все частіше згадується серед внутрішніх ресурсів психологічної підтримки. Його потенціал зняття стресу підтверджується його зв'язком із внутрішніми та особистісними конфліктами, а також визначається функціями, які почуття гумору виявляє у складних життєвих ситуаціях, зокрема: захист від страху та тривоги, послаблення соціальних табу та функція здійснення соціальної критики. Це підсилює думку про те, що звернення до почуття гумору може бути як корисним, так і шкідливим для психологічного здоров'я людей, залежно від того, яким стилем гумору ідентифікація суб'єкта надає перевагу. Агресивні та самопринизливі стилі гумору, незважаючи на їхню роль як засобу боротьби з негативним досвідом, вважаються ознаками негативного внутрішнього та персоналізованого фону. Висловлюється думка про адаптивний характер інших стилів сприйняття гумору, наприклад саморекламного та афективного гумору. Аналіз етапів розвитку почуття гумору в онтогенезі свідчить про приналежність його функції приєднання до підсвідомого. За наявності ідеографічних досліджень, на основі яких можна зробити припущення про роль гумору як ресурсу подолання стресу, метою даної

роботи є емпірична перевірка зв'язку гумору у цій функції з певними особистісними характеристиками.

## РОЗДІЛ 2.

### ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ ГУМОРУ І КОНСТРУКТИВНИХ ВИХІДІВ З СТРЕСОВИХ СИТУАЦІЙ.

#### 2.1 Цілі, завдання та організація емпіричного дослідження

**Метою** емпіричного дослідження було експериментально перевірити взаємозв'язок гумору та використання конструктивних моделей подолання стресу. Для досягнення цієї мети необхідно було вирішити наступні **завдання:**

1. Використовуючи методику «Шкала використання гумору як ресурс придушення стресу», визначити рівень сприйняття обстежуваним ролі гумору як психологічного ресурсу подолання стресових ситуацій.
2. Для порівняльного аналізу розділіть респондентів за віком та сферою ділової діяльності.
3. Використовуючи методику «Стратегії подолання стресових ситуацій» (SACS), визначити характер моделі задовільної поведінки у досліджуваних та визначити рівень загальної конструктивності використаних стратегій.
4. Емпірично довести застосовність більш конструктивних стратегій виходу зі стресових ситуацій респондентами з вищим рівнем усвідомлення ролі гумору як ресурсу зняття стресу.

Загальна кількість суб'єктів дослідження, які взяли участь в емпіричному дослідженні, становила 35, в тому числі 10 жінок і 25 чоловіків. Наймолодшому з опитаних було 22 роки, а найстаршому – 44

роки. Усі респонденти були активними підприємцями, які здійснювали свою діяльність на території України.

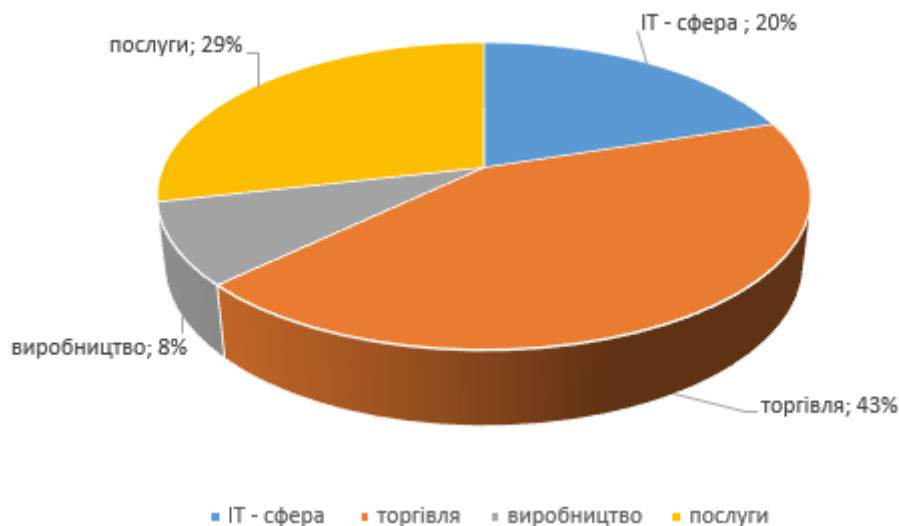


Рисунок 2.1 Діаграма розподілу респондентів за сферою діяльності.

Опитувані особи здійснюють власну підприємницьку діяльність у чотирьох сферах: ІТ - сфера (7 осіб), торгівля (15 осіб), виробництво (3 особи) та послуги (10 осіб). Середній стаж підприємницької діяльності 5 років. 60% респондентів вважають, що можуть ефективно впоратися зі стресовими ситуаціями, а 90% респондентів вважають, що в цьому їм допомагає почуття гумору.

## 2.2 Методичне забезпечення дослідження

Для визначення специфіки розуміння дослідниками ролі гумору як додаткового інструменту в подоланні стресу було використано методику «Шкала використання гумору як ресурс подолання стресу», яка встановлює рівень усвідомлення гумору як додаткового ресурсу для подолання складних життєвих ситуацій. «Шкала гумору як ресурс подолання стресу»

була створена канадським психологом Родом Мартіном на основі розуміння гумору як внутрішнього ресурсу для подолання негативних переживань, пов'язаних зі стресовими впливами. Цей тест містить 7 тверджень, які визначають, наскільки людина розуміє роль почуття гумору як додаткового ресурсу в стресовій ситуації. Наприклад:

1. Не раз я виявляв, що відчуваю набагато менше неприємностей, якщо намагаюся знайти в них щось смішне.
2. Я часто відчував, що коли я опиняюся в ситуації, про яку кажуть «плач або смій», краще сміятися.

Кожне твердження респондентам пропонувалося оцінити за шкалою Лікерта від «цілком не згоден» до «цілком згоден», щоб визначити, наскільки типовим є їхнє ставлення до почуття гумору у важких умовах життя. Підсумковий бал став нагодою визначити рівень розуміння обстежуваними ролі почуття гумору як психологічного ресурсу подолання стресових ситуацій.

Іншою методологією була «Стратегія подолання стресових ситуацій» С. Хобфолла (SACS).

Він призначений для визначення стратегій подолання складних (стресових) ситуацій. С. Хобфолл розглядає копінг-поведінку як сукупність когнітивно-поведінкових дій, що залежать від ситуаційного контексту. Запропонована модель має дві основні осі: просоціально-асоціальну, активно-пасивну та одну додаткову вісь: пряму-непряму. Ці осі представляють вимірювання загальних стратегій підтримки. Впровадження просоціальної та асоціальної осі ґрунтується на наступному:

- Багато стресових факторів життя є міжособистісними або мають міжособистісними компонент;
- Навіть індивідуальні зусилля бути підірвані мають потенційний соціальний вплив;
- Акт клопотання часто вимагає взаємодії з іншими людьми.

проаналізували власну надійність методів за допомогою методів  $\alpha$ -Кронбаха та  $\omega$ -Макдональда.

Для методу «Шкала використання гумору як ресурс стресу» отримано такі показники:  $\alpha$ -Кронбаха = 0,679 і  $\omega$ -Макдональдса = 0,685, що свідчить про достатню кореляцію між питаннями в усій методології:

Таблиця 2.1.

### Перевірка надійності та узгодженості шкал методики

Методика «Шкала використання гумору як ресурсу стресоподолання»

	$\alpha$ - Кронбаха	$\omega$ -Макдональда
Показники	0.679	0.685

Для методології SACS С. Хобфолл отримано такі дані:  $\alpha$ - =0,828 Кронбаха,  $\omega$ -Макдональдса  $\omega$  =0,836:

**Перевірка надійності та узгодженості шкал методики**

Методика «Стратегії подолання стресових ситуацій»

	$\alpha$ - Кронбаха	$\omega$ -Макдональда
Показники	0.828	0.836

Отримані результати свідчать про достовірність та узгодженість даних у загальній методиці.

**Висновки до розділу 2**

Відповідно до загальної мети та цілей нашої роботи була розроблена програма проведення емпіричного дослідження, в якій вирішувалися ряд завдань (розробка адекватної методики для збору даних та принципів її використання (на основі аналізу та узагальнення теоретичного і методологічного матеріалу); визначення вибірки (її склад: вікові та соціальні обмеження, кількість респондентів); виділення критеріїв (одиниць) аналізу для обробки результатів). Окрім того було визначено ряд етапів проведення емпіричного дослідження.

Для з'ясування особливостей використання гумору як ресурсу психічного подолання, було використано наступні методики:

1. «Шкала гумору як ресурс подолання стресу» Р. Мартіна
2. «Стратегії подолання стресових ситуацій» (SACS) С. Хобфолла

Загальна кількість суб'єктів дослідження, які взяли участь в емпіричному дослідженні, становила 35, в тому числі 10 жінок і 25 чоловіків. Наймолодшому з опитаних було 22 роки, а найстаршому – 44 роки. Усі респонденти були активними підприємцями, які здійснювали свою діяльність на території України.

**РОЗДІЛ 3.**  
**ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ЗВ'ЯЗКУ ГУМОРУ І**  
**КОНСТРУКТИВНИХ ВИХІДІВ З**  
**СТРЕСОВИХ СИТУАЦІЙ.**

**3.1 Аналіз та інтерпретація результатів емпіричного дослідження**

Аналіз та інтерпретація отриманих даних у ході емпіричного дослідження відбувалися в кілька етапів. Першим кроком було вивчення описової характеристики отриманих даних, а саме міри центральної тенденції, яка показує загальні характеристики розподілу даних за певною зміною. Для емпіричного дослідження були виділені групи за певними категоріями. При вивченні описових характеристик кожної групи окремо було проведено також порівняльний аналіз між даними досліджуваних груп.

За методикою «Шкала використання гумору як ресурсу управління стресом» підсумкова оцінка дозволяє визначити рівень розуміння дослідником ролі гумору як ресурсу психологічного подолання стресових ситуацій. Для детального дослідження тематики було вирішено виділити дві вікові категорії, в результаті чого виникли дві групи. Першу групу склали респонденти віком від 22 до 30 років – 18 осіб, а другу групу від 31 до 43 років – 17 осіб. За даними ВООЗ, «молодим віком» вважається вік від 25 до 44 років, але в цій роботі вирішили проаналізувати ставлення до гумору зі збільшенням віку та збільшенням життєвого досвіду. Отримані результати представлені в таблиці:

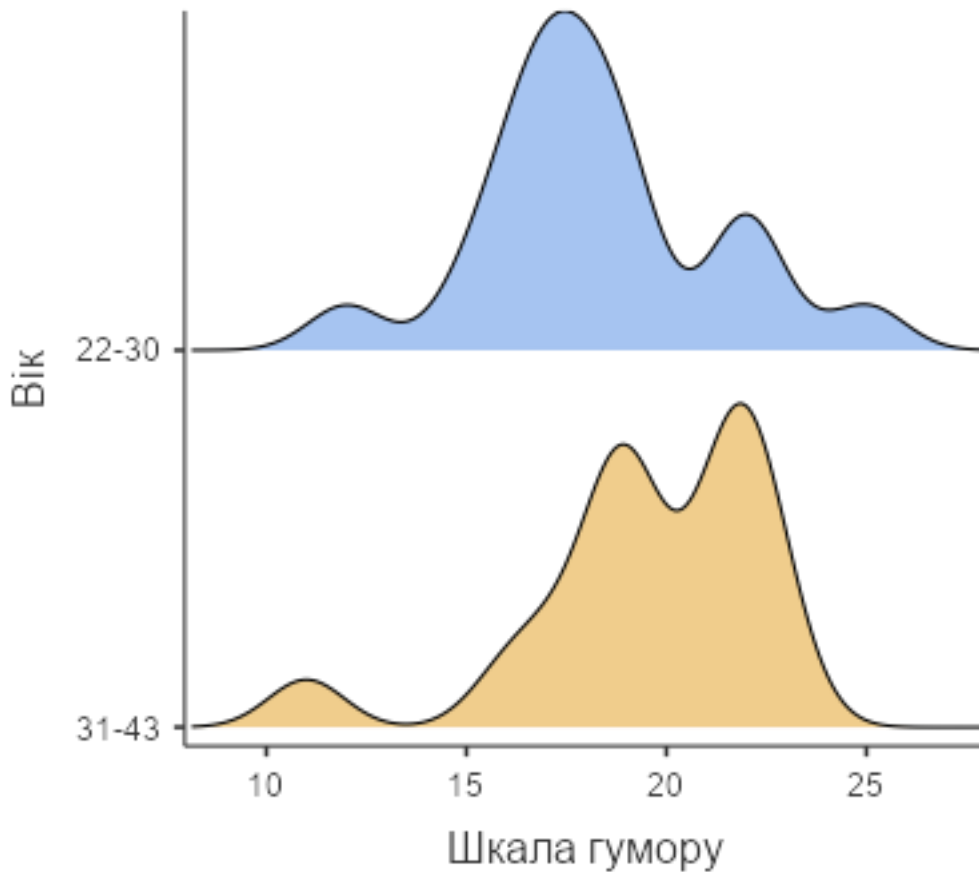
Таблиця 3.1.

**Описові статистики за віковою категорією**

	Вік	Шкала гумору
Кількість	22-30	18
	31-43	17
Середнє арифметичне	22-30	18.3
	31-43	19.5
Медіана	22-30	18.0
	31-43	19
Стандартне відхилення	22-30	3.03
	31-43	2.98
Мінімальне	22-30	12
	31-43	11
Максимальне	22-30	25
	31-43	23

Дані, отримані для вікової категорії 22-30 років (середнє арифметичне 18,3 зі стандартним відхиленням 3,03), за даними дослідження знаходяться між середнім і високим рівнем вираженості. Для респондентів віком від 31 року індекси (середнє арифметичне 19,5 зі стандартним відхиленням 2,98) відповідають високому рівню. Таким чином, виявляється більш високий рівень розуміння ролі почуття гумору як ресурсу психологічного

подолання стресових ситуацій для більш зрілої вікової групи. Можна припустити, що саме в цьому віці відбувається досягнення емоційної зрілості, досягнення певної стійкості в психологічному аспекті розвитку, формування ресурсів для подолання стресових ситуацій.



*Рисунок 3.1* Діаграма розподілу даних для методології «Шкала використання гумору як ресурс управління стресом» для вікових категорій

Далі ми вивчали описові характеристики для груп, які були поділені за сферою, в якій опитувані здійснюють власну підприємницьку діяльність. Було виділено чотири групи:

1. Група – «ІТ – сфера»;
2. Група – «Торгівля»;
3. Група – «Виробництво»;
4. Група – «Послуги».

Таблиця 3.2.

### Описові статистики за сферою діяльності

	Сфера діяльності	Шкала гумору
Кількість	ІТ	7
	Торгівля	15
	Виробництво	3
	Послуги	10
Середнє арифметичне	ІТ	20.1
	Торгівля	18.9
	Виробництво	18.3
	Послуги	18.2
Медіана	ІТ	22
	Торгівля	19
	Виробництво	17
	Послуги	18.5
Стандартне відхилення	ІТ	2.91
	Торгівля	3.09
	Виробництво	3.21
	Послуги	3.16

Згідно з даними, наведеними в таблиці, респонденти, діяльність яких пов'язана зі сферою виробництва та надання послуг, мають вищий за середній рівень усвідомлення ролі почуття гумору як ресурсу. Для групи респондентів, які працюють у сфері торгівлі, високий рівень прояву цієї обізнаності. Найвищі показники отримано для групи «ІТ-сфера» (середнє арифметичне 20,1 зі стандартним відхиленням 2,91), що відповідає високому рівню розуміння ролі гумору у подоланні стресових ситуацій. Оскільки групи нерівні за цінністю, ми не можемо статистично підтвердити (за критерієм Стюдента) різницю між середніми значеннями, але порівняльний аналіз дозволяє припустити, що сфера діяльності відображається у ставленні особистості до гумору в цілому і як ресурс зокрема.

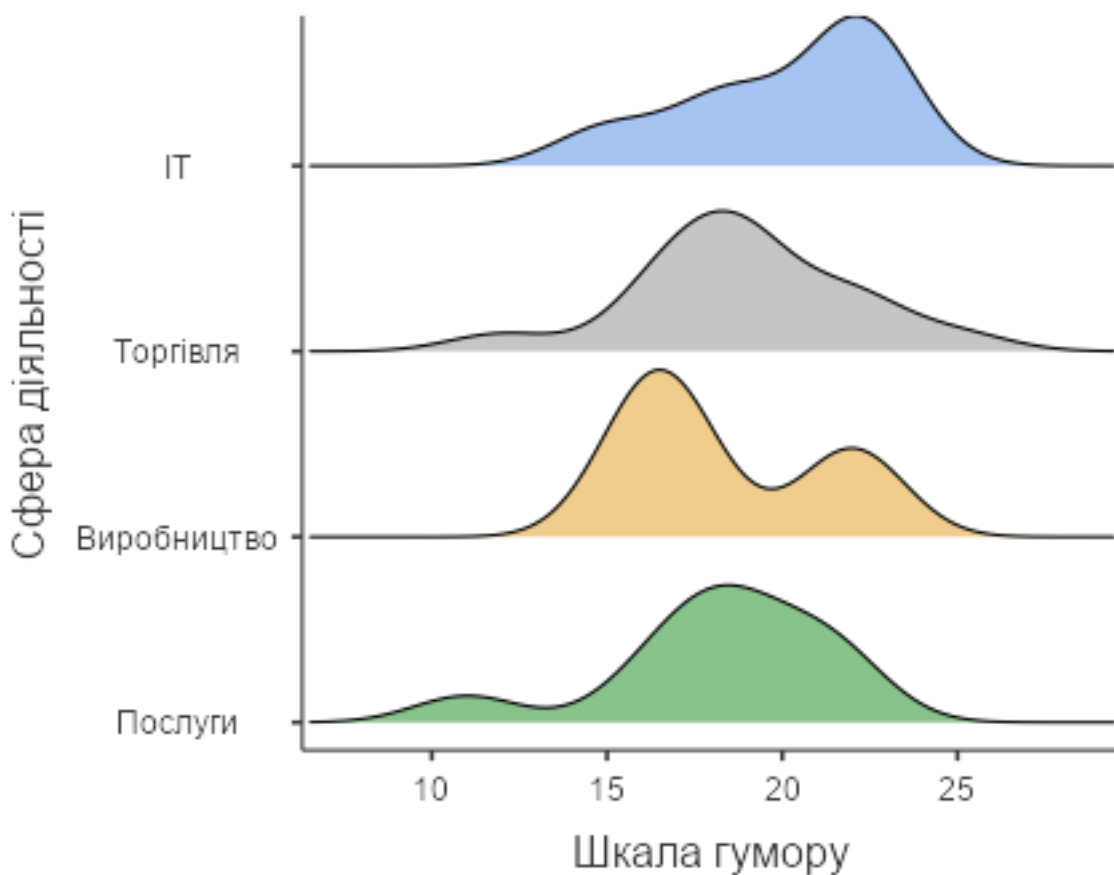


Рисунок 3.2 Діаграма розподілу даних за методом «Шкала використання гумору як ресурс управління стресом» за сферами діяльності

Наступним кроком було вивчення описових характеристик отриманих даних за методологією «Стратегії подолання стресових ситуацій» (SACS), яка використовується для дослідження копінг-поведінки як сукупності когнітивно-поведінкових дій залежно від ситуації. Відповідно до методології визначено такі підшкали, які відповідають моделям поведінки, що розглядаються:

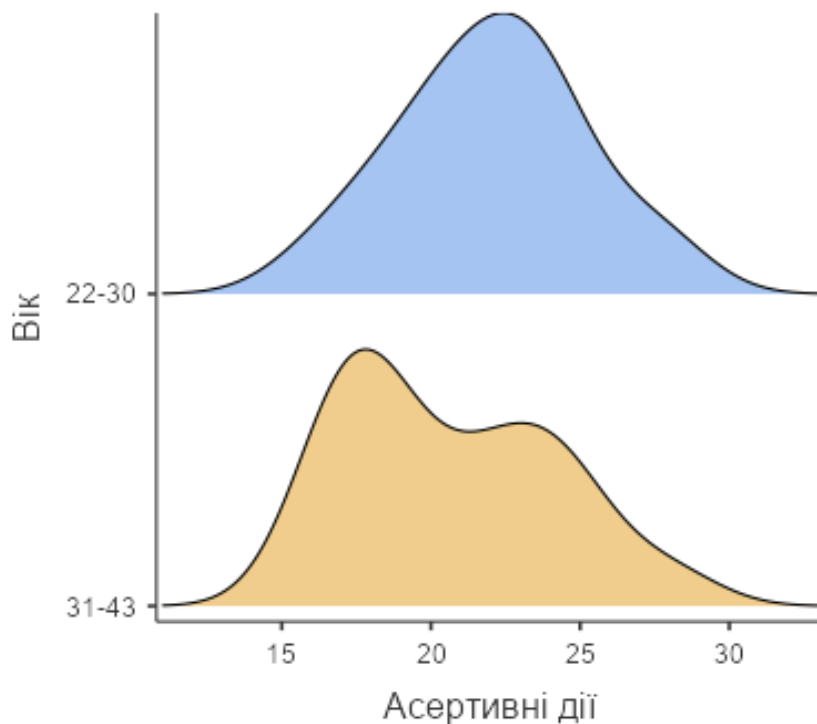
- 1) акти агресивності;
- 2) вступ у соціальний контакт;
- 3) пошук соціальної підтримки;
- 4) превентивні дії;
- 5) імпульсивні дії;
- 6) приховування;
- 7) маніпулятивні (непрямі) дії;
- 8) асоціальні дії;
- 9) агресивні дії.

Також визначається загальний індекс конструктивних стратегій поведінки. Результати за віковими групами наведені в таблиці в додатках.

Для обох вікових груп найвищі значення отримані для перших трьох субшкал, які ми розглянемо детальніше, оскільки вони виявляють типові для респондентів моделі поведінки. Підшкала «Асертивні дії» для групи 22-30 років дала такі результати: середнє арифметичне 22,06 зі стандартним відхиленням 3,115, і за методикою належать до високого рівня (високий рівень 22 і вище).

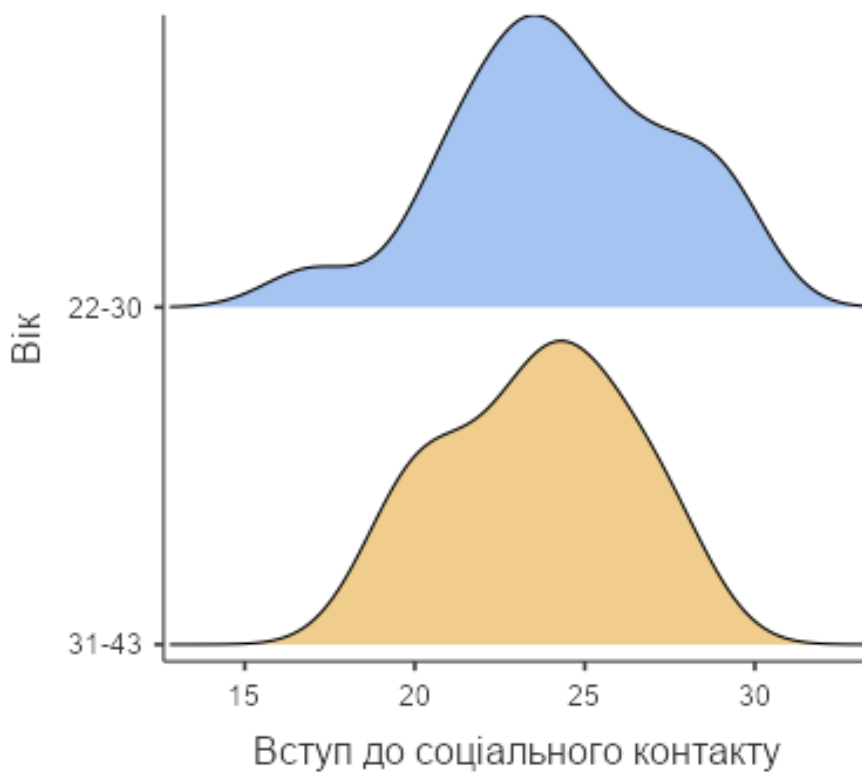
Отже, для респондентів зазначеної вікової категорії ця стратегія є провідною. Для групи 31 - 43 роки: середнє арифметичне 20,65 зі стандартним відхиленням 3,552, вони відповідають середньому рівню прояву за даним дослідженням (за методикою цієї підшкали діапазон середнього рівня становить від 18-22). Можна зробити висновок, що для

респондентів до 30 років потужнішою є асертивна модель поведінки, тобто модель взаємодії, орієнтована на прийняття самостійних рішень і готовність нести відповідальність за наслідки.



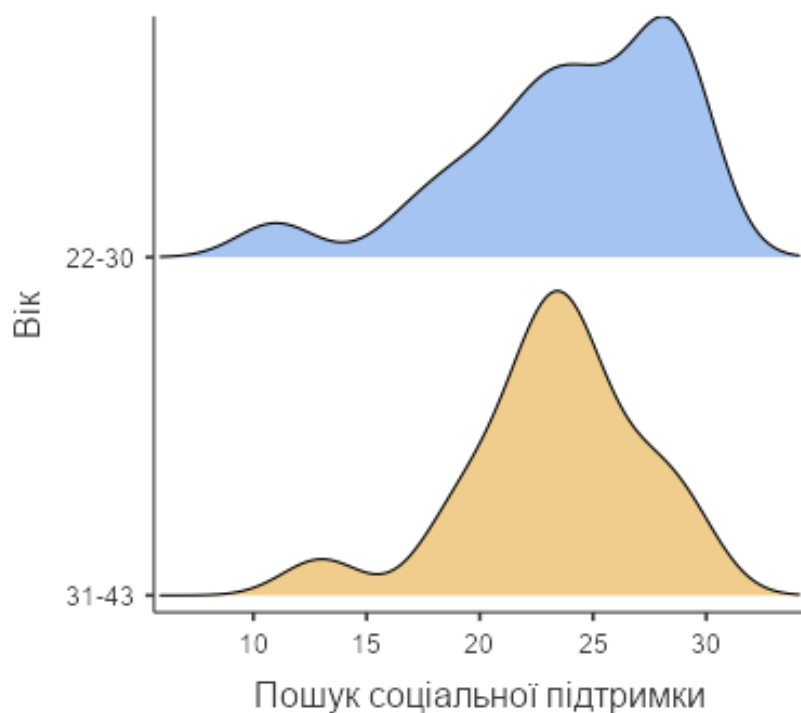
*Рисунок 3.3* Діаграма розподілу даних для підшкали «Асертивні дії» для вікових груп

Підшкала «Приєднання до соціального контакту» для групи респондентів до 30 років має середнє арифметичне значення 24,28 зі стандартним відхиленням 3,232, що вище порівняно з іншою групою. Для респондентів старше 31 року середнє арифметичне становить 23,59 зі стандартним відхиленням 2,694. Слід зазначити, що показники обох груп відповідають середньому рівню (за методикою цієї підшкали діапазон середнього становить від 22 до 25). Ця модель поведінки є просоціальною, тобто стратегія респондентів у стресових ситуаціях здійснюється з використанням соціальних ресурсів.



*Рисунок 3.4* Графік розподілу даних для підшкали «Вступ до соціального контакту» для вікових груп

Підшкала «Пошук соціальної підтримки» для підлітків 22-30 років дала середнє арифметичне значення 24,00 зі стандартним відхиленням 4,935, що знаходиться між середнім і високим рівнем. Для групи 31-43 роки: середнє арифметичне 23,24 зі стандартним відхиленням 3,945, що відповідає середньому рівню (за методикою цієї підшкали діапазон середнього рівня становить від 20 до 24). Проте слід зазначити, що ці показники є найвищими порівняно із значеннями інших субшкал для даної групи, і, як наслідок, є провідними для респондентів віком від 31 до 43 років. Модель «Пошук соціальної підтримки» також є просоціальною поведінковою стратегією, за допомогою якої людина звертається за допомогою та підтримкою до близького кола: родини, друзів для ефективного вирішення проблеми.



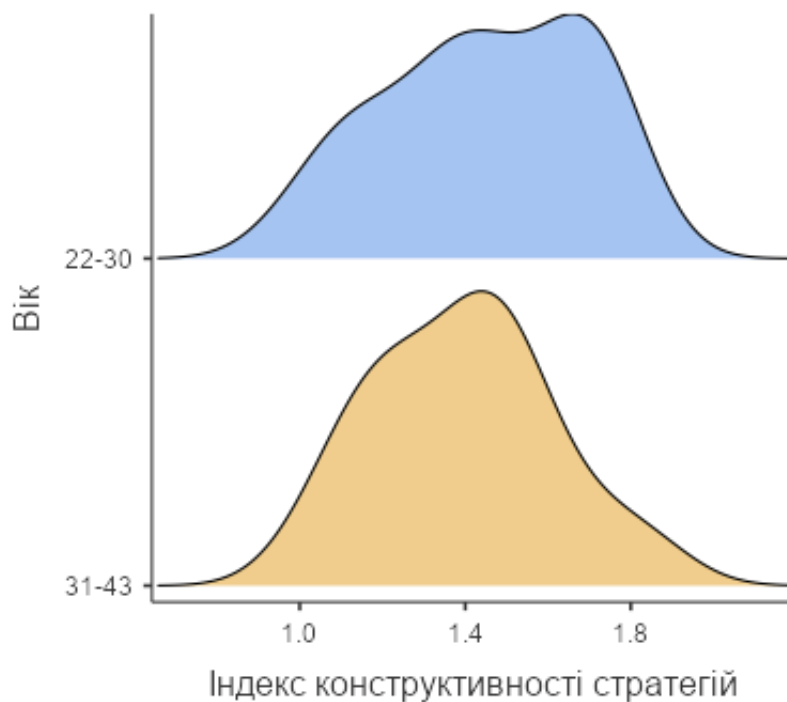
*Рисунок 3.5* Діаграма розподілу даних для підшкали «Звернення до соціальної підтримки» для вікових груп

Так, провідними моделями поведінки у складних життєвих ситуаціях для респондентів віком від 22 до 30 років є «Асертивні дії» та «Пошук соціальної підтримки». Респонденти самомотивовані, мають відповідальність за прийняття рішень, здатні досягати власних цілей, що супроводжується почуттям поваги до власної особистості та емоційно вдячним ставленням до інших. При цьому за потреби дозволяють собі кликати на допомогу власну родину.

Для респондентів до 31 року рівень за всіма трьома підшкалами також досить високий, але провідною є стратегія «Пошук соціальної підтримки», тобто при виникненні стресових ситуацій соціальний ресурс є найважливішим для вирішення проблем та отримання підтримки. . За всіма іншими підшкалами результати відповідали середньому рівню за методикою. Респонденти в певних ситуаціях можуть виявляти ознаки інших

моделей поведінки, але провідними є «Асертивні дії», «Вступ в соціальний контакт», «Пошук соціальної підтримки», які свідчать про те, що переважає активний метод подолання стресу.

«Індекс конструктивності стратегії» для обох груп (вік 22-30 – 1,45, 31-43 – 1,39) відповідає високому рівню (за методикою показники ІК>1,1 – висока конструктивність). Тому для респондентів обох груп характерна конструктивна стратегія, яка полягає в «здоровому» та активному підході, що разом із позитивним використанням соціальних ресурсів підвищує стресостійкість людини.

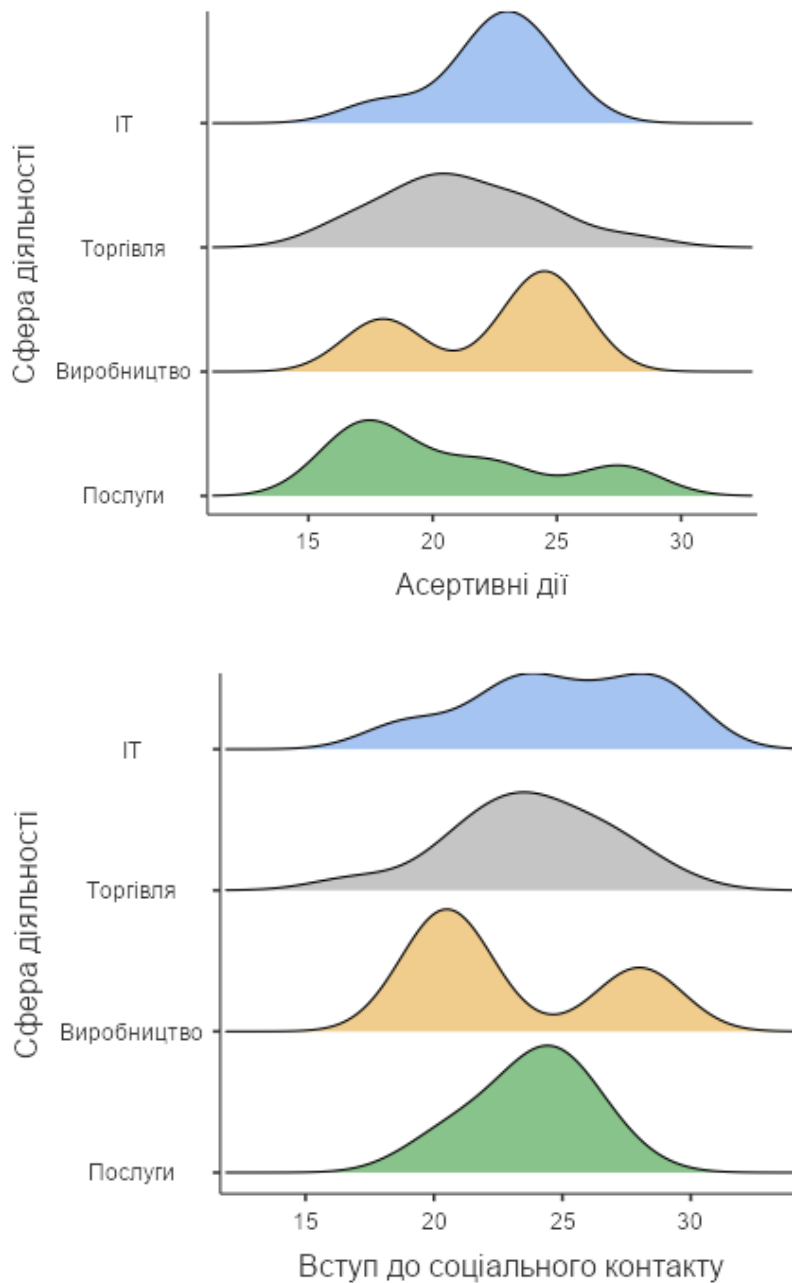


*Рисунок 3.6* Графік розподілу даних за індексом конструктивності стратегій для вікових груп

Подальша увага приділялася вивченню груп даних, поділених за сферами діяльності за виокремленими провідними для досліджуваних підшкал та за сумарним показником. Результати наведені в таблиці в додатку.

Підшкала «Асертивна діяльність» для групи «ІТ-сфера» дала такі дані: середнє арифметичне 22,4 зі стандартним відхиленням 2,23, що свідчить про високий рівень прояву цього показника. Для підшкали «Вступ в соціальний контакт» для даної групи респондентів середнє арифметичне становить 25,0 при стандартному простою 3,65, що відповідає середньому рівню, але на верхньому інтервалі з високим рівнем. Для стратегії «Пошук соціальної підтримки» було отримано середнє арифметичне значення 22,4 зі стандартним відхиленням 5,77, що відповідає діапазону середнього рівня. За цими результатами можна констатувати, що провідною моделлю для респондентів, діяльність яких пов'язана з ІТ-сферою, є перша – модель асертивної поведінки, друга – заклик до соціальних ресурсів при виникненні стресових ситуацій.

Для респондентів групи «Торгівля» середнє арифметичне значення 21,2 зі стандартним відхиленням 3,21 є середнім рівнем прояву для даного дослідження за підшкалою «Асертивні дії». Для підшкали «Входження в соціальний контакт» для даної групи середнє арифметичне становить 23,7 зі стандартним допуском 3,03, що також відповідає середньому рівню. Для моделі поведінки «Шукання соціальної підтримки» отримано середнє арифметичне значення 23,3 зі стандартним відхиленням 3,89, що також знаходиться в середньому діапазоні середнього рівня. Таким чином, для респондентів, які здійснюють підприємницьку діяльність у сфері торгівлі на рівних позиціях (але виявляється на середньому рівні) провідними є як асертивна модель поведінки, так і просоціальні моделі при формуванні конструктивної стратегії поселення.

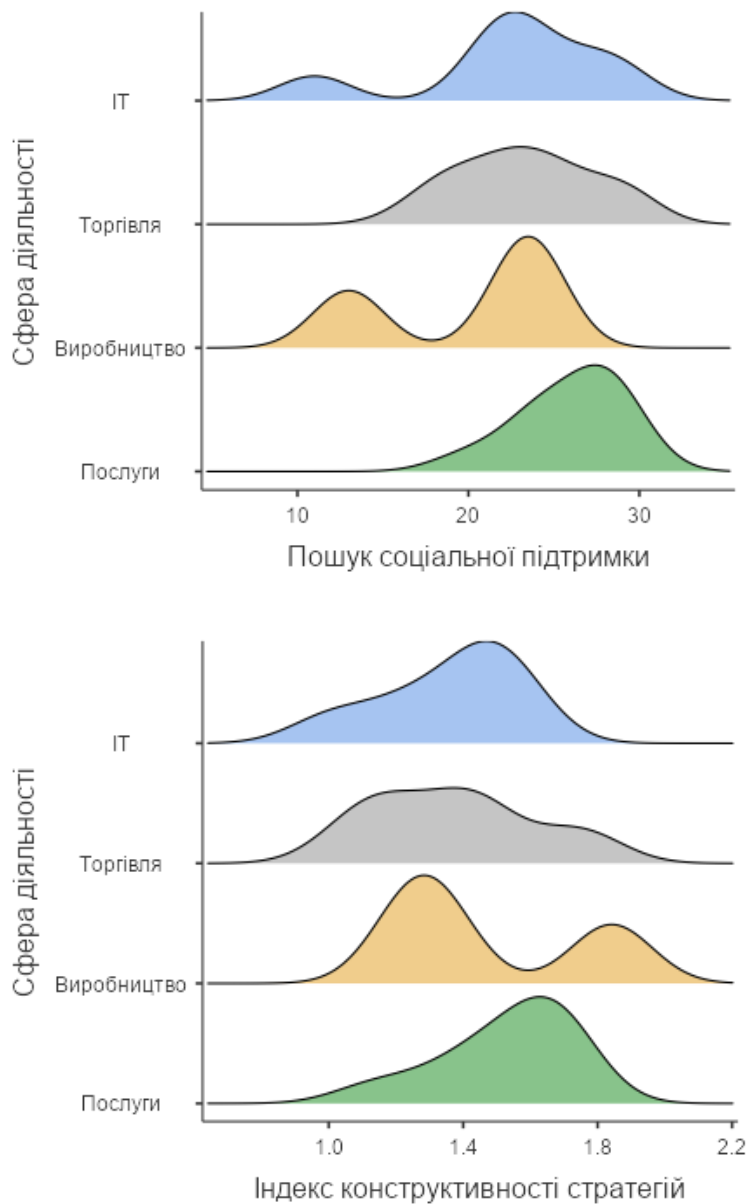


*Рисунок 3.7* Графік розподілу даних для підшкали «Асертивні дії» та «Вступ до соціального контакту» для груп, поділених за сферою діяльності

Для респондентів групи «Промисловість» підшкала «Асертивна діяльність» дала середнє арифметичне значення 22,3 зі стандартним відхиленням 3,79 – вище середнього рівня прояву цього показника, який знаходиться на межі з високим рівнем. На підшкалі «Вступ в соціальний

контакт» для даної групи середнє арифметичне дорівнює 23,0 зі стандартним відхиленням 4,36, що свідчить про середній рівень. Для моделі поведінки «Пошук соціальної підтримки» отримано середнє арифметичне 20,0 при стандартному простоя 6,08, що відноситься до діапазону середнього рівня, але між низькими. Тому для респондентів, чия підприємницька діяльність пов'язана з виробництвом певної продукції, провідною моделлю поведінки є асертивна, що свідчить про високий рівень поведінки особистої відповідальності та вміння власними силами вирішувати проблеми.

Для респондентів групи «Послуги» підшкала «Асертивні дії» дала середнє арифметичне значення 20,6 зі стандартним відхиленням 4,27 – середній рівень прояву цього показника, що знаходиться на межі з високим рівнем. На підшкالی «Вступ в соціальний контакт» для цієї групи середнє арифметичне дорівнює 23,8 зі стандартним відхиленням 2,10, що також свідчить про середній рівень. Для моделі поведінки «Звернення до соціальної підтримки» отримано середнє арифметичне значення 26,0 зі стандартним відхиленням 2,91, що свідчить про високий рівень і свідчить про те, що ця модель є провідною для групи «Послуги». Тобто респонденти, сфера діяльності яких пов'язана з наданням послуг, використовують як основну стратегію просоціальну модель поведінки, яка є активною стратегією подолання стресових ситуацій із залученням соціального ресурсу.



*Рисунок 3.8* Діаграма розподілу даних для підшкали «Пошук соціальної підтримки» та загального показника «Індекс конструктивності стратегії» для груп, поділених за сферами діяльності

Загальний показник «Індекс конструктивності стратегії» отримав такі показники для груп:

- «ІТ-сфера»: ІК=1,36 (провідна стратегія «Асертивні дії»);
- «Торівля»: ІК=1,37 (провідні «Консервативна» та «Просоціальна» стратегії на середньому рівні);
- «Виробництво»: ІК=1,47 (провідною стратегією є «Асертивні дії»);

- «Послуги»:  $IK=1,53$  (провідна просоціальна стратегія).

Загалом для всіх груп значення індексу конструктивної стратегії відповідають високому рівню конструктивності, що полягає в активному підході разом із позитивним використанням соціальних ресурсів, що сприяє підвищенню стресостійкості особистості. Проте найвищі показники у респондентів, діяльність яких пов'язана зі сферою послуг.

Наступним кроком була перевірка нормальності розподілу за критерієм Шапіро-Вілка.

**Таблиця 3.3.**

**Перевірка нормального розподілу за критерієм Шапіро-Вілка**

	Критерій Шапіро- Уїлка	Статистична значущість (p)
Шкала гумору	0.946	0.085
Асертивні дії	0.958	0.199
Вступ до соціального контакту	0.971	0.463
Пошук соціальної підтримки	0.915	0.010
Обережні дії	0.929	0.026
Імпульсивні дії	0.978	0.682
Уникнення	0.935	0.040
Непрямі дії	0.981	0.798
Асоціальні дії	0.902	0.005
Агресивні дії	0.957	0.191
Індекс конструктивності стратегій	0.973	0.528

Результати підтвердили нормальний розподіл серед волонтерів за такими змінними: «Шкала гумору», «Асертивні дії», «Вступ в соціальний контакт», «Імпульсивні дії», «Непрямі дії», «Агресивні дії», «Індекс конструктивних стратегій». При  $p > 0,05$  підтверджується нульова гіпотеза: відсутність відмінностей в емпіричному розподілі в електораті в нормальному. Для всіх інших змінних отримано  $p < 0,05$ , що свідчить про порушення припущення про нормальність.

Для подальшого аналізу використано метод кореляційного аналізу, метод статистичної обробки даних, який передбачає дослідження коефіцієнтів кореляції між змінними з метою встановлення статистичних зв'язків між ними. Оскільки ряд ознак характеризується аномальним розподілом, для кореляційного аналізу використовували коефіцієнт Спірмена.

Таблиця 3.4.

**Коефіцієнт кореляції Спірмена та його статистична значущість**

		Шкала гумору
Пошук соціальної підтримки	Коефіцієнт Спірмена	0.354
	Статистична значущість(p)	0.002

Коефіцієнт Пірсона використовувався для виявлення кореляційних відношень для змінних, для яких встановлено нормальний розподіл.

Таблиця 3.5.

**Коефіцієнт кореляції Пірсона та його статистична значущість**

		Шкала гумору
Асертивні дії	Коефіцієнт Пірсона	0.399
	Статистична значущість(p)	0.002
Вступ до соціального контакту	Коефіцієнт Пірсона	0.368
	Статистична значущість(p)	< 0.001
Агресивні дії	Коефіцієнт Пірсона	-0.208
	Статистична значущість(p)	0.017
Індекс конструктивності стратегій	Коефіцієнт Пірсона	0.342
	Статистична значущість(p)	0.005

Встановлено сильний позитивний зв'язок між рівнем усвідомлення гумору та асертивною моделлю поведінки (коефіцієнт Пірсона 0,399,

$p=0,002$ ), тобто з підвищенням рівня усвідомлення та розуміння гумору як ресурсу рівень асертивності в управлінні стресом покращилося. Це означає, що для людей, яких приваблює найбільш узгоджений спосіб подолання, вони використовують усі можливі ресурси для вирішення проблем, включаючи гумор як засіб самореклами. Тому що гумор дозволяє змінити ваш погляд на стресову ситуацію, виявляючи тим самим підтримуючу функцію.

Існує значний позитивний кореляційний зв'язок між рівнем усвідомлення гумору та стратегією «Приєднання до соціального контакту» (коефіцієнт Пірсона  $0,368$ ,  $p<0,001$ ). Такий зв'язок видається правомірним, оскільки розуміння важливості гумору у налагодженні близьких і дружніх стосунків є необхідною умовою для створення позитивної атмосфери.

Виявили негативну слабку кореляцію між рівнем усвідомлення гумору та моделлю поведінки «Агресивні дії» (коефіцієнт Пірсона  $-0,208$ ,  $p=0,017$ ). Таким чином, рівень агресивної поведінки знижується з підвищенням рівня усвідомлення гумору. Це можна пояснити тим, що гумор виконує функцію емоційного розвантаження під час стресових ситуацій. Слабкий зв'язок можна пояснити тим, що для подолання агресії важливі також здатність до саморегуляції, регуляції власного емоційного стану, індивідуальних особливостей особистості.

Виявлено позитивну змінну кореляцію між рівнем усвідомлення гумору та загальним рівнем конструктивності стратегії (коефіцієнт Пірсона  $0,342$ ,  $p=0,005$ ). Таким чином, із зростанням розуміння гумору як важливого ресурсу подолання стресу зростає загальний рівень конструктивних стратегій особистості. Такий зв'язок можна пояснити тим, що хороша поведінка включає інші компоненти формування ефективних стратегій, а гумор виконує важливу когнітивно-перцептивну роботу механізму толерантності, що призводить до ефективного розряду. Це одна з умов для встановлення продуктивних стосунків із громадою та звернення за

допомогою до інших, здатність налагоджувати позитивні стосунки з громадою, які стають важливим соціальним ресурсом у вирішенні проблемних ситуацій.

### **3.2. Рекомендації щодо використання результатів дослідження у психологічній практиці.**

Зважаючи на складний і багатогранний характер психологічного феномену почуття гумору, і зокрема явища використання людиною гумору як ресурсу стресоподолання, можна відзначити широке коло можливостей практичного використання даних, отриманих у ході нашої роботи.

I. У ході дослідження було з'ясовано, що використовуваний суб'єктом гумор може опосередковано свідчити про психологічні проблеми, які переживає людина. Доречно в цьому контексті пригадати відомий вислів психологів-практиків: „Ми сміємось з того, що нам болить”. Для суб'єктів можуть бути характерні різні стилі звернення до гумору – як толерантний у відношенні до себе та інших, так і агресивний – або до себе, або до інших. У першому випадку йдеться про стилі гумору, що отримали в роботі назву “самопідтримувального” та “афіліативного”, у другому – “самопринизливого” та “агресивного”. Надання переваг у використанні того чи іншого стилю гумору визначається типовими певній людині особистісними рисами та її уявленнями про себе (тобто Я-концепцією), інших та світ взагалі.

Здається цілком перспективним і виправданим для цілей психологічної діагностики встановлення особистісних характеристик та здобуття загальної інформації щодо внутрішньої картини світу респондентів опосередковано, а саме через використання, наприклад, “Опитувальника стилів гумору”. Використання такої методики, на наш погляд, значно зручніша для кінцевої мети психодіагноста, порівняно з ситуацією, коли

респонденту пропонується визнати наявність у його характері певних недоліків, навіть якщо вони є лише суб'єктивно уявленими, як це відбувається при роботі з тестами особистості. Аналогічні переваги надає застосування “Шкали використання гумору як ресурсу стресоподолання” з метою подальшого прогнозування особистісних характеристик, притаманних досліджуваному.

II. Спираючись на той факт, що людина звертається до ресурсних властивостей гумору при реагуванні на стресогенні зовнішні впливи, логічно зробити такий висновок: варто культивувати й розвивати вміння особи жартувати з приводу складних ситуацій та несприятливих життєвих обставин. Тому виправдана й перспективна розробка “тренінгу гумористичних вмінь”. Можливо, він став би частиною тренінгу комунікативних навичок і був би спрямований на розвиток уміння віднайти комічні характеристики, а як наслідок – створити альтернативне бачення психологічно напружених ситуацій. Зауважимо, що такий тренінг повинен мати за мету саме роботу зі значеннями, які суб'єкт надає актуальному для нього комплексу зовнішніх умов. Запропонований підхід задовольнив би вимогу надання переваги людиною зверненню до психологічного подолання, а не механізмів психологічного захисту, адже в умовах впливу стресогенних обставин гумор учасників тренінгу спрямовувався б на ситуацію, а не на себе або інших.

У дійсності, деякі вправи, що вже на сьогодні отримали позитивну оцінку консультантів, є, по суті, частково тренінгом гумористичних вмінь. Розглянемо, наприклад, відому вправу “доведення до абсурду”: в процесі її виконання відбувається маніпуляція зі значеннями, що суб'єкт надає певному комплексу обставин. Розпалення емоцій від нагнітання ситуації логічно змінюється катарсисом, який, між іншим, може супроводжуватись сміхом або усмішкою. У результаті її виконання людина розуміє абсурдність і надуманість власних страхів.

Доречною була б наявність таких вправ у арсеналі, наприклад, менеджера по роботі з персоналом. Їх вчасне застосування допомогло б запобігти розвитку явища професійного вигорання.

Крім усього вищезазначеного, оволодіння учасниками тренінгу гумористичних умінь навичками реагувати на стресогенні впливи жартами та дотепами неагресивного та необразливого змісту принесе їм з часом такі психологічні дивіденди, як зняття напруги, дотримання соціально-прийнятної лінії поведінки, позитивну увагу та схвалення оточуючих.

### **Висновки до розділу 3**

Усвідомлення почуття гумору як важливого ресурсу подолання стресу корисно з точки зору адаптації суб'єкта до несприятливих обставин середовища. Це свідчить про більш повне прийняття та розуміння людини як суб'єкта діяльності. Ці люди намагаються знайти альтернативні рішення в стресових умовах, що підтверджується наявністю інтелектуальних інтересів, аналітичного мислення та відкритості до міжособистісних стосунків та нового досвіду. Вони не страждають від надзвичайної тривожності через неминуче вирішення складних проблем, не схильні до вад причинно-наслідкової атрибуції і водночас характеризуються високим рівнем стресостійкості.

Для всіх підприємців значення індексу конструктивної стратегії відповідають високому рівню конструктивності, що полягає в активному підході разом із позитивним використанням соціальних ресурсів, що сприяє підвищенню стресостійкості особистості. Проте найвищі показники у респондентів, діяльність яких пов'язана зі сферою послуг.

За результатами опитування більш високий рівень розуміння ролі гумору як ресурсу психологічного подолання стресових ситуацій характерний для більш зрілої вікової групи. Можна припустити, що в цьому віці відбувається досягнення емоційної зрілості, досягнення певної стійкості в психологічному аспекті розвитку, формування ресурсів для подолання стресових ситуацій. Набираючись досвіду, підприємці стають здатними вирішувати складніші завдання, використовуючи менше внутрішніх ресурсів.

Усім респондентам властива конструктивна стратегія вирішення складних ситуацій, яка є «здоровим» і активним вирішенням, а разом із позитивним використанням соціальних ресурсів підвищує стійкість людей до стресу. Провідними моделями подолання стресу є «Асертивні дії», «Вступ у соціальний контакт», «Пошук соціальної підтримки», які свідчать про поширеність активного способу подолання стресу. На нашу думку, це є специфікою відбору даного дослідження, оскільки саме підприємці – це люди, які відповідають за результат усіх складових підприємства і мають бути лідерами для інших працівників.

## ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Почуття гумору як багатоцінний психологічний конструкт характеризується стресозахисним потенціалом. Останнє вбачається в захисті суб'єкта від негативних емоцій і станів, виникнення яких викликано переживанням важких життєвих ситуацій. Рівень травматичного впливу ситуації на суб'єкта залежить від його когнітивної оцінки, а саме почуття гумору здатне впливати на нього.

Звертаючись до теорії формування внутрішнього світу людини та виявлення його складових, можна розкрити потенціал почуття гумору як ресурсу подолання стресу. Вивчення ролі гумору, що знімає стрес, дозволяє з'ясувати, як гумор виконує всі заявлені функції: захист від негативних переживань (тривоги, страху, гніву, розчарування, негативної прихильності тощо), зниження значущості психотравмуючих обставин та розвитку ілюзій, підсвідомого протесту, здобуття визнання та поваги з боку значущих інших.

Розуміння ролі почуття гумору як психологічного ресурсу пов'язане з використанням більш конструктивних моделей вирішення складних ситуацій. Провідними моделями управління стресом є «Асертивні дії», «Вхід у соціальний контакт», «Пошук соціальної підтримки», усі ці моделі є конструктивними і свідчать про активну позицію людей у вирішенні питань.

Разом із зростанням розуміння гумору як важливого ресурсу в управлінні стресом зростає загальний рівень конструктивних стратегій людини. Гумор виконує важливу пізнавально-перцептивну роботу механізму толерантності, що веде до ефективною розрядки, є однією з умов встановлення продуктивних взаємовідносин із громадою та пошуку допомоги з боку інших людей.

Провідними моделями поведінки при подоланні складних життєвих ситуацій для респондентів віком від 22 до 30 років є «Асертивні дії» та «Пошук соціальної підтримки». Досліджувані проявляють здатність до самостійності, мають відповідальність за прийняття рішень, спроможні досягати власні цілі, що супроводжується почуттям поваги до власної індивідуальності та емоційно ціннісним ставленням до інших людей. Водночас, при необхідності дозволяють собі звернутись по допомогу до власного оточення.

Для респондентів віком від 31 років також достатньо високий рівень за всіма трьома субшкалами, однак ведучою є стратегія «Пошук соціальної підтримки», тобто при виникненні стресових подій саме соціальний ресурс є найбільш значущим для вирішення проблем та отримання підтримки.

На основі емпіричного дослідження можна констатувати, що сфера ділової діяльності та стаж роботи впливають на рівень усвідомлення гумору як ресурсу подолання стресу та вибір стратегій подолання стресу. Згідно з дослідженням, найвищий показник усвідомлення ролі гумору в процесі вирішення складних ситуацій мають підприємці, які здійснюють свою діяльність у «ІТ-сфері». Вищий рівень розуміння ролі гумору як психологічного ресурсу подолання стресових ситуацій для більш зрілої вікової групи. Можна припустити, що саме у віці старше 30 років відбувається досягнення емоційної зрілості, досягнення певної стійкості в психологічному аспекті розвитку, формування ресурсів для подолання стресових ситуацій.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абабков В.А., Пере М. Адаптация к стрессу. Основы теории, диагностики, терапии.–СПб: Речь.–2004.–166с.
2. Адлер А. Наука жить.–Киев: Port-Royal.–1997.–287с.
3. Аргайл М. Психология счастья / Юмор и смех.–СПб.: Питер, 2003.
4. Балл Г. До обґрунтування раціогуманістичного підходу у психології // Психологія і суспільство.–2004.–№4.–С.60-74.
5. Бернс Р. Развитие Я-концепции и воспитание: Пер. с англ.–М.: Прогресс, 1986.–422с.
6. Бехтерева Н.П. Мозговые коды психической деятельности.–Л.: Наука, 1977.–65с.
7. Бодров В.А. Роль личностных особенностей в развитии психологического стресса / Психические состояния: под ред. Л. В. Куликова.–СПб: Питер, 2000.–С.448-454.
8. Борев Ю.Б. Комическое или о том, как смех казнит несовершенство мира, очищает и обновляет человека и утверждает радость бытия.– М.: Искусство, 1970.–272с.
9. Варбан Є.О. Стратегії і прийоми психологічного подолання життєвих криз особистості // Практична психологія та соціальна робота.–2017.– №8.–С.7-9/№9.–С.12-14.
- 10.Верхолаз В.І. Почуття гумору як адаптаційний ресурс особистості: Випускна робота бакалавра психології.–Дніпропетровськ: ДНУ, 2018.
- 11.Виноградова Л.В. Когнітивні аспекти суб'єктивного відображення емоційно важких життєвих ситуацій. Автореф. дис. канд. псих. наук.—Київ, 2017. Гринберг Д. Управление стрессом.–СПб.: Питер, 2007.–496с.

12. Вильсон Г. Психология артистической деятельности: Таланты и поклонники / Пер. с англ.–М.: «Когито-Центр», 2006.
13. Гринберг Д. Управление стрессом.–СПб.: Питер, 20016.
14. Грисенко Н.В. Впевненість у собі як предмет психологічного дослідження: Випускна робота магістра психології.– Дніпропетровськ: ДНУ, 2018.
15. Дарвин Ч. О выражении эмоций у животных и человека.–М.: Издательство иностранной литературы, 1962.–324с.
16. Дмитриев А.В. Конфликтология.–М.: Гардарики, 2001.–320с.
17. Ермолаева А.Ю., Фукин А.И. Особенности копинг-стратегий малых предпринимателей торгового бизнеса // Психологические науки. - 2019.-№5- С. 143-145
18. Журавлев А.Л. Психологические факторы физического и психического здоровья человека // Психологический журнал.–2014.– Т.25.–№3.–С.107-117.
19. Журбин В.И. Понятие психологической защиты в концепциях З.Фрейда и К.Роджерса // Вопросы психологии.–№4.–1990.–С.14-22.
20. Зайва О.О. Особистісні детермінанти виявлення почуття гумору // Тези доповідей Четвертої Міжнародної конференції молодих науковців на тему: проблема особистості в сучасній науці.–Київ: Київський університет, 2018.–С.155-157.
21. Зайва О.О. Почуття гумору як проміжний етап на шляху вибору адекватної долаючої стратегії // Збірник наукових праць Інституту психології ім. Г. С. Костюка АПН України / За ред. Максименка С.Д.– К.: 2009.–Т. 5.–Ч.6.–С.102-107.
22. Зайвая О.А. Проявление чувства юмора как формы психологической защиты // Четверта Міжнародна молодіжна науково-практична конференція „Людина і космос” присвячена пам’яті академіка М. К. Янгеля.–Дніпропетровськ: НЦАОМУ, 2006.–С.447.

- 23.Козинцев А.Г., Бутовская М.Л. О происхождении юмора // Этнографическое обозрение.–1996.–№1.–С.49-53.
- 24.Кроник А.А., Кроник Е.А. В главных ролях: Вы, Мы, Он, Ты, Я.–М.: Мысль, 1989.–204с.
- 25.Лантух І.В. Дослідження індивідуальних поведінкових моделей подолання стресових ситуацій суб'єктів підприємницької діяльності з різним рівнем особистісної надійності // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Психологія.- 2018.- №2- С 84-94
- 26.Лук А.Н. О чувстве юмора и остроумии.–М.: Искусство, 1968.–268с.
- 27.Лук А.Н. Юмор, остроумие, творчество.–М.: Искусство, 1977.–177с.
- 28.Маслоу А. Новые рубежи человеческой природы.–М.: Смысл, 2011.–431с.
- 29.Мошенська Л.В. Психологічні захисти і несвідоме // Практична психологія та соціальна робота.–2008.–№5.–С. 11-13.
- 30.Мусийчук М.В. О сходстве приемов остроумия и механизмов построения парадоксальных задач // Вопросы психологии.–2003.–№6.–С. 99-105.
- 31.Рубинштейн С.Л. Основы общей психологии в 2-х томах.–М.: Педагогика, 1989. –Т.2.–328с.
- 32.Торчинская Е.Е. Роль ценностно-смысловых образований личности в адаптации к хроническому стрессу // Психологический журнал.–2017.–Т.22.–№2.–С.27-35.
- 33.Франкл В. Человек в поисках смысла.–М.: Прогресс, 1990.–368с.
- 34.Фрейд З. Остроумие.–Донецк: Сталкер, 1999.–352с.
- 35.Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному.–Донецк: Сталкер, 2015.–349с.
- 36.Фурман В. Пантюхіна Ю. Психологічні аспекти стресу у діяльності підприємця-початківця // Науковий вісник Миколаївського

національного університету ім. В.О. Сухомлинського. - 2018.-№2- С. 75-85

37. Abel M. Humor, stress and coping strategies // *Humor: International Journal of Humor Research*.—2002.—Vol.4.—№15.—P.365-381.
38. Antonopolou E. Humor theory and translation research: proper names in humorous discourse // *Humor: International Journal of Humor Research*.—2004.—Vol.17.—№3.—P.219-255.
39. Bowers R., Smith P.S. Wit, humor and Elizabethan coping: Sir John Harington and The Metamorphosis of Ajax // *International Journal of Humor Research*.—2008.—Vol.17.—№3.—P.181-218.
40. Carver C.S. You want to measure coping but your protocol's too long: Consider the Brief COPE // *International Journal of Behavioral Medicine*.—1997.—Vol.4.—№1.—P.92-100.
41. Colom, G. G., Alcover, C. T., Curto, C. S., & Zarate-Osuna, J. (2011). Study of the effect of positive humour as a variable that reduces stress. Relationship of humour with personality and performance variables Retrieved September, 2020,  
<http://www.psychologyinspain.com/content/full/2011/15002.pdf>
42. Cramer P. Defense Mechanisms in Psychology Today. Further Processes for Adaptation // *American Psychologist*.—2000.—Vol.55.—№6.—P.637-646.
43. Fritz, H. (2020, June 01). Coping with caregiving: Humor styles and health outcomes among parents of children with disabilities. Retrieved September, 2020,  
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S089142222030130X>
44. Fujiwara, Y., & Okamura, H. (2018, December 21). Hearing laughter improves the recovery process of the autonomic nervous system after a stress-loading task: A randomized controlled trial. Retrieved October, 2020, <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC6302464/>

45. Labbot S.M., Martin R.B. The stress-moderating effects of weeping and humor // *Journal of Human Stress.*—1987.—№13.—P.159-164.
46. Martin R.A. Humor, laughter and physical health: Methodological issues and research findings // *Psychological Bulletin.*—2001.—№127.—P.504-519.
47. Martin R.A., Kuiper N.A., Olinger L.J., Dance K.A. Humor, coping with stress, self-concept, and psychological well-being // *Humor: International Journal of Humor Research.*—2006.—№6.—P.89-104.
48. Newman, M., & Stone, A. (1996, June 01). Does humor moderate the effects of experimentally-induced stress? Retrieved November, 2020, from <https://academic.oup.com/abm/article/18/2/101/4631267>
49. Ostrower Ch. Humor as a Defense Mechanism in the Holocaust // <http://web.macam98.ac.il/~ochayo/>, 28.01.2005.
50. Porterfield, A. (2004, August 31). Does sense of humor moderate the impact of life stress on psychological and physical well-being? Retrieved November, 2020, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0092656687900134>
51. Radomska A. Age differences in the children's preferences of humor // *The VIIth European Conference on Developmental Psychology.*—Rennes.—1997.—P.2-5.

## ДОДАТКИ

### Додаток А

«Шкала використання гумору як ресурсу стресоподолання» (The Coping Humor Scale, далі – CHS), Rod Martin

Інструкція:

Етот опросник досліджує то, як ви виражаєте і відчуваєте юмор. Очевидно, що люди очень отличаются в этом отношении и поэтому на представленные вопросы не может быть правильных или неправильных ответов. Ниже вы найдете список из семи утверждений. Перед каждым предложением есть место – пожалуйста, укажите, насколько вы согласны или не согласны с утверждением.

Сделайте это путем выбора цифры от 1 до 4, используя следующую шкалу:

1 = полностью не согласен

2 = скорее, не согласен

3 = скорее, согласен

4 = полностью согласен

\_\_\_ 1. Когда у меня проблемы, я часто теряю чувство юмора.

\_\_\_ 2. Я не раз обнаруживал, что у меня становится гораздо меньше проблем, если я пытаюсь найти в них что-то смешное.

\_\_\_ 3. Когда я попадаю в напряженную ситуацию, я обычно пытаюсь

подойти к ней юмористически.

\_\_\_ 4. Должен признать, что моя жизнь, возможно, стала бы легче, если бы я обладал большим чувством юмора.

\_\_\_ 5. Я часто чувствовал, что попадая в ситуацию, о которой говорят: «хоть плачь, хоть смейся», лучше засмеяться.

\_\_\_ 6. Я обычно найду, над чем пошутить или посмеяться, даже если я в достаточно тяжелой ситуации.

\_\_\_ 7. Из своего личного опыта я знаю, что юмор – это очень эффективное средство справляться с проблемами.

Підрахування балів: зворотні твердження 1 та 4, потім підрахувати суму балів по всім семи твердженням.

Додаток Б

**Описові статистики за методикою «Стратегії подолання стресових ситуацій» (SACS)**

	Група	Кількість	Середнє	Медіана	Стандартне відхилення
Асертивні дії	22-30	18	22.06	22.00	3.115
	31-43	17	20.65	20.00	3.552
Вступ до соціального контакту	22-30	18	24.28	24.00	3.232
	31-43	17	23.59	24.00	2.694
Пошук соціальної підтримки	22-30	18	24.00	24.50	4.935
	31-43	17	23.24	24.00	3.945
Обережні дії	22-30	18	20.44	21.50	3.634
	31-43	17	19.76	21.00	4.549
Імпульсивні дії	22-30	18	15.94	16.00	3.903
	31-43	17	16.94	18.00	3.960
Уникнення	22-30	18	15.61	15.50	3.109
	31-43	17	15.59	16.00	3.083
Непрямі дії	22-30	18	18.17	18.50	4.805
	31-43	17	18.71	18.00	3.118
Асоціальні дії	22-30	18	16.72	16.00	4.322

	Група	Кількість	Середнє	Медіана	Стандартне відхилення
Агресивні дії	31-43	17	16.06	15.00	4.175
	22-30	18	17.17	17.00	5.182
Індекс конструктивності стратегій	31-43	17	17.53	16.00	5.222
	22-30	18	1.45	1.47	0.243
	31-43	17	1.39	1.43	0.216

#### Додаток В

### Описові статистики за методикою «Стратегії подолання стресових ситуацій» (SACS)

	Сфера діяльності	Асертивні дії	Вступ до соціального контакту	Пошук соціальної підтримки	Індекс конструктивності стратегій
Кількість	ІТ	7	7	7	7
	Торгівля	15	15	15	15
	Виробництво	3	3	3	3
	Послуги	10	10	10	10
Середнє арифметичне	ІТ	22.4	25.0	22.4	1.36
	Торгівля	21.2	23.7	23.3	1.37
	Виробництво	22.3	23.0	20.0	1.47
	Послуги	20.6	23.8	26.0	1.53

	Сфера діяльності	Асертивні дії	Вступ до соціального контакту	Пошук соціальної підтримки	Індекс конструктивності стратегій
Медіана	ІТ	23	25	23	1.43
	Торгівля	21	24	23	1.38
	Виробництво	24	21	23	1.33
	Послуги	19.0	24.5	27.0	1.59
Стандартне відхилення	ІТ	2.23	3.65	5.77	0.206
	Торгівля	3.21	3.03	3.89	0.238
	Виробництво	3.79	4.36	6.08	0.326
	Послуги	4.27	2.10	2.91	0.192