

особистісних та суспільних ціннісних орієнтацій, моральних установок, рівнем громадянської та політичної активності особистості. Ми не можемо говорити про присутність чи відсутність цієї ідентичності у людини, але можемо судити про те на скільки вона є вираженою, в чому себе проявляє та як впливає на її життя.

Список використаних джерел

1. Баклушинский С.А. Развитие представлений о понятии социальная идентичность// Этнос. Идентичность. Образование: труды по социологии образования/ Под ред. В.С. Собкина. М. – 1998
2. Гнатенко, П.И. Идентичность: Философский и психологический анализ / П. И. Гнатенко, В. Н. Павленко. – К.: [б.и.], 1999. – 463 с.
3. Дробижева Л. М. Идентичность и этнические установки русских в своей и иноэтнической среде // Социологические исследования. – 2010. – № 12. – С. 49-58.
4. Євтух В.Б. // «Етнічність: енциклопедичний довідник». Нац. пед. ун-т ім. М.П. Драгоманова, Центр етноглобалістики. – К.: «Фенікс», 2012. – 396 с
5. Зайцева Ю., Прокоф'єва О. О., Прокоф'єва О. А. Компоненти громадянської ідентичності та особливості їх розвитку. Психологічний журнал: Науковий огляд Інституту психології ім. Г. С. Костюка Національної академії педагогічних наук України// Психологічний часопис № 5 (9) 2017 № 5 (9) 2017
6. Заковоротная М. В. Идентичность человека. Социально-философские аспекты / М. В. Заковоротная ; отв. ред. Е. Я. Режабек. – Ростов н/Д : Изд-во Сев.-Кавказ. науч. центра высш. шк., 1999. – 161 с.
7. Заступова І.В. Формування громадянськості школярів у діяльності класного керівника: Дисс. Канд. пед. наук.- Самара, 2007. – 183с.
8. Михайлова О.Ю. Громадянськ ідентичність у дискурсі української блогосфери (2005-2015 рр.): політико-аксіологічний вимір: автореф. дис. канд. політ. наук : 23.00.03 / Михайлова Ольга Юрійвна ; Нац. пед. ун-т ім. М. П. Драгоманова. – Київ, 2016. – 19 с.
9. Петровська І. Р. Громадянська ідентичність як тип організаційної ідентичності / І. Р. Петровська // Проблеми сучасної психології: Збірник наукових праць Національного університету ім. Національної академії педагогічних наук України / С. Д. Максименко, Л. А. Онуфрієва. – Випуск 39. – Кам'янець-Подільський: Аксіома, 2018. – Р. 244-256
10. Хазратова Н.В. «До питання про психологічну природу громадянської ідентичності та її динаміку»-стаття// педагогічний процес: теорія і практика (серія: психологія) № 3 (54), 2016
11. Шнейдер Л. Б. Профессиональная идентичность: теория, эксперимент / Л. Б. Шнейдер. – М.: Изд-во Моск. психол.-социал. ин-та, 2004. – 600 с.
12. Эриксон Э. Детство и общество / Эрик Эриксон. – СПб.: Летний сад, 2000. – 416 с.

УДК 159.942

**Шпак Елизавета Юрьевна**

*Киевский университет имени Бориса Гринченко*

Научный руководитель: Сорокина Елена Анатольевна, кандидат психологических наук, доцент

*Киевский университет имени Бориса Гринченко*

### **ИРОНИЯ: ПРОБЛЕМЫ ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

*В данной статье предпринята попытка проследить взаимосвязь толкования категории иронического в философии и психологии. Представлен анализ дефиниций в различных психологических течениях. Определены сложности, препятствующие широкому психологическому исследованию иронии.*

*Ключевые слова: ирония, виды иронии, юмор*

Ирония выступает многоаспектным феноменом, в котором пересекаются различные сферы гуманитарного знания: философии, психологии, лингвистики, культурологии. Поэтому каждая из перечисленных наук представляет свою концепцию категории иронического и предлагает инструментарий для ее исследования. Важность психологического определения иронии состоит в необходимости более глубокого понимания функций, которые выполняет ирония в сфере социального взаимодействия людей. Кроме этого, недостаточно изученной остается эффективность использования иронии в качестве механизма психологической защиты. Вопрос о самоиронии как способе сохранения внутреннего баланса остается открытым. Но прежде чем преступить к проблеме непосредственного изучения иронии, необходимо уточнить особенности толкования сущности иронии в рамках научной психологии. Поэтому целью статьи является установление преемственности понимания иронии в философии и психологии, а также анализ толкования иронии представителями различных психологических школ.

Ирония – сатирический приём, в котором истинный смысл скрыт или противоречит (противопоставляется) явному смыслу [1]. В древнегреческой философии выделялись следующие ее виды. Комическая ирония – насмешка над миром, которая противопоставляет необходимости мира (природной, социальной или моральной) свободную игру воображения. Обычно, эта ирония сопровождается доброжелательным юмором (если есть симпатия к миру), или злым (если доминирует антипатия). Сатирическая ирония – высмеивание с целью «бичевания пороков». В отличие от сатиры, ироническое высмеивание, во-первых, имеет иную цель, нежели исправление социальных пороков, а во-вторых, ориентировано не на социально типическое, а на духовно-идеализированное. Трагическая ирония – обманчивая видимость мира с драматическими последствиями. Личность оказывается жертвой самообмана и обстоятельств, ведущих к результату, прямо противоположному ее намерениям. При этом сохраняется симпатия к миру. Нигилистская ирония – поругание, которому подвергается мир, человек или его ценности. Так же не принимается мир и не оправдываются надежды личности. Личности, которые используют этот вид иронии, часто разочарованы и не согласны с определенными событиями, явлениями, людьми и для

выражения этого используют цинизм и бунт. Скептическая ирония – недоверие субъекта к реальности или самому себе, которое предполагает неясность, неопределенность положения личности и понимание неустойчивости, зыбкости мира или системы ценностей. Сомнение – более мягкое отношение, нежели радикальное отрицание нигилистской иронии. Такие люди недоверчивы и подозрительны, им очень сложно сформировать свое мнение о себе и об окружающих, так как ими постоянно овладевают внутренние конфликты в виде сомнений. Абсолютная или радикальная ирония – «дух беспорядка», характеризуется искусственной легкостью восприятия и отношения к жизни. Такие личности склонны обесценивать и высмеивать системы ценностей, мораль, общественные и религиозные рамки, таким образом стремясь к «свободе» [1].

В эпоху античности ирония была одним из видов диалога, описанием которого занимались такие мыслители как: Аристотель, Аристон, Софокл, Теофраст, Сократ и другие. Ирония Софокла направлена на выявление неверных причинно-следственных связей, случайностей, абсурдных ситуаций, стечений обстоятельств. Его интересовало отсутствие совпадений между индивидуальными намерениями и результатом. Он предполагал неверный, хаотичный ход вещей. Софокл считал, что субъект является жертвой обстоятельств [2]. Сократ, в отличие от Софокла, был приверженцем более субъективного взгляда на иронию. Он использовал иронию в своих диалогах ради достижения истины. Если его собеседник был глуп, то Сократ ставил диалог так, чтобы в конечном итоге вдохновить собеседника к жажде знаний. Ирония Сократа возвышает субъект над миром, умышленно принижая себя в его глазах. Этот метод называют майевтикой [3]. Платон говорил о иронии как о самом лживом процессе, считая ее не просто ложью, а ложью ради выгоды [4]. Аристотель в своих трудах проводит черту между иронией и хвастовством. Ирония, с его точки зрения, – это преуменьшение своих заслуг, ради прозрения других, хвастовство же – наоборот. Позже теорию иронии Аристотеля будет опровергать Г. Гегель, считая ее негативной диалектикой, которая является отрицанием правды и уводит в ложное понимание и восприятие, руководствуясь тем, что ложь не может привести к истине [5].

В средние века ирония чаще употреблялась в народной смеховой культуре. Ирония, как элемент «смехового мира» противостояла религиозным догмам, морали, аскетизму. Ирония была попыткой освобождения светского и плотского начал. Носителями иронии зачастую были ваганты, бродяги, клирики. Ирония была оружием терпимости и свободы, фанатики и ортодоксы пользовались ею редко [6].

Новое время несколько изменило понимание иронии. Писатель и философ XVII века К. Шлегель призывал к иронии везде, где есть результат, потому что считал его конечной точкой, после которой пропадают стремления. Он описывал иронию как метод разностороннего мышления, исключающее догматизм [7]. С. Кьеркегор, как основоположник экзистенциализма, выделял иронию как способ жизни, называя его иронически-рефлексивным. Таким мировосприятием обладали эстеты, больше направленные на себя, нежели этики, которые были направлены на общество. Согласно С. Кьеркегору, эстеты – это люди, для которых никакие ценности не являются более важными, чем другие. Эстет не видит в мирских делах особой важности, он внутренне дистанцируется от мира, осознавая, что все равноценно, без различий [8].

В конце XIX века Ф. Ницше предложил свое понимание иронии: он считал, что человек прибегает к иронии от страха и бессилия перед своим будущим, которое ему неизвестно. С его точки зрения, человек XIX века был восхищен и одновременно растерян от стремительности научно-технического прогресса, что вызывает у него сильный внутренний диссонанс. Свои взгляды на иронию, возникающую от стечения обстоятельств и судьбы, Ф. Ницше унаследовал от А. Шопенгауэра, который очень повлиял на становление его философских концепций. Ф. Ницше говорил о том, что человек должен сам руководить и быть властелином своей судьбы, и тот, кто боится этого, использует иронию, так как не может справиться с угнетающими мыслями о своем будущем. Человек иронизирует для того, чтобы из истинного страха (негатива) сделать мнимую уверенность или безразличие (позитив), тем самым перенося свои переживания и страхи на неопределенное время. В следующей цитате отображено отношение Ницше к иронии: «Привычка к иронии, как и к сарказму, портит характер, она придает ему постепенно черту злорадного превосходства: под конец начинаешь походить на злую собаку, которая, кусаясь, к тому же научилась и смеяться» [9, с. 372].

Психологическую трактовку иронии предложили представители психоанализа. З. Фрейдом, выдвинувшим теорию о бессознательных процессах, юмор, а в частности ирония, причислялась к защитным механизмам психики. В своей работе «Остроумие и его отношение к бессознательному» он говорит об иронии как о виде сублимации, то есть о возможности достижения своей цели косвенно. Когда у человека возникает недопустимое желание или намерение, которое формируется в «Ид», то «Супер-Эго» блокирует его и переводит в допустимый, морально-приемлемый вид. Часто в таких случаях поведение человека является смягченным или противоположным истинным намерениям и желаниям. Этот защитный механизм необходим для смягчения внутреннего конфликта, который возникает на пересечении «Ид» и

«Супер-Эго». В противном случае, человек либо покажет себя в социально неприемлемом положении, либо у него возникнет невроз [10]. Последователь З. Фрейда К.Г. Юнг считал, что ирония имеет архаико-мифических начало. То, что З.Фрейд называл «Ид», К. Юнг считал Тенью, описывая ее в своей теории архетипов как тайное, скрытое, болезненное, злое. Он говорил, что благодаря иронии человек может скрывать свои истинные мотивы, желания, которые и составляют Тень личности [11]. А. Адлер, основываясь на своей теории индивидуальности, настаивал на том, что характер человека формируется под воздействием комплекса неполноценности. Он утверждал, что ирония – это одна из форм проявления власти над другими (высмеивание, унижение, цинизм) [12].

Представители бихевиорального направления, начавшие свою деятельность в один период времени с психоаналитиками, стремительно развивали свои теории, основываясь на изучении поведения как единственного проявления психики. Дж. Роттер выделял 5 «техник», одна из которых – агрессивная поведенческая реакция – могла проявляться как реальная физическая агрессия, но могла принимать и символическую форму в виде иронии, критики, насмешки, интриги, направленных против интересов другого человека [13].

Советская психология, разрабатывая деятельностную парадигму психики, важное место уделяла процессам формирования личности. В формировании характера, с точки зрения Б. Г. Ананьева, определенную роль играют и особенности чувств человека. Уровень развития и характер нравственных, эстетических и интеллектуальных чувств, с одной стороны, зависят от характера деятельности и общения человека и от формирования на этой основе свойств характера, и прежде всего коммуникативных свойств. С другой стороны, сами эти чувства становятся характерными, устойчивыми особенностями личности, включаясь, таким образом, в структуру личности. Уровень развития моральных чувств характеризует человека не в меньшей мере, чем склад его ума. То же самое относится и к таким сложным комплексным чувствам, как чувство юмора, иронии [14].

В середине XX века оспорить ортодоксальный психоанализ и жесткость бихевиоризма, решились представители гуманистической и экзистенциальной психологии. В своих исследованиях они убедительно показали, что разница между личностной нормой и патологией заключается в уровне принятия человеком себя таким. Таким же важным качеством является умение личности принимать решения, беря за них ответственность. Ирония, по их мнению, а не является внутренней сутью личности, а служит лишь внешним образом, к которому он прибегает человек ради утаивания своей аутентичности. С помощью иронии человек может воспринимать себя и мир в искаженном (слишком позитивном или слишком негативном) виде. Такая личность боится осознать подлинный порядок вещей здесь и сейчас, и посредством иронии создает иллюзию реальности. Ирония, таким образом, рассматривается как противоположность воле к смыслу [15].

Современная психология чаще рассматривает иронию как метод психологической защиты. Ирония, как форма юмора, является эффективным средством преодоления кризисных состояний личности. Это отражение значимости объектов и ситуаций, действующих на личность, обусловленных отношением их объективных свойств к потребностям субъекта. Важнейшее свойство юмора, и иронии в частности, – способность производить эмоциональное отстранение. Другим значимым качеством юмора является способность ослаблять напряжение, как в структуре одной личности, так и в процессе межличностного взаимодействия [16].

Таким образом, современная психология в самом широком значении поддерживает преемственность философского понимания иронии как определенной формы отношения и взаимодействия человека с миром. Представители различных психологических школ по-разному трактуют функцию иронии: психоаналитики как механизм психологической защиты, бихевиористы как поведенческие, чаще символические, агрессивные паттерны; представители гуманистических течений видят в иронии способ сохранения личностью внутреннего равновесия и достаточно взвешенного отношения к внешним воздействиям.

Дальнейшие исследования планируем посвятить изучению личностных особенностей людей, которые часто используют иронию. Не исключаем, что этот механизм психологической защиты оказывает специфическое негативное влияние на саму личность, снижая эффективность ее взаимодействия с окружающими. Затрудняет исследование отсутствие валидного психодиагностического инструментария для измерения проявлений иронии, а также фрагментарность и ограниченность имеющихся публикаций.

#### Список использованных источников

1. Пигулевский В.А. Ирония и вымысел: от романтизма к постмодернизму. Ростов-на-Дону: "Фолиант", 2002. 418 с.
2. Софокл. Царь Эдип. М.: «Азбука», 2014. 384 с.
3. Мапельман В.М., Пенькова Е.М.. История философии. Сократ. Его жизнь и деятельность. Биографический очерк. М.: ПРИОР, 1997. 464 с.
4. Платон. Федон. // Философское наследие. Собрание сочинений в 4 т. Т. 2. М.: Мысль, 1993.
5. Аристотель. Риторика. М.: «Азбука», 2014. 320 с.
6. Пивоев В.М. Ирония как феномен культуры, Петрозаводск: Издательство Петрозаводского государственного университета, 2000. 104 с.

7. Епанчинцев В.В. Ирония Фридриха Шлегеля как эстетико-философский проект. М.: Искусство, 1983. 479 с.
8. Кьеркегор С. О понятии иронии: пер. с дат. А. Коськовой, С. Коськова // Логос. 1993. № 4. С. 179
9. Ницше Ф. Человеческое слишком человеческое. Книга для свободных умов. М.: «Азбука-Аттикус», 2012. 384 с.
10. Фрейд З. Остроумие и его отношение к бессознательному. М.: «АСТ» 2009. 320 с.
11. Юнг К.Г. Человек и его символы. М.: «Серебряные нити». 2013. 352 с.
12. Адлер А. Индивидуальная психология как путь к познанию и самопознанию человека. М.: «Когито-Центр». 1926. 6 с.
13. Роттер Дж. В. Родственники личного контроля: локус контроля, самоэффективности и стиля объяснения / Прикладная и профилактическая психология, №1, С. 127-129.
14. Ананьев Б.Г. Стрoение характера / Психология индивидуальных различий. Тексты. Хрестоматия по психологии / Под ред. Ю.Б. Гиппенрейтер, В.Я. Романова. М., 1999. С. 372-378.
15. Франкл В. Воля к смыслу. М.: «Институт общегуманитарных исследований». 2015. 144 с.
16. Федоров А. М. Генетические свойства юмора как эффективное средство преодоления кризисных состояний личности. URL: [https://scorcher.ru/neuro/neuro\\_sys/laughter/laughter6.php](https://scorcher.ru/neuro/neuro_sys/laughter/laughter6.php) (дата обращения 12.04.19)

УДК 007+304+659+339.17

**Семенюк Катерина Миколаївна**

Кандидат наук з державного управління

*Інститут журналістики Київського університету імені Бориса Грінченка*

### **ПРОСУВАННЯ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ**

*У статті досліджено сутність просування підприємств малого і середнього бізнесу як засобу підвищення ефективності їх діяльності в конкурентному середовищі. Розроблено механізм просування підприємств в системі організації їх маркетингової діяльності.*

*Ключові слова: маркетингові дослідження, корпоративна стратегія механізм, інструменти просування, інтернет.*

**Актуальність теми.** В ринкових умовах господарювання просування малого і середнього бізнесу розглядається як високоефективний засіб конкурентної боротьби. Нові вимоги щодо їх діяльності обумовлюють значні зміни механізму функціонування, форм власності, характеру відносин між підприємствами та організації механізму просування. Водночас практичне господарювання підприємств свідчить про відсутність дієвого механізму просування, орієнтованого на забезпечення підвищення конкурентоспроможності підприємств. З огляду на це актуальною є потреба щодо розробки теоретико-методичних засад підвищення ефективності механізму просування підприємств малого і середнього бізнесу в системі організації їх маркетингової діяльності за умов сучасного нестабільного бізнес-середовища.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є розробка та обґрунтування теоретико-методичних положень та рекомендацій щодо формування механізму просування підприємств малого і середнього бізнесу в умовах українського бізнес середовища.

**Огляд джерел.** Розгляду питань ефективності просування підприємств присвячені дослідження вітчизняних та закордонних вчених, зокрема: Л. Баттерфілда [1], С. Гаркавенка [2], Д. Девіса [3], Є. Ромата [4], Д. Яффе [5]. При цьому проблеми застосування Internet інструментів у маркетингу досліджувались у працях В.Д. Байкова [6], С.М. Ілляшенка [7], Н.С. Ілляшенко [8] тощо. Однак процес просування постійно змінюється і потребує відповідної наукової оцінки. Відсутність дієвого механізму просування малого і середнього бізнесу спонукає досліджувати нові різнопланові підходи щодо ефективності цього процесу і розглядати його у динамічних умовах господарювання.

**Основний матеріал.** У процесі дослідженні просування підприємств малого і середнього бізнесу визначено, що ключовою складовою забезпечення його ефективності представляється розробка механізму просування. У цьому контексті для формування успішної реалізації та комплексного аналізу просування підприємств запропоновано механізм розробки та імплементації просування, який спрямований на підвищення ефективності заходів просування. Процес прийняття рішень згідно механізму, охоплює дослідження всіх предметів та об'єктів і включає такі основні складові: маркетингові дослідження; розробка стратегії просування; планування просування; реалізація стратегії просування (рис. 1).

Таким чином, ґрунтуючись на результатах проведених досліджень, можна стверджувати, що комплексне і послідовне проведення рекламних заходів, при просуванні підприємств, розроблених з урахуванням маркетингової стратегії, дає значно більший ефект, ніж окремі, не пов'язані між собою загальною метою і хаотичні в часі. Тому заходи просування повинні мати одну форму, гамму кольорів і, зрештою, складати разом єдине ціле. При цьому доцільно застосовувати брендинг як один із синтетичних засобів системи маркетингових комунікацій, що включає деякі елементи всіх основних засобів просування.

Отже, для того щоб обґрунтувати перспективи просування підприємств малого та середнього бізнесу, необхідно комплексно оцінити їх стратегічну позицію, тобто насамперед визначити вплив на