

УДК 159.923.2:159.947

DOI <https://doi.org/10.32782/academ-ped.psyh-2025-2.18>**Олена КОСЬЯНОВА**

кандидат психологічних наук,

доцент кафедри теорії та методики практичної психології,

Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»

olenakosyanova@gmail.com**ORCID:** 0000-0001-9532-9981**Олена МАТЧЕНКО**

магістрантка кафедри теорії та методики практичної психології,

Державний заклад «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К.Д. Ушинського»

МУЛЬТИФАКТОРНИЙ АНАЛІЗ ОСОБИСТІСНИХ ХАРАКТЕРИСТИК В АСПЕКТІ МОТИВАЦІЇ СХВАЛЕННЯ

Анотація. Мета – здійснити багатофакторний аналіз взаємозв'язків між мотивацією соціального схвалення й базовими рисами особистості, а також розробити психокорекційну програму для зниження надмірної орієнтації на схвалення. **Методологія:** використано опитувальники п'ятифакторної моделі особистості (NEO-FFI) і шкалу мотивації соціального схвалення (шкалу соціально бажаних відповідей Марлоу-Крауна) на вибірці молодих дорослих; проведено кореляційний аналіз між показниками рис і мотивації схвалення. **Наукова новизна:** уперше представлено результати комплексного аналізу зв'язків мотивації схвалення із рисами «Великої п'ятірки» в українській вибірці, а також запропоновано авторську психокорекційну програму для роботи з проявами соціальної бажаності. **Висновки.** Виявлено, що мотивація схвалення статистично значуще пов'язана з окремими рисами: високою доброзичливістю (лагідністю) й сумлінністю та меншою мірою з низьким нейротизмом. Зв'язки з екстраверсією й відкритістю досвіду незначні. Тенденція до соціально бажаної самопрезентації супроводжується виразно кооперативною, відповідальною поведінкою. Представлено психокорекційну програму, спрямовану на зниження надмірної потреби у схваленні; тренінг включав розвиток самоповаги, автентичності й асертивності. Показано, що врахування мотивації схвалення є важливим при оцінюванні та розвитку особистості. Запропонована інтервенція допомагає зменшити деструктивний вплив надмірної орієнтації на схвалення; подальші дослідження мають оцінити її ефективність на ширших вибірках.

Ключові слова: мотивація схвалення, соціальна бажаність, особистісні риси, п'ятифакторна модель, кореляційний аналіз, психокорекційна програма.

Olena KOSYANOVA

Candidate of Psychological Sciences,

Associate Professor at the Department of Theory and Methods of Practical Psychology,

The state institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K. D. Ushynsky"

olenakosyanova@gmail.com**ORCID:** 0000-0001-9532-9981**Olena MATCHENKO**

Master's Student at the Department of Theory and Methods of Practical Psychology,

The state institution "South Ukrainian National Pedagogical University named after K.D. Ushynsky"

MULTIFACTOR ANALYSIS OF PERSONALITY TRAITS IN THE CONTEXT OF APPROVAL MOTIVATION

Abstract. Purpose. The aim was to conduct a multifactor analysis of the relationships between the motivation for social approval and basic personality traits, and to develop a psychocorrectional program for reducing an excessive need for social approval. **Methodology:** the study administered the NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) to assess personality traits

© О. Косьянова, О. Матченко, 2025

Стаття поширюється на умовах ліцензії CC BY 4.0

and the Marlowe-Crowne Social Desirability Scale to measure motivation for social approval in a sample of young adults. Correlation analyses were conducted to examine the relationships between personality trait scores and social approval motivation levels. **The scientific novelty:** this study is the first to present a comprehensive analysis of the links between motivation for social approval and Big Five personality traits in a Ukrainian sample. An original psychocorrectional intervention program is proposed to address manifestations of social desirability. **Conclusions.** The results showed that motivation for social approval is significantly associated with higher levels of agreeableness and conscientiousness, and, to a lesser extent, with lower neuroticism. In contrast, its associations with extraversion and openness to experience were negligible. The tendency toward socially desirable self-presentation is accompanied by distinctly cooperative and responsible behavior. A psychocorrectional program aimed at reducing the excessive need for approval is presented, incorporating training to develop self-esteem, authenticity, and assertiveness. These findings highlight the importance of considering social approval motivation in personality assessment and development. The proposed intervention helps mitigate the detrimental impact of an excessive need for approval; further research should evaluate its effectiveness in larger samples.

Key words: approval motivation, social desirability, personality traits, Big Five model, correlation analysis, psychocorrectional program.

Постановка проблеми. Мотивація отримати соціальне схвалення – поширений феномен у поведінці людини. Багато людей прагнуть подобатися іншим і викликати позитивну оцінку, що в психології описується як тенденція до соціально бажаних відповідей або соціальна бажаність. За таких умов індивід може несвідомо прикрашати свої якості, аби відповідати очікуванням оточення. З одного боку, прагнення бути прийнятним у суспільстві виконує адаптивну функцію, сприяючи соціалізації. З іншого боку, надмірна мотивація схвалення становить проблему: вона може призводити до спотворення результатів психодіагностичних обстежень, коли людина дає «соціально правильні» відповіді замість щирих. Це ускладнює об'єктивне оцінювання особистісних рис, знижує достовірність психологічних методик. Для особистісного розвитку постійна орієнтація на зовнішнє схвалення може гальмувати самореалізацію, формувати залежність від думки інших.

Отже, актуальною є наукова проблема дослідження зв'язків між мотивацією схвалення та базовими рисами особистості, а також розроблення засобів психологічної корекції надмірної орієнтації на соціальне схвалення. Особливо важливо виявити, які саме риси характеру найбільше пов'язані з цим феноменом: це допоможе глибше зрозуміти природу мотивації схвалення та враховувати її при інтерпретації психологічних тестів. Необхідним є також створення програми розвитку особистості, що знижує деструктивний вплив прагнення до схвалення, при цьому зберігаючи його позитивну, адаптивну роль.

Аналіз джерел та останніх досліджень. Теоретичною основою вивчення мотивації

схвалення є класичні підходи диференційної психології та сучасні концепції соціальної бажаності. Поняття рис особистості виникло в працях Г. Олпорта, який у 1930-х роках разом з Г. Одбертом склав список із тисяч слів для опису рис і класифікував їх за значущістю. Г. Олпорт виділив кардинальні риси, що домінують у поведінці, центральні риси, які становлять ядро особистості, і вторинні риси, що проявляються в окремих ситуаціях. Хоча Г. Олпорт наголошував на унікальності кожної особистості, його робота започаткувала лексичний підхід до вивчення структури характеру [4]. Подальший розвиток теорії рис пов'язаний з Г. Айзенком, який запропонував тривимірну модель особистості. За Г. Айзенком, існують три базові виміри характеру – екстраверсія, нейротизм (емоційна нестабільність) і психотизм. Кожна із цих рис розглядається як континуум: наприклад, за виміром екстраверсії на одному полюсі – товариські активні люди, на іншому – інтровертні, стримані; для нейротизму полюсами є тривожність та емоційна нестабільність проти спокою та емоційної рівноваги. Пізніше Г. Айзенк додав третій вимір – психотизм, пов'язаний зі схильністю до агресії, імпульсивності й несоціалізованості. Важливо, що Г. Айзенк одним із перших звернув увагу на проблему соціальної бажаності в тестах особистості: у його особистісних опитувальниках (EPI, EPQ) запроваджено шкалу брехні (L) – набір тверджень для вимірювання схильності давати соціально схвальні відповіді, аби виявляти нещирість або «прикрашання» образу. Наявність такої шкали відображала розуміння, що частина випробуваних прагнути показати себе в найкращому світлі замість правдивих відповідей [6].

Іншим впливовим напрямом стало формування п'ятифакторної моделі особистості (Big Five) П. Кости й Р. МакКрея. На основі факторного аналізу численних характеристик виділено п'ять універсальних факторів: екстраверсію, доброзичливість (агріабельність), сумлінність, нейротизм і відкритість досвіду. Ця модель отримала численні підтвердження в різних культурах і нині широко застосовується для оцінювання особистості. П'ять факторів розглядаються як базові виміри, комбінація значень яких і визначає індивідуальний психологічний портрет людини [7].

Дослідники відзначали, що соціальна бажаність може впливати на самооцінку за цією моделлю. Зокрема, Р. МакКрей і його колеги розглядали соціальну бажаність як метазмінну, що потенційно зміщує оцінки рис (наприклад, люди з високою потребою в схваленні можуть завищувати показники доброзичливості й сумлінності). Феномен соціальної бажаності почав цілеспрямовано вивчатися в 1950-х роках. А. Едвардс у 1957 р. одним із перших описав його як «ефект фасаду» – прагнення людини виглядати кращою, ніж вона є насправді. Подальший внесок зробили Д. Краун і Д. Марлоу, які розробили спеціальну шкалу для вимірювання потягу до схвалення («шкала соціальної бажаності Марлоу-Крауна»). Вони розглядали високий бал за цією шкалою як показник особистісної потреби бути схваленим оточенням [5].

У класичній монографії «Мотив схвалення» (1964) Д. Краун і Д. Марлоу детально проаналізували цей феномен, показавши, що потреба в схваленні – відносно стійка риса, яка проявляється в різних сферах поведінки. Отже, у науковий обіг увійшло поняття мотивації схвалення (approval motive), яке близьке за змістом до соціальної бажаності, але акцентує саме мотиваційний, спонукальний аспект цього явища. Сучасне розуміння соціально бажаної поведінки збагатив Д. Полгус. Він запропонував розглядати її як двокомпонентну структуру, що включає несвідому самозоманію (self-deception) і свідоме управління враженням (impression management). У впливовій роботі Д. Полгус (1984) факторним аналізом показав, що різні опитувальники соціальної бажаності виявляють два незалежні фактори: перший – тенденція щиро, але ідеалізовано сприймати й

описувати себе (самозоманіювання), другий – цілеспрямоване пристосування відповідей, аби справити добре враження на інших. Ці компоненти відображають, що деякі люди можуть щиро вірити у свою бездоганність (неусвідомлений аспект), тоді як інші свідомо контролюють імідж. Сучасні дослідження підтверджують, що мотивація соціального схвалення має особистісний вимір (як риса характеру) та ситуативний вимір (як установча поведінкова стратегія) [8].

Крім того, за даними Д. Полгуса й інших авторів, тенденція до соціально бажаних відповідей помітно пов'язана з певними рисами особистості. Так, установлено найбільш сильний позитивний зв'язок соціальної бажаності з такими рисами Big Five, як агріабельність (доброта, поступливість) і сумлінність. Це пояснюють тим, що особи, які прагнуть сподобатися, зазвичай хочуть здаватися дружелюбними, безконфліктними й морально порядними (атрибути агріабельності та сумлінності). Натомість із нейротизмом та екстраверсією зв'язок значно слабший або відсутній, адже емоційна нестабільність чи товариськість менше стосуються бажання виглядати «хорошим».

Цікаві результати отримала й українська дослідниця О. Павлова. Зокрема, у її роботах зазначено, що схильність до спотворення інформації заради соціального схвалення в юнацькому віці має тенденцію знижуватися з віком, у процесі становлення зрілої особистості [3]. Більше того, О. Павлова вказує на наявність статистично значущих кореляцій між рівнем мотивації схвалення та деякими особистісними характеристиками (наприклад, рівнем самоконтролю, комунікативними схильностями тощо) у молоді [2]. Таким чином, теоретичний огляд підтверджує, що мотивація схвалення інтегрована в структуру особистості й відображається в показниках різних рис.

В українській психологічній науці проблематика соціальної бажаності й пов'язаних із нею мотиваційних чинників також привертає увагу. Зокрема, О. Павлова досліджувала вплив мотивації схвалення на самопрезентацію особистості, обґрунтувавши, що прагнення до схвалення спонукає людей демонструвати прийнятні моделі поведінки й навіть

змінювати уявлення про себе заради позитивного враження. Інша дослідниця, О. Луценко, у контексті аналізу мотиваційної сфери особистості відзначає, що серед зовнішніх спонукань важливу роль відіграють вузькі соціальні мотиви, наприклад, прагнення отримати схвалення, посісти гідне місце в соціальній групі, підтвердити свій статус. Ці мотиви забезпечують для діяльності (зокрема навчальної) додатковий особистісний смисл і можуть суттєво впливати на активність і наполегливість людини [1].

Отже, українські та зарубіжні дослідження одностайно вказують, що соціально схвальне реагування – це не просто артефакт опитувальників, а багато в чому особистісний феномен, пов'язаний із базовими рисами й установками. Підсумовуючи, актуальні наукові джерела наголошують на необхідності врахування мотивації схвалення при психологічному тестуванні, а також на доцільності розроблення методик для корекції надмірної залежності від чужого схвалення. Водночас залишається відкритим питання, які саме риси (за класичними моделями – такими як PEN Айзенка чи Big Five Кости-МакКрея) є найбільш «уразливими» до впливу цього феномена. Недостатньо дослідженими є й практичні підходи до розвитку автентичності особистості, яка б зменшувала потребу постійно шукати схвалення.

Мета статті – провести мультифакторний (багатофакторний) аналіз взаємозв'язків між мотивацією соціального схвалення й основними рисами особистості, а також розробити й коротко охарактеризувати психокорекційну програму, спрямовану на зниження надмірної орієнтації особистості на схвалення оточення.

У рамках поставленої мети вирішувалися такі завдання: 1) емпірично перевірити, які саме базові особистісні характеристики (за п'ятифакторною моделлю) статистично пов'язані з тенденцією до соціально бажаної поведінки; 2) на основі отриманих результатів та аналізу літератури спроектувати психологічну інтервенцію (тренінгову програму), що допоможе скоригувати поведінкові й когнітивні аспекти, пов'язані з мотивом схвалення.

Виклад основного матеріалу. Методи й вибірка. Для дослідження сформовано вибірку із 60 осіб (студентська та молодь працездатного віку, 18–25 років; 40% чоловіків,

60% жінок). Усі учасники дали інформовану згоду й заповнили анонімні паперові версії опитувальників. Для оцінювання особистісних рис застосовано українську адаптацію опитувальника Big Five – скорочену версію NEO-FFI, що вимірює п'ять факторів: екстраверсію (E), доброзичливість/агріабельність (A), сумлінність (C), нейротизм (N) і відкритість досвіду (O). Показники розраховано за ключами, вищі бали відповідають більш вираженим рисі. Рівень мотивації схвалення вимірювався за допомогою шкали Марлоу-Крауна. Ця методика містить 33 твердження, на які потрібно відповісти «правда» або «неправда»; високий підсумковий бал свідчить про схильність респондента надавати соціально бажані відповіді.

Описова статистика досліджуваних показників. У таблиці 1 наведено описові статистики (середнє, медіана, стандартне відхилення) для кожної шкали опитувальників FPI, NEO PI-R і шкали соціальної бажаності Марлоу-Крауна. Загалом результати свідчать, що за всіма особистісними шкалами вибірка не має екстремальних зміщень: середні значення дуже близькі до медіан, а розподіли показників мають помірний розмах. Наприклад, середній рівень нейротизму за FPI становить ~6,5 бала (при максимальних 12), а середня мотивація соціального схвалення за шкалою Марлоу-Крауна – ~16 балів (при теоретичному максимумі 30). Стандартні відхилення зазвичай знаходяться в межах ~10–20% від повного діапазону шкали, що вказує на помірну варіативність групи. Таким чином, вибірка загалом однорідна, без виражених аномалій чи значних зміщень у відповідях. Групування вибірки за мотивацією соціального схвалення.

На основі шкали Марлоу-Крауна здійснено поділ випробуваних на три приблизно рівні групи: з низьким, середнім і високим рівнем мотивації соціального схвалення. Критерієм розподілу слугували значення шкали: умовно до групи низького рівня зараховано осіб із показником ≤ 12 балів, до групи високого рівня – ≥ 18 балів, решта (13–17 балів) потрапила до середньої групи. Таким чином, приблизно по одній третині вибірки склали групи з різним прагненням до соціального схвалення.

На рис. 1 показано розподіл балів Марлоу-Крауна у вибірці. Видно, що значення варі-

Таблиця 1

**Первинна статистика показників особистісних рис і шкали мотивації
соціального схвалення (n=57).**

Шкала	Середнє	Медіана	Мода	Станд. відхил.	Дисперсія
Нейротичність	6,23	7,00	7	2,73	7,44
Спонтанна агресивність	4,30	4,00	1	2,86	8,17
Депресивність	5,37	5,00	4	2,12	4,51
Дратівливість	6,04	6,00	6	2,51	6,30
Товариськість	4,75	4,00	3	2,62	6,87
Врівноваженість	4,16	4,00	4	2,43	5,93
Реактивна агресивність	5,37	5,00	6	2,59	6,70
Сором'язливість	5,63	6,00	6	2,54	6,46
Відкритість (щирість)	7,89	8,00	8	1,87	3,48
Екстраверсія-інтроверсія	5,05	5,00	6	2,98	8,87
Емоційна лабільність	6,37	7,00	7	2,41	5,80
Маскулінність-фемінність	5,05	5,00	5	2,96	8,78
Нейротизм (NEO PI)	64,74	68,00	68	11,30	127,75
Екстраверсія (NEO PI)	68,11	69,00	74	10,99	120,77
Відкритість досвіду (NEO PI)	76,11	78,00	78	10,49	110,05
Доброзичливість (NEO PI)	75,47	75,00	80	10,92	119,99
Сумлінність (NEO PI)	72,68	73,00	73	12,08	145,92
Мотивація соціального схвалення	10,16	10,00	12	3,82	14,58

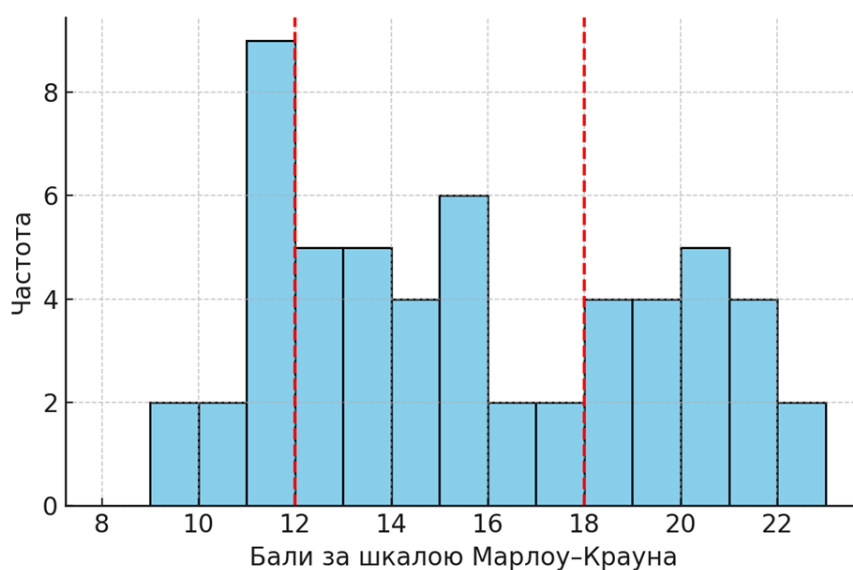


Рис. 1. Розподіл балів за шкалою Марлоу-Крауна в досліджуваній групі (n=57)

юють від ~9 до ~22 балів і розподіл близький до нормального (пікова ділянка припадає на середні значення). Червоними пунктирними лініями позначено межі груп низького, середнього та високого рівня (12 і 18 балів). Групи чітко розмежовані за заданими порогоми, хоча не спостерігається різких провалів або пробілів у розподілі на цих межах. Такий спосіб групування дає змогу надалі порівнювати особистісні профілі людей з різним ступе-

нем потреби в соціальному схваленні. Отримані результати узгоджуються з уявленням про соціальну бажаність як характеристику, пов'язану зі свідомим управлінням самопрезентацією. Згідно з класичним визначенням, мотивація соціального схвалення відображає «потребу в соціальному схваленні та прийнятті» й переконання, що цього можна досягти шляхом культурно прийнятної, відповідної поведінки.

Наш аналіз демонструє подібні тенденції: зокрема група з високим балом Марлоу-Крауна має найнижчий рівень нейротизму та найвищий – доброзичливості (а також високі показники відповідальності), тоді як низька група характеризується протилежним поєднанням рис. Таким чином, мотивація соціального схвалення тісно пов'язана з цілісним профілем особистості. Висока потреба в схваленні асоціюється із «соціально бажаними» рисами – емоційною стійкістю, альтруїзмом, відповідальністю, тобто з полюсами низького нейротизму, високої агреабельності й сумлінності. Натомість низька потреба у схваленні – з вищими проявами негативного емоційного фону й меншою схильністю дотримуватися загальноприйнятих норм поведінки. Це узгоджується з теорією Марлоу-Крауна та підтверджує валідність шкали соціальної бажаності: вона не лише виявляє схильність приховувати «небажані» риси, а й відображає реальні індивідуально-психологічні відмінності між людьми.

У межах дослідження здійснено кореляційний аналіз взаємозв'язків між показниками особистісних рис, отриманих за допомогою методик FPI (Фрайбурзький особистісний опитувальник), NEO PI (модель «Великої п'ятірки») і шкали мотивації соціального схвалення Марлоу-Крауна. Основна мета цього етапу дослідження полягала у виявленні статистично значущих залежностей між окремими характеристиками особистості та їх поєднанням із соціально-психологічною установкою на схвалення. Такий підхід дає змогу краще зрозуміти, як взаємодіють когнітивно-емоційні, соціальні й мотиваційні компоненти особистості в межах єдиної диспозиційної структури. Результати аналізу подано у вигляді змістовної інтерпретації в межах теоретичної моделі з урахуванням попередніх досліджень.

Шкала соціальної бажаності Марлоу-Крауна продемонструвала очікувані кореляції з рисами особистості. Як і в попередніх дослідженнях, у нашій вибірці високий показник за цією шкалою (висока мотивація схвалення) поєднується з позитивними самохарактеристиками за «соціально бажаними» рисами. Зокрема, шкала Марлоу-Крауна має значний прямий зв'язок із факторами «Доброзичливість» NEO PI-R ($r = 0,52$, $p < 0,01$) і «Сумлінність» ($r = 0,46$, $p < 0,01$). Тобто респонденти,

які прагнуть схвалення оточення, описують себе як дуже чесних, альтруїстичних, готових допомагати (висока доброзичливість) і водночас як організованих, відповідальних, на яких можна покластися (висока сумлінність). Цей результат узгоджується з даними П. Гавана та М. Кохута [9, с. 154–164], які також виявили, що соціальна бажаність позитивно корелює з приємністю й сумлінністю ($r \approx 0,52$ та $r \approx 0,46$ відповідно). Автори пояснюють, що люди з високим мотивом схвалення прагнуть виглядати «дуже хорошими» в соціальному сенсі, демонструючи максимум порядності й доброрядності.

Негативний зв'язок шкали Марлоу-Крауна виявлено з фактором «Нейротизм» ($r = -0,46$, $p < 0,01$): чим сильніше виражена мотивація соціального схвалення, тим менше людина зізнається в тривожності, невпевненості, емоційній вразливості. Іншими словами, такі особи намагаються показати емоційну стійкість і спокій, можливо, приховуючи свої переживання. Характер впливу мотивації схвалення простежується й у зв'язках зі шкалами FPI. Передусім очікувано сильний зворотний зв'язок отримано між шкалою Марлоу-Крауна та шкалою «Відвертість» FPI ($r = -0,68$, $p < 0,01$). Тобто особи, які мають високий мотив соціального схвалення, як правило, набирають низькі бали за відвертістю, що означає їхнє небажання зізнаватися в «неідеальних» вчинках і слабкостях. Вони майже не визнають, що мають недоліки, аби справити сприятливе враження (як зазначав Д. Кроун, описуючи респондентів з високим балом за цією шкалою).

Цікаво, що шкала Марлоу-Крауна демонструє також помітні негативні кореляції з «проблемними» рисами FPI: невротичністю ($r \approx -0,30$, $p < 0,01$), депресивністю ($r \approx -0,34$, $p < 0,01$) і реактивною агресивністю ($r \approx -0,40$, $p < 0,01$). Тобто люди з високою соціальною бажаністю схильні заперечувати наявність у себе тривожності, пригніченого настрою чи агресивних імпульсів. Натомість позитивні зв'язки ця шкала показує з «бажаними» рисами FPI: урівноваженістю (емоційною стабільністю, $r \approx 0,44$, $p < 0,01$) і товариськістю ($r \approx 0,30$, $p < 0,01$). Отже, бажаючи сподобатися, люди підкреслюють свою спокійність, холонокровність, незворушність, а також

Таблиця 2
Статистично достовірні зв'язки між показниками особистісних рис і шкали мотивації соціального схвалення (n=57)

	Невротичність	Спонтанна агресивність	Депресивність	Дратівливість	Товариськість	Урівноваженість	Реактивна агресивність	Сором'язливість	Відкритість	Екстраверсія – інтроверсія	Емоційна лабільність	Маскуліність –фемініність	Нейротизм	Екстраверсія	Відкритість досвіду	Доброчинність	Сумлінність	Марлоу-Крауна
1	1																	19
Невротичність			,557**	,392**	-,445**		,428**	,427**			,588**	-,0108	,306*	-0,068	-,280*			0,306*
Спонтанна агресивність		1	,361**			,459**	,368**		,344**									
Депресивність	,557**	,361**	1	,318*	-,431**			,449**		-,275*	,659**	-,380**	,292*					
Дратівливість	,392**		,318*	1		-,374**	,707**	,335*			,519**		,273*					
Товариськість	-,445**		-,431**		1			-,546**		,590**	-,358**	,411**		,425**	,306*			
Врівноваженість		,459**		-,374**		1												
Реактивна агресивність	,428**	,368**		,707**			1				,459**	,265*						
Сором'язливість	,427**		,449**	,335*	-,546**			1		-,351**	,492**	-,331*						,289*
Відкритість		,344**							1	,269*		0,214						
Екстраверсія – інтроверсія			-,275*		,590**			-,351**	,269*	1		,604**						,268*
Емоційна лабільність	,588**		,659**	,519**	-,358**		,459**	,492**			1		,384**					,284*

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
Маску- лінність – фемінність			-,380**		,411**		,265*	-,331*		,604**		1		,410**	,350**			,380**
Нейроцизм	,306*		,292*	,273*							,384**		1	,353**	,269*			
Екстра- версія					,425**							,410**	,353**	1	,748**		,612**	
Від- критість досвіду	-,280*				,306*							,350**	,269*	,748**	1	,432**	,701**	
Доброзич- ливість								,289*							,432**	1	,440**	
Сумлін- ність														,612**	,701**	,440**	1	
Марлоу- Крауна	0,306*							,289*		,268*	,284*	,380**						1

Примітка: * – кореляція статистично достовірна на рівні $p=0,05$;

** – кореляція статистично достовірна на рівні $p=0,01$.

комунікательність та альтруїзм. Такий патерн підтверджується й зарубіжними даними: соціально-бажані відповіді асоціюються з дещо підвищеною екстраверсією (респонденти акцентують свою соціальну активність). Таким чином, високий показник за шкалою Марлоу-Крауна пов'язаний зі своєрідним «профілем»: це емоційно стабільна, дружелюбна, сумлінна та дещо екстравертована особистість, яка, однак, може прикрашати себе, применшуючи свої недоліки (невпевненість, тривожність, запальність тощо). Загалом результати кореляційного аналізу підтвердили взаємну узгодженість використаних методик і виявили низку змістових закономірностей. Базові особистісні виміри утворюють осмислені кластери: негативна емоційність (невротичність, депресивність, емоційна лабільність) протиставлена емоційній стійкості; агресивно-ворожі риси протилежні просоціальній доброзичливості; а екстраверсія пов'язана із соціальною активністю й відкритістю до нового. Мотивація соціального схвалення виявилася інтегральним фактором, що корелює з багатьма рисами: з одного боку, високий її рівень пов'язаний із позитивним особистісним профілем (емоційна стабільність, доброзичливість, сумлінність, товариськість), з іншого – супроводжується тенденцією до нещирості (низька відвертість) і, можливо, недооцінкою «проблемних» якостей. Отримані значущі зв'язки підкреслюють важливість урахування мультифакторної природи особистості: риси характеру не існують ізольовано, а утворюють єдину систему, де мотивація схвалення є вагомим модулюючим компонентом. Наші результати узгоджуються з теоретичними уявленнями (Г. Айзенк, Коста і Р. МакКрей та ін.) та емпіричними даними інших дослідників щодо структури особистості.

Виявлені кореляційні тенденції вказують на те, що мотив соціального схвалення є значущим чинником, пов'язаним із «соціально бажаними» проявами базових рис. Це особливо важливо в контексті дослідження, оскільки підтверджує: прагнення отримати схвалення тісно переплітається з основними особистісними характеристиками, впливаючи на самопрезентацію й потенційно модифікуючи прояви тих чи інших рис у поведінці. Цей фактор варто враховувати при

подальшій інтерпретації результатів, а також у практичному застосуванні особистісних опитувальників.

Спираючись на отримані результати й теоретичні положення, розробили психокорекційну програму під назвою «Автентичність vs. соціальна бажаність». Її мета – допомогти учасникам усвідомити та збалансувати свою потребу в чужому схваленні, навчитися більш автентично виражати себе без надмірного страху осуду. Програма розрахована на молодих дорослих (переважно студентів), у яких виявлено високий рівень мотивації схвалення за результатами попереднього тестування. Структура й методи програми: тренінг складався з 8 сесій тривалістю ~2 години, що проводилися щотижня; група учасників – 10–12 осіб; програма включала такі тематичні блоки:

1. Самопізнання й усвідомлення мотивації схвалення. Учасники ознайомлювалися з поняттям соціальної бажаності, обговорювали ситуації, у яких вони прагнуть сподобатися. Вправа «Мої соціальні маски» допомагала виявити, наскільки часто й чому вони «надягають маску» та приховують справжні почуття чи думки.

2. Формування внутрішніх критеріїв самоцінності. Цей блок спрямований на зміцнення самоповаги й самоцінності, незалежної від зовнішніх оцінок. Використовувалися методи позитивної психотерапії та когнітивно-поведінкові техніки: учасники вчилися відстежувати автоматичні думки на кшталт «Мене цінуватимуть лише якщо...» й замінювати їх конструктивними установками («Я маю цінність незалежно від чужої думки»). Вправа «Мої досягнення» та щоденник позитивних якостей закріплювали впевненість у собі.

3. Розвиток асертивності й навичок самовираження. Оскільки часто надмірна поступливість і конформність продиктовані страхом конфлікту або відмови, учасників навчали асертивної поведінки – відкрито виражати свої думки й почуття, поважаючи права інших і власні. Проводилися рольові ігри: «Уміння говорити «ні», «Конструктивна критика», ситуаційні вправи, де треба було дати чесний зворотний зв'язок, висловити незгоду тощо. Тренери підкріплювали позитивні приклади, коли учасник демонстрував здорову наполегливість замість догоджання іншим.

4. Зняття страху негативної оцінки. Цей компонент використовував техніки експозиції з галузі когнітивно-поведінкової терапії. Учасникам пропонували виконати безпечні завдання, де вони свідомо ризикували отримати несхвалення (наприклад, публічно висловити непопулярну думку в дискусії, або навмисно зробити незначну помилку в присутності інших) й проаналізувати наслідки. Групове обговорення показувало, що катастрофічні очікування зазвичай не справджуються, а пережитий досвід невеликого дискомфорту зменшує страх перед оцінюванням.

Протягом програми учасники вели рефлексивні щоденники, де відзначали ситуації поза тренінгом, коли вони діяли або не діяли з оглядкою на чужу думку, і свої почуття при цьому. На заключній сесії проведено повторну діагностику мотивації схвалення (за шкалою Марлоу-Крауна) й обговорено зміни. Хоча вибірка для оцінювання ефективності невелика (10 осіб завершили всі сесії й заповнили методику повторно), результати вказують на зниження середнього бала соціальної бажаності з 18,3 до 15,7 (з 33 можливих; тенденція до покращення). У якісному зворотному зв'язку учасники відзначили, що стали вільніше висловлювати власну думку, менше переживають через критику, усвідомлюють свої сильні сторони. Це свідчить про позитивний вплив програми, хоча для статистично обґрунтованих висновків потрібне ширше впровадження й контрольна група.

Узагальнюючи, можемо констатувати, що представлена психокорекційна програма продемонструвала потенціал у роботі з надмірною мотивацією схвалення. Вона поєднала техніки когнітивної перебудови, розвиток навичок поведінки й групову підтримку, щоб допомогти особистості зміцнити свою автономність від зовнішніх оцінок. Надалі планується доопрацювати програму, урахувати зворотний зв'язок учасників і протестувати її ефективність експериментальним методом.

Висновки. У дослідженні здійснено аналіз взаємозв'язків між мотивацією соціального схвалення та базовими рисами особистості, а також розроблено підхід до психокорекції надмірної орієнтації на схвалення. На підставі теоретичного огляду й емпіричних даних можна зробити такі висновки.

Мотивація схвалення тісно пов'язана з окремими особистісними характеристиками. Зокрема, підтверджено, що люди, які схильні давати соціально бажані відповіді й прагнуть виглядати добре в очах інших, набирають вищі бали за такими рисами, як агріабельність (дружелюбність, поступливість) і сумлінність (відповідальність, самодисципліна). Ці кореляції ($r \approx 0,4-0,5$) узгоджуються з результатами міжнародних досліджень і відображають тенденцію «прикрашання» саме тих якостей, що цінуються соціально. Інші базові риси – екстраверсія, відкритість досвіду – не продемонстрували значущого зв'язку з потребою у схваленні, що теж збігається з відомими даними. Нейротизм мав негативну тенденцію зв'язку, що може вказувати на дещо меншу схильність емоційно нестабільних осіб турбуватися про соціальне схвалення, але цей ефект потребує подальшого вивчення.

Мотивація соціального схвалення формується й проявляється в контексті ширших соціально-психологічних характеристик особистості. Вона є не ізольованим феноменом, а пов'язана з установками, самооцінкою, комунікативним стилем. У молодому віці схильність до соціально схвальної поведінки може бути підвищеною, але поступово знижується зі становленням зрілої ідентичності [3]. Це варто враховувати педагогам і психологам: високі показники соціальної бажаності в підлітків можуть свідчити про несформованість внутрішніх критеріїв самоприйняття. В українському контексті відзначено роль мотивації схвалення серед зовнішніх мотивів діяльності (зокрема навчальної): прагнення заслужити позитивну оцінку від значущих осіб є сильним спонукальним чинником, надаючи додатковий особистісний смисл і підвищуючи наполегливість у досягненні цілей [1].

В українському контексті виділено роль мотивації схвалення серед зовнішніх мотивів поведінки (зокрема навчальної діяльності): прагнення заслужити схвальну оцінку з боку значущих осіб є сильним спонукальним чинником.

Розроблена психокорекційна програма адресована особам із надмірною потребою у схваленні й демонструє перші позитивні результати. Її ключові акценти – розвиток автентичності, підвищення внутрішньої

впевненості в собі та тренування навичок асертивної поведінки – дають змогу знизити деструктивні прояви мотивації схвалення (такі як невміння відмовити, постійний страх критики, «підлаштовування» під чужі очікування). Попередня апробація показала зменшення рівня соціальної бажаності й позитивні суб'єктивні зміни в учасників. Це відкриває перспективи для ширшого застосування програми в тому числі серед студентської молоді з метою профілактики залежності від думки оточення та формування зрілої самостійної позиції.

Практична значущість отриманих результатів полягає в тому, що знання про особистісні детермінанти мотивації схвалення може бути використано при інтерпретації психодіагностичних методик (наприклад, урахування високого бала за шкалою соціальної бажаності як індикатора можливого завищення показників за рисами А чи С). Психокорекційна програма може бути впроваджена практичними психологами в закладах вищої освіти для розвитку впевненості студентів, навчання їх ефективної

самопрезентації без «маскування» та страху осуду.

Перспективи подальших досліджень убагачуються в розширенні вибірки й застосуванні експериментального плану для перевірки ефективності розробленої програми (зіставлення з контрольною групою, довготривале відстеження змін). Цікавим напрямом є також вивчення мотивації схвалення в різних культурних і вікових групах, зокрема в зрілому віці або в організаційних колективах, де потреба в соціальному схваленні може набувати специфічних форм. Крім того, планується дослідити можливості використання цифрових інструментів (онлайн-тестів, тренінгів у форматі дистанційних курсів) для діагностики й корекції соціально бажаної поведінки, що відповідає сучасним тенденціям диджиталізації психологічної допомоги. Загалом продовження комплексного вивчення мотивації схвалення сприятиме глибшому розумінню саморегуляції особистості в соціальному середовищі та розробленню ефективних засобів підтримки особистісного розвитку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Луценко О.Л. Закономірності психологічної адаптації людини на сучасному етапі еволюції : дис. ... докт. психол. наук : 19.00.01. Харків : Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна, 2018. 546 с.
2. Павлова О.В. Вплив мотивації схвалення на самопрезентацію. *Проблеми загальної та педагогічної психології*. 2011. Т. 13. Вип. 3. С. 286–293.
3. Павлова О.В. Соціально-психологічні особливості спотворення інформації для здобуття соціального схвалення в юнацькому віці. *Вісник Чернігівського національного педагогічного університету*. Серія «Психологічні науки». 2012. Вип. 103(2). С. 150–156.
4. Allport G.W., Odbert H.S. Trait-names: A psycho-lexical study. *Psychological Monographs*. 1936. Vol. 47, № 211. P. 1–171.
5. Crowne D.P., Marlowe D. The approval motive: Studies in evaluative dependence. New York : Wiley, 1964.
6. Eysenck H.J. The Biological Basis of Personality. Springfield, IL : Charles C. Thomas, 1967.
7. McCrae R.R., John O.P. An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality*. 1992. Vol. 60, № 2. P. 175–215. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00970.x>.
8. Paulhus D.L. Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1984. Vol. 46, № 3. P. 598–609. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.3.598>.

REFERENCES:

9. Lutsenko, O.L. (2018). Zakonomirnosti psykholohichnoi adaptatsii liudyny na suchasnomu etapi evoliutsii [Regularities of psychological adaptation of an individual at the modern stage of evolution]. *Doctor's thesis*. V.N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv [in Ukrainian].
10. Pavlova, O.V. (2011). Vplyv motyvatsii skhvalennia na samoprezentatsiiu [Influence of approval motivation on self-presentation]. *Problemy zahalnoi ta pedahohichnoi psykholohii*, 13(3), 286–293 [in Ukrainian].
11. Pavlova, O.V. (2012). Sotsial'no-psykholohichni osoblyvosti spotvorennia informatsii dlia zdobuttia sotsial'noho skhvalennia v yunats'komu vitsi [Socio-psychological peculiarities of information distortion to gain social approval in adolescence]. *Visnyk Chernihivs'koho Natsional'noho Pedahohichnoho Universytetu*. Serii: *Psykhologichni nauky*, 103(2), 150–156 [in Ukrainian].

12. Allport, G.W., & Odbert, H.S. (1936). Trait-names: A psycho-lexical study. *Psychological Monographs*, 47(211), 1–171 [in English].
13. Crowne, D.P., & Marlowe, D. (1964). *The approval motive: Studies in evaluative dependence*. New York : Wiley [in English].
14. Eysenck, H.J. (1967). *The Biological Basis of Personality*. Springfield, IL: Charles C. Thomas [in English].
15. McCrae, R.R., & John, O.P. (1992). An introduction to the five-factor model and its applications. *Journal of Personality*, 60(2), 175–215. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-6494.1992.tb00970.x> [in English].
16. Paulhus, D.L. (1984). Two-component models of socially desirable responding. *Journal of Personality and Social Psychology*, 46(3), 598–609. DOI: <https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.3.598> [in English].

Дата надходження статті: 17.07.2025

Дата прийняття статті: 21.08.2025

Опубліковано: 27.10.2025