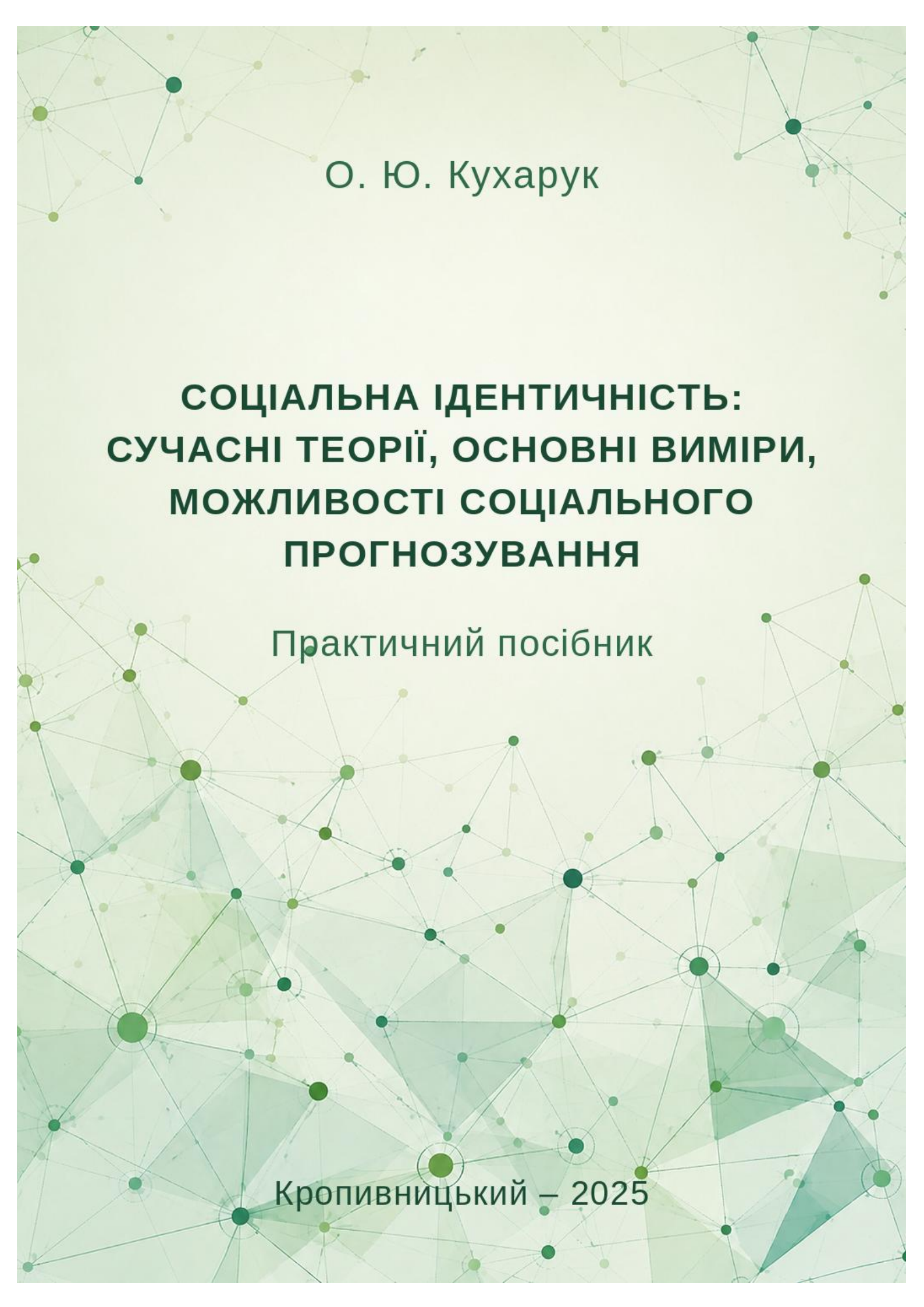




О. Ю. Кухарук

**СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ:
СУЧАСНІ ТЕОРІЇ, ОСНОВНІ ВИМІРИ,
МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО
ПРОГНОЗУВАННЯ**

Практичний посібник

Кропивницький – 2025

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

О. Ю. Кухарук

**СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ:
СУЧАСНІ ТЕОРІЇ, ОСНОВНІ ВИМІРИ,
МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО
ПРОГНОЗУВАННЯ**

Практичний посібник

Кропивницький – 2025

УДК 316.6:(303.09+159.98):316.4
К 88

Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України,
протокол № 02/25 від 30 січня 2025 року

Рецензенти:

О. О. Ставицький, доктор психологічних наук, професор;
І. В. Жадан, кандидат психологічних наук

Кухарук О. Ю.

К 88 Соціальна ідентичність: сучасні теорії, основні виміри, можливості соціального прогнозування [Електронний ресурс] : практичний посібник – Кропивницький : Імекс-ЛТД, 2025. – 144 с.

ISBN 978-966-189-760-0

У посібнику подано систематизований огляд основних ідей, концепцій та емпіричних досліджень, що сформували соціально-ідентичнісний підхід – один із флагманських і найбільш теоретично пропрацьованих напрямів сучасної західної соціальної психології. На основі аналізу широкого кола англомовних теоретичних та емпіричних досліджень узагальнено і систематизовано ключові ідеї соціально-ідентичнісного підходу – від його витоків і ключових персоналій до аналізу соціальної ідентичності як психологічної характеристики особистості, механізмів її функціонування у внутрішньогрупових процесах, міжгруповій взаємодії та великих соціальних системах. Розглянуто також можливості застосування цього підходу для аналізу й прогнозування суспільних процесів в умовах криз і невизначеності.

Посібник стане в пригоді дослідникам, викладачам, студентам і практикам, представникам державних служб, що формують соціальну і гуманітарну політику, а також усім, хто хотів би зрозуміти, як соціальна ідентичність впливає на поведінку людей і груп у сучасному світі.

ISBN 978-966-189-760-0

УДК 316.6:(303.09+159.98):316.4

© О. Ю. Кухарук, 2025
© Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	5
Розділ 1. ВИТОКИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНО-ІДЕНТИЧНІСНОГО ПІДХОДУ.....	8
1.1. Витоки соціально-ідентичнісного підходу і його вплив на соціальну психологію.....	8
1.2. Експериментальне підґрунтя основних ідей теорії соціальної ідентичності.....	14
1.3. Сучасні напрями досліджень і ключові персоналії соціально-ідентичнісного підходу.....	17
Розділ 2. СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І СОЦІАЛЬНА КАТЕГОРИЗАЦІЯ.....	26
2.1. Соціальна ідентичність: визначення, структура, функції	26
2.2. Соціальна категоризація: визначення, ознаки, особливості множинної соціальної категоризації.....	32
2.3. Мотиви соціальної ідентичності. Гіпотеза самооцінки.....	39
2.4. Потреба в позитивній соціальній ідентичності: відповіді на загрози і стратегії підтримання	43
2.5. Соціальні зміни і трансформації соціальної ідентичності. Теорія складності соціальної ідентичності.....	51
Розділ 3. ВНУТРІШНЬОГРУПОВІ ПРОЦЕСИ І ГРУПОВА НАЛЕЖНІСТЬ У СОЦІАЛЬНО-ІДЕНТИЧНІСНОМУ ПІДХОДІ.....	60
3.1. Групові норми: визначення, характеристики, особистісна унікальність і конформізм.....	60
3.2. Особливості прототипної групової поведінки і лідерство	68
3.3. Індивідуалізм і колективізм у контексті соціальної ідентичності.....	74
3.4. Інгруповий фаворитизм і аутгрупова агресія: особливості та модифікувальні фактори	78
3.5. Групове мислення: перегляд класичних ідей у контексті соціально-ідентичнісного підходу	84

Розділ 4. ОКРЕМІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ІДЕНТИЧНІСНОГО ПІДХОДУ В КОНТЕКСТІ ВЕЛИКИХ СОЦІАЛЬНИХ СИСТЕМ	87
4.1. Механізми соціальної дискримінації:	
позитивно-негативна асиметрія	87
4.2. Теорія невизначеності ідентичності	89
4.3. Підтримання і виправдання соціальної системи:	
модель SIMSA	93
4.4. Поведінка натовпу: розширена модель соціальної ідентичності.....	97
4.5. Соціальна резильєнтність в умовах надзвичайних ситуацій і соціальних потрясінь.....	103
 Розділ 5. СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ОСНОВА ДЛЯ РОЗБУДОВИ МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ.....	111
5.1 Напрями досліджень соціальної ідентичності як основа для розбудови моделей соціального прогнозування	111
5.2. Соціальна ідентичність як предиктор соціальної участі і колективної дії	113
5.3. Роль соціальної ідентичності в прогнозуванні ризиків, очікувань і майбутнього.....	120
5.4. Соціальна ідентичність як предиктор стратегій поведінки, відновлення і соціальних змін	126
 ПІДСУМКИ.....	133
 СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	135

ВСТУП

Соціально-ідентичнісний підхід – один із найбільш розвинених і ґрунтовних напрямів соціальної психології. Деякі дослідники навіть припускають, що він може стати фундаментальною теорією соціальної психології в майбутньому, адже у фокусі сучасного соціально-ідентичнісного підходу практично весь спектр соціального буття людини. Численні теорії, теоретичні моделі та концепції, розроблені в межах соціально-ідентичнісного підходу, беруть до уваги контексти, нюанси і виклики, важливі для розуміння суспільних процесів. До таких належать, наприклад, просоціальні відповіді групи на суспільні потрясіння і загрозу ідентичності, резильєнтність, особливості впливу соціальної ідентичності на психічне здоров'я та багато інших.

В Україні надзвичайно широко і ґрунтовно досліджується поняття ідентичності загалом і соціальної ідентичності зокрема. Водночас в українській науковій думці класичний соціально-ідентичнісний підхід усе ще недостатньо представлений. Звісно, українські дослідники широко використовують найбільш загальні і відомі ідеї цього підходу. А проте його потенціал досі залишається недостатньо розкритим, коли йдеться про вивчення складних соціальних процесів і викликів, які постають перед українським суспільством сьогодні. Не в останню чергу така ситуація пов'язана з тим, що майже всі дослідження опубліковано наразі англійською мовою.

Зокрема, недостатньо представленими залишаються такі важливі аспекти соціально-ідентичнісного підходу, як трансформація ідентичності, динаміка та особливості групової належності, особливості колективної поведінки. На окрему увагу заслуговують питання групової резильєнтності та здатності соціальних систем реагувати на масштабні виклики. Це особливо актуально в контексті російсько-української війни.

Одне із завдань цього посібника – шляхом аналізу зарубіжних англomовних джерел зробити наявні на сьогодні напрацювання в межах соціально-ідентичнісного підходу ближчими і доступнішими для українського читача.

Ще однією передумовою появи цього посібника є те, що термін “соціальна ідентичність” став надзвичайно популярним і в інформаційному середовищі, і в гуманітарних студіях, і навіть у повсякденному вжитку. Вживання терміна “соціальна ідентичність” стало настільки звичним, що він часто сприймається як самоочевидний, але при цьому далеко не завжди таке вживання є коректним. Пропонований посібник – це можливість для широкого кола читачів ознайомитися з одним із найбільш поширених у світі наукових підходів до тлумачення соціальної ідентичності.

Структура посібника відображає логіку розвитку соціально-ідентичнісного підходу і рівні аналізу соціальної реальності, на яких він застосовується. У першому розділі розглянуто витoki соціально-ідентичнісного підходу, умови його формування, експериментальне підґрунтя основних ідей, а також ключові персоналії, що визначили розвиток цього напрямку в соціальній психології. Другий розділ присвячено соціальній ідентичності як психологічному конструкту і характеристиці особистості: її визначенню, структурі, мотиваційним підставам і динаміці в умовах соціальних змін та загроз. У третьому розділі фокус зміщується на внутрішньогруповий рівень аналізу: розглядаються групові норми, лідерство, форми групової поведінки та механізми взаємодії між індивідуальною унікальністю і груповою належністю. Четвертий розділ містить результати аналізу соціальної ідентичності на міжгруповому і системному рівнях та охоплює питання дискримінації, підтримки соціальних систем, масової поведінки і соціальної резильєнтності в умовах масштабних суспільних потрясінь. П’ятий, завершальний, розділ зосереджений на можливостях використання соціальної ідентичності як аналітичної основи для розбудови моделей соціального прогнозування, зокрема

щодо колективної дії, соціальної участі, ризиків, очікувань і стратегій соціальних змін.

Зрозуміло, що в одному посібнику неможливо охопити все розмаїття питань, які вивчаються в межах такого масштабного і системного підходу. Однак ми прагнули зосередитися на найбільш актуальних темах, які, на нашу думку, мають особливе значення в сучасних українських реаліях.

Водночас ми розглядаємо цей посібник як запрошення до подальшої дискусії і розвитку соціально-ідентичнісного підходу в українському науковому контексті. Сподіваємося, що викладені ідеї та моделі сприятимуть розширенню уявлень про можливості психологічно обґрунтованого соціального прогнозування і стануть корисними як для науковців, так і для практиків, які працюють зі складними соціальними реаліями сучасної України.

Розділ 1

ВИТОКИ ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ СОЦІАЛЬНО-ІДЕНТИЧНІСНОГО ПІДХОДУ

1.1. Витоки соціально-ідентичнісного підходу і його вплив на соціальну психологію

На сьогодні соціально-ідентичнісний підхід (СПП) є однією із найбільш поширених теоретичних соціально-психологічних концепцій. Дослідження в його концептуальних межах стали основою для розуміння групових процесів, міжгрупових відносин і поведінки людей у соціальних контекстах, а іноді – для пояснення індивідуальних характеристик. У межах цього підходу розроблено значну кількість пояснювальних теоретичних моделей, проведено щонайменше сотні емпіричних досліджень, результати яких знайшли надзвичайно різноманітне практичне застосування.

Запропонована Г. Тажфелом і Дж. Тернером у 1979 році (*Tajfel & Turner, 1979*), на сьогодні ця теорія є однією з найбільш пропрацьованих соціально-психологічних концепцій. Це дає їй змогу бути рамковою для значної кількості наукових і прикладних досліджень, предметом вивчення яких є соціальна ідентичність та її вплив на міжгрупову взаємодію, зокрема і в річищі вивчення механізмів міжгрупового протиставлення через формування образів «ми» і «вони». Дослідження ідентичності і її суті, складників, структури стає самостійним видом соціально-психологічних студій, причому настільки вкорінених у психологічне знання і побутове мислення, що й термін «ідентичність» стає майже

самоочевидним чи принаймні одним із найбільш поширених у побутовій і науковій свідомості.

Завдяки дослідженням у парадигмі СІП з'ясовано і всебічно описано, як ідентифікація з групою впливає на індивідуальні і колективні процеси, зокрема на ставлення, дії і взаємодію між групами. Ці дослідження суттєво розширили уявлення про природу групової поведінки, запропонували модель, яка враховує вплив соціальної ідентичності на взаємодію між групами і людьми.

Дослідження в межах СІП – це також значний внесок у розуміння явища міжгрупової дискримінації. Ідея про те, що просто належність до групи може спровокувати упередження і дискримінацію без будь-якої попередньої історії конфлікту між групами, стала однією з наріжних спочатку для розуміння дискримінації, а пізніше – для пошуку конструктивних способів соціальної взаємодії. З позицій СІП нині широко вивчається велика кількість різноманітних соціальних феноменів, як-от соціальна ідентичність, соціальна категоризація, атитюди, стереотипи, етноцентризм, солідарність і соціальна мобільність, груповий статус, інгруповий фаворитзм і аутгрупова агресія. І це далеко не вичепний перелік тільки основних феноменів, які перебувають у фокусі уваги СІП.

Соціально-ідентичнісний підхід сприяв також розвитку міждисциплінарного підходу в соціальній психології, вплинувши на політичну психологію, організаційні дослідження і навіть на економічні теорії. Ці ідеї суттєво активізували вивчення індивідуальної поведінки в групах, забезпечивши розуміння того, що люди діють не лише як автономні особистості, а і як представники своєї соціальної групи (*Brown, 2019*).

Передумови і витоки теорії соціальної ідентичності. Соціальний контекст, у якому працював Генрі Тажфел, значною мірою був

зумовлений тими гострими питаннями, які постали після Другої світової війни. Жахлива трагедія Голокосту і викриття нацистських злочинів занурили світову спільноту в стан своєрідного шоку і спонукали мільйони людей шукати відповідь на питання, звідки походить дискримінація і чому хороші люди виправдовують жорстоке поводження з іншими лише їхньою належністю до певної групи.

Іншим аспектом було те, що в 1960-х роках соціальна психологія зіткнулася з новими серйозними викликами. Соціально-психологічне знання на той час помітно відставало з поясненням соціальних процесів на тлі значних соціальних зрушень та активізації рухів за громадянські права, рівність між расами, права жінок та інших груп, рухів за соціальну рівність та інших масових протестів. Тоді соціальна психологія як наука лише зароджувалась і їй помітно бракувало системності. Було очевидно, що наявні на той час ідеї і вчення не можуть чітко, переконливо пояснити складні соціальні процеси. Водночас активно розвивалася когнітивна психологія, увага якої була прикута до того, як люди сприймають, опрацьовують і категоризують інформацію. Г. Тажфел, під впливом Дж. Брунера (*Brown 2019*), застосував напрацювання останнього щодо упереджень у сприйманні до соціальної психології, запропонувавши розглядати дискримінацію як когнітивний процес категоризації, який призводить до формування уявлень про "своїх" і "чужих".

І очевидно, що всі ці історичні обставини були тісно пов'язані із життям самого Генрі Тажфела і вплетені в біографію творця теорії соціальної ідентичності. Він народився 22 червня 1919 року у Влоцлавеку (Польща) в єврейській родині середнього достатку. Його родина займалася торгівлею, тому могла забезпечити дітям досить високий рівень життя і можливість здобути хорошу освіту. У 1936 році Тажфел переїхав до Франції, щоб вивчати хімію. Однією із причин цього рішення стали

обмеження для євреїв у польських університетах, зокрема квоти на приймання студентів єврейського походження.

До початку Другої світової війни (1939) Тажфел навчався у Франції. Але коли розпочалася війна, він вступив до французької армії і менше ніж за рік потрапив у полон, де й перебував більшу частину війни. У полоні для того, щоб вижити, йому доводилося видавати себе за француза. Після війни він повернувся до Польщі і там дізнався, що більшість його родини загинула під час Голокосту. Гуманітарна ситуація на той час була критична, але саме тоді почали розгортатися програми підтримання біженців. Тому Тажфел вирішив не продовжувати навчання на хіміка (у цьому не було сенсу, адже родинна справа була зруйнована), а почав допомагати єврейським біженцям і сиротам (*Brown 2019*).

Досвід полону, Голокост, робота із сиротами і біженцями спонукали його продовжити освіту у сфері психології, щоб досягнути трагічні події, які відбулись, і запобігти їх повторенню. Відтак психологічну освіту Тажфел здобув у Франції. Життя обернулося так, що невдовзі він познайомився зі своєю майбутньою дружиною і вони разом переїхали до Англії. У 1951 році Тажфел вступив до коледжу Беркбек (Birkbeck College) Лондонського університету, де здобув ступінь із психології. Це було необхідним кроком, оскільки британські університети не визнавали його європейську освіту і диплом. Навчання і наукове середовище коледжу Беркбек було визначальним для Тажфела. Там він познайомився з Р. С. Пітерсом – видатним філософом, з яким пізніше налагодив тісну співпрацю. Саме в цей час Тажфел почав працювати над темами упереджень і категоризації, що глибоко цікавили його з огляду на власний досвід дискримінації як єврея під час війни (*Brown 2019*).

Зрештою доля привела Тажфела в Бристольський університет, у стінах якого й було створено європейську школу соціальної психології.

Перші дослідницькі команди, що працювали над теорією соціальної ідентичності, склалися з науковців, яких цікавили питання міжгрупових взаємодій, упереджень і групової поведінки, а також соціального взаємospрийняття. Серед них були такі важливі постаті, як Джон Тернер (John Turner), Майкл Білліг (Michael Billig) та інші відомі британські вчені. Пізніше саме Джон Тернер долучився до розвитку ідей Тажфела, створивши теорію самокатегоризації (Turner, 1987), яка розширила й поглибила концепцію соціальної ідентичності (Self-Categorization Theory, SCT; українською – теорія самокатегоризації, ТСК).

Саме тому досить часто соціально-ідентичнісний підхід розглядають як поєднання теорії самокатегоризації і теорії соціальної ідентичності. В англomовній літературі можна натрапити на дві часто вживані аббревіатури: SIT – social identity theory і SIA – social identity approach (соціально-ідентичнісний підхід, СІП). Друга аббревіатура є більш широким поняттям і включає в себе теорію категоризації (Brown 2019).

У Брістолі Тажфел працював всі останні роки свого життя (помер 3 травня 1982 року). У центрі його уваги були дослідження в галузі соціальної психології, а саме подальший розвиток теорії соціальної ідентичності. Крім того, згаданий період – це ще й час становлення соціальної психології як науки, передусім інституціонального. Саме Генрі Тажфел відіграв у цьому процесі ключову роль, ставши після 1945 року однією з найбільш впливових постатей в інтелектуальному житті Європи, у психології та соціальній психології. Він був одним із засновників Європейської асоціації соціальної психології (EASP), членом першого комітету Європейської асоціації в 1966 році, згодом – її другим президентом. І саме під час його президентського терміну було засновано «*European Journal of Social Psychology*», який виходить і до сьогодні (Brown 2019).

Однак жодна із цих формальних посад не може навіть частково передати справжньої величини інтелектуального і практичного внеску Тажфела. Як пізніше зазначав Дж. Брунер, Тажфел більше за інших зробив для становлення європейської соціальної психології. Більше того, він надав їй унікальності й динамізму, декларуючи відмову від редукціонізму і прихильність до вивчення психологічних процесів у контексті; виявляючи увагу до соціальної нерівності разом з інтелектуальною і моральною відданістю соціальним змінам; актуалізуючи постійний інтерес до колективних процесів і колективної дії як рушійної сили змін (*European Association of Social Psychology. (n. d.)*).

Так започатковувалась і розвивалась історія досліджень, які переросли в одну з найбільш впливових соціально-психологічних теорій сучасності.

Описуючи біографію Г. Тажфела і його вплив на розвиток психологічного знання, справедливо й доволі повчально було б згадати і не зовсім позитивні риси його особистості. Через роки після смерті Тажфела виявилось, що вчений, який був дослідником і борцем з упередженнями, сам був носієм цих упереджень, які за упередження навіть не вважав. У 2019 році з'явилися свідчення, що Тажфел демонстрував часом неналежну поведінку, зокрема небажану сексуальну увагу до жінок у його лабораторії. За наявною інформацією, Тажфел постійно поводився так, що це викликало дискомфорт у його колег-жінок. Прикметно, що він також не виявляв інтересу до застосування теорії соціальної ідентичності до питань гендеру, що можна вважати суттєвим недоліком його роботи. У відповідь на ці викриття Європейське товариство соціальної психології вирішило перейменувати престижну нагороду Генрі Тажфела, яку традиційно присуджували на його честь,

щоб дистанціюватися від цих аспектів його особистої поведінки (*Brown 2019*).

А проте, незважаючи на злети і неоднозначності Генрі Тажфела, його ідеї набули поширення, знайшли своїх послідовників, відтак історія вчення вже розвивалася своїм шляхом. Вихідні ідеї, хоч і зберегли свою актуальність (а базове визначення соціальної ідентичності й основні положення використовуються досі), були з часом значно доповнені і розширені. У наступному розділі ми спробуємо простежити подальший шлях і розвиток цих ідей.

1.2. Експериментальне підґрунтя основних ідей соціальної ідентичності

З огляду на завдання нашого огляду не можна залишити поза увагою перші і класичні експерименти, які стали основою для розвитку соціально-ідентичнісної теорії – СІТ. Власне, перші експерименти проводилися на межі соціальної психології і когнітивної психології (саме в трендах останньої і були на той час когнітивні викривлення та упередження).

Одним із найбільш відомих і пізніше найбільш відтворюваних став *експеримент з довжиною ліній* (1959 рік). Експеримент Г. Тажфела з лініями був спрямований на дослідження того, як категоризація може впливати на сприйняття відмінностей між об'єктами. Під час цього дослідження учасникам показували вісім ліній різної довжини на великих аркушах картону і просили оцінити їхню довжину. Лінії дещо відрізнялися за довжиною, а завдання учасників полягало в тому, щоб оцінити довжину кожної лінії (*Tajfel, 1959*).

В одній з модифікацій експерименту лінії поділили на дві групи, де коротші лінії були позначені літерою «А», а довші – літерою «В». В іншій модифікації лінії мали випадкові позначення – також «А» і «В», які ніяк не корелювали з їхньою довжиною, а в контрольній групі лінії взагалі не мали позначень. Кілька разів і в різних умовах повторювані результати показали, що,

коли лінії були віднесені до певних груп, учасники бачили більшу різницю між лініями, які належали до різних груп. Наприклад, лінії з категорії «А» здавалися сильно відмінними за довжиною від тих, що належали до категорії «В». При цьому досліджувані менш точно сприймали різницю між лініями в одній категорії. Це явище стало відомим як «принцип акцентуації» – схильність підсилювати відмінності між категоріями і зменшувати їх усередині однієї категорії. Експеримент з лініями істотно вплинув на розвиток теорії соціальної ідентичності, оскільки продемонстрував, що сама лише категоризація може призвести до змін у сприйманні та оцінюванні об'єктів, навіть якщо між ними немає значних об'єктивних відмінностей або ці відмінності є такими, що їх складно виявити (Tajfel, 1959).

Наступний не менш відомий експеримент – *експеримент мінімальної групової парадигми* (minimum group paradigm, 1970 рік) (Tajfel, 1970). Учасники експерименту були випадковим чином розподілені на дві групи, причому цей поділ не мав жодного значення (наприклад, учасників просили вибрати, кому із двох художників вони віддають перевагу); іноді розподіл здійснювали на випадкових виборах. До експерименту учасники не знали одне одного і не взаємодіяли між собою в межах своєї групи. Після цього їх просили розподілити невелику суму грошей або балів між членами своєї й іншої групи. Незважаючи на те, що реальних підстав для прихильного або неприхильного ставлення до інших в учасників не було, вони систематично і повторювано віддавали перевагу своїм "членам групи", надаючи їм більше балів або ресурсів.

Цей експеримент показав, що навіть мінімальні умови, випадковий поділ на групи – без жодної історії, взаємодії чи конфлікту – достатні для того, щоб викликати упереджене ставлення і дискримінацію на користь своєї групи. Це відкриття спростувало теорію про те, що дискримінація виникає лише на основі особистісних характеристик або реальних конфліктів інтересів. Ідея мінімальної групової парадигми стала фундаментом для розвитку теорії соціальної ідентичності, згідно з якою саме належність до групи (навіть

мінімальна) визначає значну частину нашої самооцінки і впливає на те, як ми сприймаємо інших (Tajfel, 1970).

Ще один класичний експеримент, подібний до двох інших, – *експеримент з поділом ресурсів*: У цьому варіанті учасників просили розподілити ресурси між членами своєї та іншої групи. Навіть якщо їм не пропонували жодних особистих вигод або індивідуальних привілеїв, вони все одно демонстрували упередженість на користь своєї групи, намагаючись надати більше ресурсів саме своїй групі. Це показало, що упередженість може проявлятися без особистої вигоди, тільки на основі групової ідентифікації (Tajfel, 1971).

Як бачимо, явище групової упередженості дістало експериментальне підтвердження завдяки серії класичних експериментів. Але відкритим залишалося питання, наскільки це закономірний і повторюваний процес. Тому на основі цієї ідеї для того, щоб усунути вплив фактору випадковості, було проведено багато варіацій подібних експериментів з міжгруповою дискримінації.

Загалом дослідження, на яких ґрунтуються базові ідеї теорії соціальної ідентичності, проводилися за різними напрямками.

Експерименти з фінансовою винагородою. У цих експериментах учасникам пропонували розподілити грошові винагороди між членами своєї та іншої групи. Прикметно, що навіть коли в учасників була можливість вибрати стратегію, яка максимізувала б загальну суму винагород для всіх, вони часто обирали ту, що давала більшу вигоду їхній групі, навіть якщо загальна сума була меншою. Це показало, що люди часто готові пожертвувати загальним благом, щоб підвищити статус своєї групи порівняно з іншими (Tajfel, 1970).

Дослідження на основі образів і стереотипів. Тажфел також вивчав, як соціальна категоризація впливає на стереотипи. Під час цього дослідження учасникам пропонували оцінити інші групи на основі різних характеристик (наприклад, інтелекту чи доброзичливості). Виявилося, що люди схильні узагальнювати й спрощувати риси інших груп, водночас перебільшуючи

позитивні характеристики своєї групи та занижуючи переваги чужої. Це підкріпило розуміння того, як легко виникають стереотипи в процесі міжгрупової взаємодії (Tajfel, 1970).

Експерименти з класами в школах. Тажфел проводив експерименти і серед школярів, щоб дослідити, як діти ставляться до своїх однокласників з інших «груп» у класі. Діти розподілялися на команди за випадковими ознаками, після чого їх просили обрати команди (свою чи чужу), з якими вони хотіли б співпрацювати чи змагатися. Ці експерименти також показали, що навіть серед дітей виникає упередження щодо інших груп і діти часто віддають перевагу своїй команді (Tajfel, 1970).

Дослідження ефекту конкурентності та кооперації. В одному з досліджень Г. Тажфел разом з колегами вивчав, як на упередженість впливає конкурентний чи кооперативний контекст взаємодії між групами. Результати показали, що конкурентний контекст посилює упередження і фаворитизм, тоді як кооперативний – знижує ці прояви, оскільки учасники починають бачити взаємну вигоду в співпраці (Tajfel, 1970).

Ми навели тут лише деякі приклади класичних експериментальних досліджень. Загалом протягом кількох десятиліть їх було проведено чимало, і щоразу ці експерименти в той чи інший спосіб підтверджували базові механізми категоризації та внутрішньогрупових упереджень.

Власне, на основі цих експериментів і постали ідеї класичної теорії соціальної ідентичності та соціальної категоризації. Про суть цих явищ ми поговоримо в наступних розділах цього посібника.

1.3. Сучасні напрями досліджень і ключові персоналії соціально-ідентичнісного підходу

Разом з Генрі Тажфелом, а пізніше після смерті дослідника його ідеї і теорію соціально-ідентичнісного підходу розвивали численні учні і послідовники, хоч були, звісно, й опоненти його теорії. Прихильники вчення Тажфела різнобічно поглибили теорію соціальної ідентичності (CIT),

адаптуючи її до вивчення групової поведінки, лідерства, колективної дії, стереотипів та інших аспектів, а також актуальних умов розвитку і можливостей соціальної психології.

Згадаймо відтак найбільш відомих психологів, що працювали і працюють у парадигмі СПП.

Якщо вище ми детально представили біографію Генрі Тажфела та основні ідеї, з яких постала концепція міжгрупових відмінностей, то наступним логічним кроком було б звернути увагу на біографію і внесок Джона Тернера – фундатора другого «крила» соціально-ідентичнісного підходу і співавтора більшості засадничих праць у межах СПП.

Зауважимо таку цікаву закономірність: цитуючи джерела чи згадуючи про ті чи інші ідеї СПП, ми говоримо зазвичай про Тажфела і Тернера ніби «через кому» – так, ніби вони сучасники. Але насправді Джон Тернер був учнем Тажфела, тож його ідеї в часі виникли пізніше і вже спиралися на попередній доробок його вчителя, частину з якого ми описали вище. Саме тому біографію Джона Тернера і його послідовників ми наводимо вже після опису головних ідей Генрі Тажфела – фундатора теорії соціальної ідентичності.

Джон Тернер (John Charles Turner) народився 7 вересня 1947 року в Південному Лондоні у великій робітничій родині; він був старшим із восьми дітей. Родина жила в невеликій муніципальній квартирі, а батько працював на будівництві. І тут важливо розуміти, що для тогочасного Лондона був характерний досить глибокий класовий поділ. При цьому класова належність була не абстракцією, а повноцінною соціокультурною реальністю, яка багато в чому визначала долю людини. Власне, вихід за межі робітничого класу став для Тернера тривалим шляхом, але дав змогу набути життєвого досвіду, який сформував його подальші наукові інсайти. Спочатку він отримав стипендію престижної граматичної школи (середня і старша школа). Але далі відбувалася загалом типова історія, коли дитина з низів потрапляла в престижне, премійоване середовище. Формально – це історія успіху, фактично – історія одночасної адаптації і протистояння системі. Наприклад, робітничий акцент не

просто «вирізняв» Тернера – він був маркером чужинця і приводом для сегрегації. Як свідчать спогади, саме через акцент і соціальне походження Тернер не раз стикався з відторгненням і приниженням. Закінчення престижної граматичної школи дало йому змогу отримати стипендію для навчання в Університеті Сассексу (1965–1971), де йому, однак, так само велося не солодко. Він кілька разів переривав навчання, повертаючись до фізичної праці, бо мусив допомагати батькові, – працював на будівництві, а згодом – у друкарні на Фліт-стріт.

Саме в друкарні він долучився до активної профспілкової діяльності, характерної для тогочасного британського суспільства, і став невдовзі визнаним профспілковим організатором. Це був досвід, який радикально змінив його уявлення про психологію: не як про внутрішній світ індивіда, а як про щось, що народжується між людьми. Колективні дії, солідарність, конфлікт з адміністрацією, переговори, об'єднання зусиль для спільних дій – усе це дало Тернеру розуміння того, що група може бути джерелом сили, ідентичності й суб'єктності. Тому по завершенні університету він уже чітко знав, чим хоче займатись, і вступив до аспірантури Університету Брістоля. Його науковим керівником став Генрі Тажфел. Їхня співпраця була не просто академічною – радше це була зустріч двох різних, але комплементарних оптик. Якщо Тажфела передусім цікавили дискримінація, міжгрупові конфлікти, умови виникнення упереджень, то Тернера більше хвилювало інше питання: як саме групова належність стає частиною уявлень про себе і що відбувається з людиною, коли вона мислить і діє як «ми», а не як «я»? Для Тернера соціальна ідентичність не була просто «усвідомленням належності до групи», а передусім психологічним механізмом, завдяки якому індивідуальний досвід вбудовується в структуру суспільства. Саме так виникли перші ідеї теорії соціальної категоризації. У 1970-х роках Тернер викладав у Брістолі й був водночас публічним спікером, поширюючи соціально-психологічні знання. Він був блискучим промовцем, заангажованим, різким у дискусіях й абсолютно безкомпромісним щодо інтелектуальної точності. Колеги згадують, що для нього академічна

ввічливість ніколи не була важливішою за істину. Він убачав у соціальній психології не просто науку, а інструмент соціальних змін.

Переїзд до Австралії в 1980-х роках став новим етапом у науковій діяльності Тернера. Спочатку це був Університет Маккуорі, а з 1990 року – Австралійський національний університет. Саме там Тернер остаточно сформулював теорію самокатегоризації. Вона стала відповіддю на ключове питання: як і коли люди перестають мислити як окремі індивіди і починають мислити як група? І що це означає для влади, лідерства, соціального впливу та колективної дії? Це був радикальний відхід від індивідуалістичних моделей соціальної поведінки.

До кінця життя Тернер залишався переконаним, що жодні стійкі соціальні зміни неможливі без спільної ідентичності. Він наполягав, що кооперація, лідерство, солідарність і навіть виживання суспільств ґрунтуються не на індивідуальних мотиваціях, а на здатності людей бачити себе як частину «ми». Саме тому на його теорії сьогодні базуються дослідження соціальної згуртованості, протестів, політичної мобілізації, здоров'я та колективної травми.

Джон Тернер відійшов у вічність 24 липня 2011 року після тривалої хвороби. Він залишив по собі не просто науковий доробок, а спосіб мислення, у якому соціальна психологія перестає бути психологією «про окрему людину» і стає наукою про те, як люди разом створюють соціальну реальність (*Bourhis, 2012; Haslam, 2012*).

Тажфел і Тернер – це дві ключові персоналії, два «стовпи», на доробку яких побудована теоретична модель соціально-ідентичнісного підходу. За щонайменше п'ять десятиліть активного становлення цього напрямку до його розвитку ґрунтовно доклалося чимало дослідників, створивши повноцінну наукову школу.

Тож маємо згадати тих із них, хто зробив суттєвий внесок у дослідження соціальної ідентичності за кордоном.

Майкл Хогг (Michael A. Hogg) – британський соціальний психолог, на сьогодні один із найвідоміших послідовників ідей Г. Тажфела і Дж. Тернера, який досліджує соціальну ідентичність у контексті групових процесів, лідерства і колективної поведінки. Зокрема, він активно вивчав і вивчає групову поведінку як форму реалізації соціальної ідентичності. Ці напрацювання оформлені в теорію невизначеності ідентичності як важливий складник вивчення мотиваційного компонента соціальної ідентичності. Теорія пояснює, як люди зменшують почуття невизначеності щодо себе і свого соціального світу завдяки належності до соціальних груп і чому це для них важливо. Активно пропрацьовуючи концепцію «колективного Я», дослідник пояснює, як соціальні ідентичності формуються на основі групової поведінки. Також Хогг досліджував роль соціальної ідентичності у формуванні групових норм, стереотипів та упереджень (*Claremont Graduate University (n.d.)*).

Александр Хеслем (S. Alexander Haslam) – провідний австралійський соціальний та організаційний психолог, професор Університету Квінсленда, дослідницька діяльність якого ґрунтується на теорії соціальної ідентичності. Окрім інших його досягнень, одним із найбільш медійних і відомих став тюремний експеримент BBC 2002 року, який моделював Стенфордський класичний експеримент 1971 року. Результати цього експерименту лягли в основу ідей, що пояснювали, як формуються тиранія, конформність і групова поведінка. Результати експерименту дали підстави стверджувати, що це не обов'язково “вшиті” імперативи, а лише один із механізмів соціальної поведінки. Разом з колегами А. Хеслем написав і відредагував 15 книг, а також опублікував понад 300 рецензованих статей, зокрема присвячених питанням психології лідерства і влади, психології спорту і ролі соціальної ідентичності в спортивній сфері, психології здоров'я. Хеслем – відомий дослідник у галузі організаційної психології; він розширив застосування TCI для пояснення поведінки в організаціях, лідерства та мотивації (*The University of Queensland. (n. d.)*).

Ім'я британського соціального психолога **Джона Друпі** (John Drury) пов'язане передусім з дослідженням поведінки великих груп, зокрема натовпів. Радикально переглядаючи ідею про сліпий, бездумний натовп, він з колегами досліджує різноманітні явища його поведінки, як-от заворушення, спричинені протистоянням бандформувань і поліції в Шотландії; політичні протести; релігійні акції в різних країнах; катастрофи; катаклізми; терористичні акти тощо. У всіх цих ситуаціях у фокусі уваги дослідників – поведінка натовпу. На основі низки досліджень Джон Друпі і Стівен Райхер розробили розширену модель соціальної ідентичності (ESIM) (*University of Sussex (n. d.) (b)*).

Домінік Абрамс (Dominic Abrams) – видатний британський соціальний психолог, чиї дослідження присвячені різним аспектам відносин між соціальними групами і поведінки груп загалом, зокрема у сферах рівності і прав людини, упереджень, дискримінації, соціальних настановлень та соціальних змін протягом життя. Його експертиза охоплює соціальну і вікову психологію, а також геронтологію, використовуючи широкий спектр методів – від лабораторних і польових експериментів до національних і міжнародних опитувань. Абрамс – автор і співавтор понад 200 статей і численних книг про групи, ідентичність та соціальну інклюзію (*University of Kent (n. d.)*).

Дослідження **Ніка Гопкінса** (Nick Hopkins), відомого британського соціального психолога і науковця, зосереджені на груповій поведінці, зокрема на тому, як наша ідентичність формується через належність до соціальних груп. Основні питання, які він досліджує, – групова ідентичність і поведінка (як формується, як впливає на спільну поведінку і як люди сприймають себе та інших у контексті групових взаємодій). Ще один напрям його досліджень – мова, дискурс і соціальні категорії, зокрема конструювання соціальних категорій через комунікацію. Значну увагу Гопкінс приділяє вивченню колективної участі, спільних дій та ритуалів, їхнього впливу на згуртованість груп, також впливу соціальних змін на соціальну ідентичність (*University of Dundee (n. d.)*).

Марілінн Б. Брюер (Marilynn B. Brewer), видатна американська соціальна психологиня, запропонувала теорію оптимальних відмінностей, яка пояснює, як люди балансують між потребою в належності до групи і бажанням зберегти свою унікальність. Також у співавторстві із С. Рокас вона розробила теорію складності соціальної ідентичності, що встановлює взаємозв'язки між різними типами соціальної ідентичності і визначає їх вплив на самопрезентацію, оцінку себе та інших, а також здатність засвоювати нові види ідентичності (*Brewer, (n. d.)*).

Британський соціальний психолог **Стівен Райхер** (Steve D. Reicher), один із послідовників Г. Тажфела, активно досліджує поведінку натовпу. Йому належить низка засадничих праць щодо масових форм поведінки, які він відмовляється тлумачити як бездумні, інстинктивні і неконтрольовані. У своїх дослідженнях він фокусується на раціональних, організованих формах поведінки натовпу навіть під час масових заворушень. Він був одним з авторів уже згаданого вище тюремного експерименту BBC. У зоні його інтересів також колективна пам'ять та історична ідентичність, зокрема вплив історичних подій на ідентичність груп і роль наративів у сприйнятті спільних смислів для формування ідентичності. Значну увагу приділяє дослідник вивченню соціальних трансформацій та їхніх взаємозв'язків з процесами формування і зміни ідентичностей (*Reicher, (n.d.)*).

Наомі Еллемерс (Naomi Ellemers) – професор соціальної психології в Утрехтському університеті (Нідерланди). Її дослідження зосереджені на групових процесах, організаційній поведінці і соціальній ідентичності з особливим акцентом на різноманітності, інклюзії та етичній поведінці в організаціях. Вона зробила значний внесок у розуміння того, як соціальна ідентичність впливає на поведінку в групових умовах та організаціях, приділяючи особливу увагу практичним аспектам створення інклюзивного та етичного робочого середовища (*Ellemers, (n. d.)*).

Зрозуміло, ми не можемо тут згадати всіх психологів, які зробили вагомий внесок у розвиток теорії соціальної ідентичності. Сьогодні теорія

соціальної ідентичності і соціально-ідентичнісний підхід активно розвиваються і знаходять широке застосування в різних сферах соціального життя. Серед основних напрямів дослідження та прикладного використання СІП такі: організаційна психологія та організація робочого процесу; формування корпоративних культур; політичне, організаційне і неформальне лідерство; комунікації всіх рівнів – від масових до міжособистісних; політична і громадянська участь; колективна психологія і соціальні рухи; психологія катастроф; маркетинг, реклама і продажі; психологія спорту; психологія здоров'я; психологія цифрових спільнот і багато інших.

Хоч теорія соціальної ідентичності (ТСІ) значною мірою впливає на соціальну психологію, однак дослідники звертають увагу і на певні її слабкі сторони, а часом лунає і критика щодо окремих її аспектів. По-перше, ТСІ критикують за надмірну зосередженість на міжгруповій дискримінації та упередженнях. Попри те, що ідентифікація з групою часто асоціюється з негативним ставленням до інших груп, теорія не бере належним чином до уваги ситуацій міжгрупової кооперації, коли спільні цілі сприяють співпраці. По-друге, ТСІ ігнорує індивідуальні відмінності та мотивації. Наприклад, різні люди можуть мати різний рівень схильності до ідентифікації з групами залежно від особистих характеристик або життєвого досвіду. Третім недоліком є недостатнє пояснення механізмів творення ідентичності: ТСІ не завжди може пояснити, як саме формується ідентичність у різних соціальних чи культурних контекстах або як вона змінюється з часом.

Крім того, критики зауважують труднощі з перевіркою та операціоналізацією основних понять теорії, як-от "позитивна відмінність" чи "соціальна ідентифікація". Ці поняття можуть бути розмитими, що ускладнює емпіричне дослідження. Прихильників теорії також звинувачують в ігноруванні культурних і структурних аспектів, які впливають на формування ідентичності. Оскільки більшість досліджень базується на західних культурах, це дещо обмежує універсальність теорії. Нарешті, надмірний акцент на категоризації як основі конфліктів можна вважати певною мірою спрощенням, оскільки не

враховуються економічні, політичні чи історичні чинники, що лежать в основі багатьох конфліктів. Отже, попри вагомий внесок, який теорія соціальної ідентичності зробила в розуміння цього соціально-психологічного феномену і міжгрупових процесів, постає потреба в її удосконаленні для врахування впливу індивідуальних, культурних і структурних факторів.

У цьому посібнику наголошується саме на цих аспектах соціально-ідентичнісного підходу, щоб доповнити поширені і загальновідомі ідеї менш поширеними і такими, що роблять спробу пояснити найбільш складні й незбагненні явища соціальної ідентичності.

Розділ 2

СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ І СОЦІАЛЬНА КАТЕГОРИЗАЦІЯ

2.1. Соціальна ідентичність: визначення, структура, функції

У цьому розділі фокус уваги спрямований на основне поняття теорії – соціальну ідентичність. Власне, її класичне визначення, запропоноване Г. Тажфелом і Дж. Тернером у 1979 році, залишається незмінним: *соціальна ідентичність* – це «аспекти образу Я людини, що виникають із соціальних категорій, до яких вона відчуває свою належність» (Tajfel & Turner, 1979).

Більш детальне визначення має такий вигляд: *соціальна ідентичність* – це частина самосприйняття людини, що формується на основі належності до соціальних груп. Вона охоплює знання про групове членство та емоційне й оцінне значення, яке вони мають для людини (Haslam, 2012; Hogg, 2000, 2018).

Соціальна ідентичність дає людині відчуття себе в групі, пов'язане з оцінками "ми" проти "вони", з відмінностями між групами, що часто зумовлює формування позитивного образу власної групи на основі порівняння з іншими групами (Ellemers, 2012; Scheepers, 2019).

Відповідно, *соціальна ідентифікація* – це процес, через який людина ототожнює себе з певною соціальною групою, приймаючи її норми, цінності та поведінкові моделі як свої власні. Це когнітивний і мотиваційний процес, завдяки якому люди відчують психологічну належність до групи. Ідентифікація з групою може бути посилена через соціальні порівняння, емоційне залучення та інтергрупові відмінності (Ellemers, 2012; McKeown, 2016; Reicher, 2010). Поняття «соціальна ідентичність» визначає, як люди пізнають і проживають свою групову належність через ідентифікацію з групами.

Однак не менш важливим є питання, яке місце займає соціальна ідентичність загалом у структурі ідентичностей особистості. М. Брюер (M. Brewer) у *теорії оптимальної відмінності* (optimal distinctiveness theory) пояснює прагнення людини до балансу між потребою належати до групи (соціальна включеність) і потребою в унікальності (індивідуальна відмінність) (Leonardelli, 2010). Дослідниця стверджує, що людина не тільки прагне до ідентифікації з групою для підвищення самооцінки (як припускали Тажфел і Тернер), а хоче відчувати себе частиною групи і водночас залишатися унікальною особистістю. Ці прагнення оптимально врівноважуються тоді, коли люди знаходять групу, яка дає їм змогу задовольнити ці дві потреби: бути частиною більшого колективу, але мати певні відмінності, що роблять їх унікальними серед інших членів цієї групи. Брюер пропонує виокремлювати чотири типи соціальної ідентичності: (1) *особистісну*, котра відображає, як характеристики групи інтерналізуються і стають частиною я-концепції; (2) *стосункову*, яка визначає «я» щодо певних людей, з якими особа взаємодіє в груповому контексті; (3) *групову*, еквівалентну традиційному визначенню; (4) *колективні ідентичності*, які стосуються процесів, у яких член групи не лише поділяє ознаки самовизначення, а й залучений у соціальну дію; у цій дії формується образ того, що обстоює його група, як вона себе презентує і як сприймається іншими (Brewer, 2006).

Згідно з класичним підходом у *структурі* соціальної ідентичності поєднуються три компоненти: когнітивний, емоційний і поведінковий.

Когнітивний компонент соціальної ідентичності – це передусім усвідомлення своєї належності до певної групи і, відповідно, всі знання, пов'язані із цим усвідомленням. Людина пізнає і пізніше визначає себе як частину групи, вивчаючи і засвоюючи групові атрибути як частину власного "я". Завдяки самокатегоризації і здобутим у такий спосіб знанням у людини формується певне "групове" сприйняття реальності, на основі якого вона може структурувати своє мислення та орієнтуватися в соціальному середовищі. Структуровані знання про соціальну дійсність формують підстави для

подальшої ідентифікації і є основою для процесів соціального порівняння, через які людина прагне створити позитивний образ своєї групи порівняно з іншими групами (*Scheepers, 2019*).

Когнітивний складник соціальної ідентичності також має важливе значення для регулювання поведінки людини в межах групи, оскільки допомагає їй визначати свою роль у групі та очікування щодо поведінки інших членів групи. Завдяки такому сприйняттю людина здатна оцінювати свою поведінку під кутом зору прийнятих у групі норм та адаптувати її відповідно до групового контексту (*Ellemers, 2012*).

Афективний компонент соціальної ідентичності пов'язаний з емоційним ставленням до групи. Людина може відчувати гордість, задоволення або навіть любов до своєї групи, що зміцнює її бажання залишатися її частиною і підсилює самооцінку. Афективний компонент соціальної ідентичності виконує функцію підтримання самооцінки та забезпечення соціального прийняття (*McKeown, 2016*). Людина, яка має сильний емоційний зв'язок із групою, дістає від неї емоційну підтримку, особливо в умовах міжгрупового конфлікту або загрози. Негативні ж почуття до групи призводять до складних процесів переосмислення власної групової належності і трансформації групової ідентичності. Так само негативно вони можуть позначитися на самооцінці чи на стратегіях соціальної самопрезентації. Афективний компонент також підвищує значущість групи для людини, що сприяє готовності захищати її інтереси і протистояти загрозам з боку інших груп (*Haslam, 2012*).

Поведінковий компонент соціальної ідентичності відображає поведінку, стратегії, дії або бездіяльність, притаманні людині через її належність до певної соціальної групи. Цей компонент показує, як соціальна ідентичність впливає на поведінку людини під час взаємодії з іншими людьми і групами, а також як групова динаміка зумовлює особливості поведінки груп і міжгрупової взаємодії. Соціальна ідентичність як поведінка проявляється в різних аспектах, як-от участь у групових заходах, вибірковість у взаємодії, узгодження власної поведінки з груповими нормами та ініціювання змін для

підвищення статусу групи. Крім того, поведінковий компонент проявляється через інгруповий фаворитизм, коли люди виявляють більш позитивне ставлення до своєї групи порівняно з іншими (*Tajfel, 1974*).

Поведінковий компонент є найбільш складним для вивчення, адже поведінка людини чи групи в кожен конкретний мить є полімотивованою, тоді як знання чи почуття – це порівняно сталі феномени, більш доступні для вивчення. Однак саме в межах СІП сьогодні проводяться численні дослідження соціальної поведінки, найважливіші результати яких ми розглянемо в наступних розділах нашого посібника. Адже саме ключові знахідки СІП дають змогу пояснити і поведінку людини як члена малої інгрупи, і поведінку натовпу (*Capozza et al., 2000; Haslam, 2012; Hopkins & Reicher, 1997*).

Соціальна ідентичність виконує кілька *ключових функцій*, які визначають її природу і суть:

Належність до групи. Соціальна ідентичність формується через належність до певних соціальних груп (національних, професійних, релігійних тощо). Люди відчують спільну ідентичність з іншими членами групи і засвоюють цінності, норми і переконання цієї групи, забезпечуючи собі в такий спосіб соціальне членство у важливих для них групах. Відповідно, потреба соціальної належності є однією з базових людських потреб, і соціальна ідентичність відіграє ключову роль у забезпеченні цієї потреби (*Hogg, 2000, 2018*).

Порівняння себе з іншими, правила взаємодії та орієнтація в соціумі. Ідентичність є відносною, тобто люди оцінюють свою групу, порівнюючи себе з іншими людьми, а свою групу – з іншими групами. Таке порівняння є основою для формування уявлень про міжгрупові відмінності і внутрішньогрупову подібність. Воно дає змогу розуміти, хто і які є “ми”, хто і які є “вони” і що у зв’язку із цим потрібно робити чи як почуватися. У такий спосіб людина орієнтується в суспільстві, соціальних нормах і правилах (*Reicher, 2010; Scheepers, 2019*).

Соціальна підтримка. Ідентифікація з групою є не лише когнітивним процесом – вона передбачає емоційний зв'язок із групою. Він може проявлятися у формі гордості за належність до групи, задоволення від соціальної підтримки або навіть агресії, якщо група зазнає загрози. І навпаки, це може бути відчуття сорому чи приниження, якщо група є маргіналізованою чи зазнає дискримінації. Ці почуття будуть суттєво впливати на самооцінку і соціальну репрезентацію членів групи (*Scholz, 2023; Trepte, 2006*).

Задоволення потреби в позитивному самосприйнятті та самооцінці. Позитивний образ власної групи сприяє підвищенню самооцінки і посилює позитивне самосприйняття. Прагнення до цього образу і його конструювання є однією з базових форм реалізації соціальної ідентичності. Парадокс полягає в тому, що власний позитивний образ групи може не збігатися з умовним “загальноприйнятим” підходом до оцінки статусу і “позитивності” групи. Для формування і підтримання позитивного самосприйняття групи її члени можуть використовувати різноманітний набір стратегій, що буде виконувати завдання підтримання позитивної ідентичності (*McKeown, 2016, Turner, 2008*).

Формування поведінкових норм. Соціальна ідентичність сприяє формуванню й підтриманню групових норм і поведінкових моделей, які є типовими для членів групи. Ці норми забезпечують узгодженість поведінки членів групи і допомагають їй діяти як єдине ціле, а також сприяють зниженню особистої невизначеності. Стратегія “я дію як представник своєї групи” дає змогу почуватися більш упевнено в соціальній взаємодії, а також використовувати групові поведінкові патерни в ситуаціях небезпеки чи невизначеності (*Ellemers, 2012; Haslam, 2012*).

Узгодження різних групових належностей в єдиній системі соціальної ідентичності. Соціальна ідентичність може бути багаторівневою, тобто людина може одночасно ідентифікувати себе з кількома групами (наприклад, як громадянин країни, як професіонал і як член сім'ї). Різні рівні ідентичності активуються залежно від контексту і соціального оточення, по-різному між собою взаємодіють і взаємопов'язані. У кінцевому підсумку структура та

ієрархія соціальних ідентичностей впливають і на соціальну репрезентацію, і на самооцінку, і на когнітивні процеси, і на багато інших характеристик особистості (*Reicher, 2010*).

Отже, соціальна ідентичність виконує багато необхідних для повноцінного функціонування в соціумі функцій. Як очевидно випливає з опису, ці функції мають і позитивний, і негативний бік. У разі конструктивного розгортання соціальних процесів соціальна ідентичність буде виконувати всі ці функції, забезпечуючи позитивний досвід групової належності. І навпаки: у разі деструктивної соціальної динаміки можуть виникати загрози ідентичності, і тоді людина буде вдаватися до певних дій, щоб змінити ситуацію на свою користь.

Перш ніж перейти до більш детального розгляду цих тем, пропонуємо пригадати етапи формування соціальної ідентичності.

Перший етап – **соціальна категоризація**, тобто вирізнення “себе і своїх” з-поміж “інших”. Це вирізнення може відбуватися за будь-якою ознакою, після чого відбувається поділ на групи ("ми" і "вони"). Люди намагаються спростити соціальну реальність, групуючи інших за певними характеристиками, як-от національність, професія або вік. Це дає змогу структурувати соціальний світ й осмислити свою роль у ньому. Але тут також приховується загроза дискримінації і спрощення. Утім, соціальна категоризація – одна з основних навичок, які ми засвоюємо в процесі соціалізації. Вона сягає корінням у загальну когнітивну категоризацію, яка є необхідною для виживання функцією мислення і пізнання (*Ellemers, 2012; Hogg, 2018*).

На наступному етапі – **соціальної ідентифікації** – людина починає ідентифікувати себе з певною групою, приймаючи її норми, цінності та поведінкові стандарти як свої власні. Людина розвиває відчуття належності до групи і спільну з нею ідентичність (*Scholz, 2023, Turner, 2008*).

Після того як людина ідентифікує себе з групою, вона починає порівнювати свою групу з іншими, запускаючи тим самим процес **соціального порівняння**. Соціальне порівняння є складним процесом, у перебігу якого

можуть бути використані різні стратегії (про які йтиметься в наступних розділах цього посібника). Загалом же соціальне порівняння важливе для підтримання позитивного образу групи, а відповідно, і власного позитивного образу (*Haslam, 2012, Treppe, 2006*).

Наступний етап – формування **емоційної залученості до групи**. Ідентифікація з групою набуває емоційного забарвлення, коли людина сповідуючи групові норми і цінності як власні, починає відчувати гордість за належність до групи, задоволення від групової підтримки або навіть роздратування в разі конфлікту з іншими групами. Емоційна залученість проявляється, власне, тоді, коли ці відчуття стають важливими в її соціальному функціонуванні і починають визначати поведінку та соціальну діяльність і репрезентацію. Емоційне забарвлення посилює зв'язок людини з групою і мотивує членів групи захищати її інтереси.

Ще один важливий процес – **інтеграція в поведінкові моделі і групові норми**. Члени групи засвоюють правила і поведінкові норми, що панують у їхньому середовищі, і починають діяти відповідно до них. Цей процес підтримує узгодженість поведінки в межах групи і робить її дії більш колективними. Водночас він посилює почуття належності до групи, зміцнюючи ідентичність і згуртованість (*Reicher, 2010; Scheepers, 2019*).

Отже, соціальна ідентичність – це складний соціально-психологічний феномен, який є відправною точкою і разом з тим однією із ключових характеристик соціального буття людини.

2.2. Соціальна категоризація: визначення, ознаки, особливості множинної соціальної категоризації

Теорія соціальної категоризації Дж. Тернера є однією із двох засадничих теорій, які утворюють соціально-ідентичнісний підхід. Сучасні дослідження і знання про соціальну ідентичність неможливі без розуміння механізмів і закономірностей соціальної категоризації.

Соціальна категоризація ґрунтується на загальному когнітивному процесі категоризації. Когнітивна категоризація допомагає економити когнітивні ресурси, а також структурувати й розширювати наші знання. Категоризація виконує дві основні функції: сприяє економії когнітивних ресурсів і забезпечує доповнення знань, яке виходить за межі доступної інформації (McGarty, 2018).

Отже, **соціальна категоризація** – це когнітивний процес, за допомогою якого люди впорядковують соціальний світ, відносячи себе та інших до різних груп на основі спільних характеристик. Цей процес допомагає зменшити складність соціальної інформації і полегшує розуміння та передбачення поведінки інших (Hogg, 2000).

У соціально-ідентичнісному підході соціальну ідентичність розглядають, власне, як результат процесу соціальної категоризації – когнітивного процесу, який дає людині змогу організовувати інформацію про навколишній світ, акцентуючи відмінності між категоріями (групами) і пом'якшуючи відмінності між елементами всередині однієї категорії (групи). Соціальні категорії і власне членство в них пов'язані з позитивним або негативним ціннісним змістом, тому соціальна ідентичність може бути позитивною або негативною – залежно від оцінок тих груп, з якими ідентифікує себе людина (інгруп), а також оцінок аутгруп.

Соціальна категоризація може відбуватися на різних рівнях абстракції – від персоніфікованого до загального (наприклад, національної ідентичності). Цей процес базується на застосуванні механізму метаконтрасту, який підкреслює внутрішньогрупову схожість і міжгрупові відмінності. Метаконтраст передбачає, що об'єкти або люди розглядаються як група, якщо їхні внутрішньогрупові відмінності менші за відмінності щодо інших груп (McGarty, 2018).

Категоризація із застосуванням механізму метаконтрасту охоплює два основні аспекти:

- 1. Збільшення міжгрупових відмінностей.** Це означає, що люди схильні бачити членів своєї групи як більш схожих між собою і

більш відмінних від членів інших груп. Наприклад, якщо людина належить до певної етнічної групи, вона може сприймати інші етнічні групи як дуже відмінні від своєї, навіть якщо реальні відмінності є незначними. Такий підхід допомагає людям зберігати чіткі межі між "своїми" і "чужими".

2. Зменшення внутрішньогрупових відмінностей. Водночас разом з акцентуванням міжгрупових відмінностей метаконтраст сприяє згладжуванню внутрішніх відмінностей у своїй групі. Наприклад, люди можуть вважати, що всі члени їхньої команди поділяють спільні цінності або поведінкові риси, навіть якщо насправді в кожного з них різні погляди (Turner, 1987).

Завдяки такому когнітивному опрацюванню формується певний **прототип соціального об'єкта**, який охоплює набір сприйнятого, настановлень, ставлень і знань. На основі категоризації люди об'єднуються в групи з певними спільними ознаками (або "прототипами"), які відрізняють одну групу від іншої. Сприйняття і прийняття прототипу допомагає людині узагальнити характеристики своєї групи. У такому прототипі відображаються водночас подібність між членами групи і відмінність від інших груп. Прототипи визначають властивості категорій, оцінюють їх і прописують притаманну членам групи поведінку (Hamilton & Sherman, 1996).

Чим глибше і сильніше засвоєний прототип, тим більш ентитавною сприймається група. Тобто **ентитавність** можна визначити як міру, якою група сприймається як згуртований, єдиний суб'єкт. Цей термін описує, наскільки кожен окремих член групи сприймається як «схожий на групу» або як типовий представник групи, а відповідно, наскільки група сприймається як єдине ціле (Hogg, 2000).

Оскільки прототип будується на метаконтрасті і порівняльному протиставленні, він переважно описує ідеального члена групи, а не реального і, відповідно, ідеальні, узагальнені характеристики, а не реальні. Метаконтраст передбачає інтра- й інтергрупове порівняння, а тому будь-які зміни в

соціальному контексті, у якому здійснюється порівняння, впливають на прототип. Отже, прототипи є контекст-специфічними і можуть змінюватись, якщо змінюється контекст. Чим більше нам відомо про групу, чим більше ми в неї включені, тим більше нам доступно чітких репрезентацій і тим менш мінливим є прототип. Однак у нових групах чи групах, про які відомо небагато, прототип може бути значно мінливішим (*Turner, 1987*).

Люди використовують ці доступні їм категорії і соціальні характеристики (власні, власної групи та інших), щоб надати сенсу соціальному контексту. Цей сенс з'являється тоді, коли використаний спосіб категоризації адекватно, на думку людини, відображає відмінності й подібності між людьми; наскільки добре стереотипні характеристики відображають те, чому люди поведуться так, як вони поведуться, і є тим, ким вони є. Якщо категоризація не працює, люди розпочинають новий цикл пошуку доступних способів категоризації, поки не досягається потрібний рівень відповідності. Найчастіше люди вмотивовані категоризувати людей так, щоб виявити їхню відповідність із якоюсь групою (*Hogg, 2000*).

Категоризації, які мають оптимальну «припасованість», стають психологічно значущими у визначеному соціальному контексті і відіграють роль основи для самокатегоризації, групової ідентифікації, деперсоналізації, що ґрунтується на певному прототипі поведінки. Ці категоризації акцентують внутрішньогрупові подібності і міжгрупові відмінності, посилюючи засвоєну нормативність та підтримуючи релевантну контексту групову і міжгрупову поведінку. Разом з тим, ставши значущими, категоризації стають складником цінностей особистості, і в такому разі змінювати їх буває досить складно. Процес самокатегоризації також передбачає, що люди спрощують соціальну реальність, виокремлюючи інші групи (так звані аутгрупи), а це, відповідно, окреслює чіткі межі між "своїми" і "чужими". Важливо, що прототипи можуть варіюватися залежно від того, з якою групою відбувається порівняння. Це означає, що внутрішньогрупові характеристики можуть змінюватися залежно від контексту: одна й та сама група може по-різному визначати себе порівняно з

різними аутгрупами. Якщо контекст змінюється надовго, прототипи можуть змінитися глибше і ставати більш стійкими (Hogg, 2000).

Одним із ключових ефектів соціальної категоризації є **деперсоналізація** – характеристика самосприйняття, коли люди бачать себе насамперед як членів соціальних груп, оцінюючи себе та інших через характеристики і відповідність прототипу групи. Деперсоналізація передбачає перехід від особистої до групової ідентичності. Людина починає робити акцент на спільних характеристиках, які об'єднують її з іншими членами групи, замість того щоб зосереджуватися на своїх індивідуальних рисах. Цей процес забезпечує нормативну поведінку членів групи, трансформуючи їхнє самовідчуття і сприяючи соціальній згуртованості в конфліктних ситуаціях. Але таке сприйняття може призводити до виникнення стереотипів та узагальнень як щодо своєї групи, так і щодо зовнішніх груп. Прототипність стає ключовим критерієм у груповому житті, тому тих, хто відхиляється від прототипних стандартів, зазвичай суворо критикують, а тих, хто є максимально наближеним до групового прототипу, наділяють значним впливом (Hogg, 2001).

Проте важливо не забувати про те, що внутрішньогрупові процеси динамічно взаємопов'язані з міжгруповими процесами. Зміна контексту міжгрупового порівняння може суттєво змінити прототип групи, а отже і всю групову динаміку (Hogg, 2001).

Множинна соціальна категоризація: адитивна модель. Ясна річ, що в людському житті категоризація за однією, нехай навіть і найширшою ознакою, практично неможлива. Люди зазвичай мають багато ознак, за якими вони визначають відмінності й подібності між собою і, відповідно, власну групову належність до групи чи груп. Тому якщо категоризація відбувається за одним критерієм чи за набором пов'язаних між собою стереотипних критеріїв, то соціальне сприйняття здійснюється за зрозумілою схемою. Значно більше питань постає в ситуації, коли категоризація має відбуватися за різними, а то й суперечливими категоріями.

Якщо дослідження простих категорій підтвердили, що упередженість найчастіше виникає в умовах «свої» проти «чужих», то більш складні комбінації категорій змінюють ці взаємовідношення. Наприклад, перехресна категоризація, що враховує стать (чоловік/жінка) і національність, створює чотири підгрупи: українка-жінка, українка-чоловік, полька-жінка і поляк-чоловік. Такі перетини можуть як зменшувати, так і посилювати упередженість залежно від контексту.

Одночасне застосування кількох критеріїв для категоризації людей може породжувати внутрішню напруженість і загострювати міжгрупові конфлікти. Наприклад, якщо людина строго асоціюється з однією категорією, то виникають сумніви щодо того, що вона може належати водночас і до іншої групи. Прикладом однієї із найбільш суперечливих перехресних категоризацій є, наприклад, поєднання військової/ветеранської ідентичності з іншими дуже різноманітними соціальними категоріями. Ось, скажімо, одна із сучасних когнітивних суперечностей: як може стереотипно “хороший” і “героїчний” ветеран бути представником маргіналізованої групи? І питання суспільної ваги, яке звідси випливає: а як тоді категоризувати й оцінювати таку людину? Тобто перехресна категоризація може посилювати конфлікти, якщо людей одночасно відносять до кількох «чужих» чи протилежних груп. Особливо якщо це групи з різною соціальною оцінкою.

Дослідження *Deschamps & Doise* підтвердили, що перетин соціальних категорій знижує загальний рівень конфліктності. Наприклад, у племінних суспільствах, де перехресні категорії є поширеним явищем, рівень міжгрупового насильства зазвичай нижчий. Емпіричні моделі впливу множинної категоризації спираються на адитивну модель, згідно з якою люди з подвійною належністю до «своїх» груп сприймаються найбільш позитивно, тоді як подвійна «чужа» ідентичність викликає найбільшу упередженість. У разі часткового перетину (коли одна категорія «своя», а інша – «чужа») оцінки є більш нейтральними (*Deschamps, 1978*). Тобто якщо людина належить одночасно і до “своєї”, і до “чужої” групи, то її негативна оцінка буде умовно

“нейтралізована” позитивною, але і позитивною повністю не стане. Експерименти М. Брюер та її колег показали, що наявність хоча б однієї спільної категорії зменшує упередження навіть за умови часткових розбіжностей. Однак когнітивне опрацювання цієї інформації має свої межі: люди схильні спрощувати сприйняття, фокусуючись на домінантних категоріях, якщо інформація про інші менш значуща (*Brewer, 1988*).

Згідно з адитивною моделлю люди, які водночас належать до двох «своїх» груп, викликають найпозитивніше сприйняття, тоді як індивіди з подвійною «чужою» ідентичністю стикаються з найсильнішою упередженістю; якщо ж одна категорія є «своєю», а інша – «чужою», оцінки залишаються більш нейтральними. Разом з тим люди мають схильність до когнітивного спрощення, зосереджуючи увагу на одній домінантній категорії, якщо інформація про інші категорії здається менш значущою. Це явище пояснює, чому в складних ситуаціях, зокрема під час конфліктів, люди часто ігнорують спільні риси й акцентують увагу на відмінностях (*Crisp, 2006*).

Множинна категоризація може бути ефективною стратегією для зниження рівня міжгрупових конфліктів. Наприклад, освітні програми, що підкреслюють спільні риси між різними соціальними групами, здатні згладжувати упередження і сприяти взаєморозумінню. Політичні ініціативи, спрямовані на демонстрування спільних інтересів різних соціальних груп, також є успішними, коли йдеться про зниження напруженості. Однак у цієї стратегії є певні обмеження. У деяких ситуаціях сильні соціальні категорії, як-от етнічна належність, можуть домінувати над перехресними і навіть підсилювати упередженість.

Адитивна модель множинної категоризації – одна з перших, яка спробувала пояснити складність соціальної категоризації і взаємодію групових належностей. Але питання, як ми поєднуємо різні соціальні категорії і різні групові належності, залишається однією із ключових тем сучасних соціально-психологічних досліджень.

2.3. Мотиви соціальної ідентичності. Гіпотеза самооцінки

Обґрунтування й опис соціальної ідентичності в класичних працях містять також таку її характеристику, як мотиви соціальної ідентичності. Це не зовсім властиве для української мови і не зовсім традиційне для вітчизняної науки вживання терміна “мотиви”, однак саме так ця характеристика соціальної ідентичності представлена в категорійному апараті СІП. “*Мотиви ідентичності*” – це термін, що поєднує функції і стратегії підтримання, а також мотиви конструювання і зміни соціальної ідентичності. Простіше кажучи, це термін, який описує мотиви функціонування соціальної ідентичності як феномену.

Отже, це поняття лежить на межі функцій (для чого нам соціальна ідентичність?) і стратегій її підтримання. Нижче розглянемо найбільш вивчені й описані мотиви соціальної ідентичності.

Когнітивні мотиви конструювання ідентичності. Потреба в розумінні світу виникає через необхідність прогнозувати події, які будуть відбуватися в майбутньому. Знання про світ і про людей прирівнюються до можливості досягнути, що буде далі. З цього погляду групова належність задовольняє людську потребу в отриманні сенсів і пояснень. Зокрема, *модель підтримання сенсу* (The meaning maintenance model – MMM) стверджує, що невідповідність між новим, актуальним досвідом людей і їхніми переконаннями та уявленнями порушує відчуття наявності сенсу і породжує пристосувальні реакції, які відновлюють рівновагу і цілісну картину світу (Heine, Proulx, & Vohs, 2006). Згідно з MMM, люди можуть або спробувати усунути загрозу власній картині світу безпосередньо, або зосередитися на альтернативних джерелах підтримки (наприклад, на інгрупі), на які не впливає постала загроза. Цей процес дістав назву *плавної компенсації*. Негативні почуття також можуть бути подолані через ідеалізовану до крайнощів упевненість у собі чи власній соціальній ідентичності. Незалежно від того, яку стратегію для конструювання і підтримання когнітивного складника ідентичності використано, вони мають

спільне – пошук *епістемологічної рівноваги*. І саме цей термін відображає всі когнітивні процеси, що лежать в основі побудови і підтримання соціальної ідентичності (Heine, Proulx, & Vohs, 2006).

Афективні мотиви ідентичності. Класична теорія соціальної ідентичності пов'язує афективні мотиви соціальної ідентичності з тенденцією підтримувати позитивне групове «ми» і високу групову самооцінку. Деякі інші підходи розглядають афективні мотиви з більш я-центрованої позиції (Leary, 2000). Згідно із цими підходами *самооцінка* є результатом значущості зв'язку людини з групою (тобто відчуття належності), а не міжгрупових порівнянь, які визначають цінність групи. Отже, самооцінка відображає якість цінних соціальних відносин, доступних для людини, а значить, слугує системою моніторингу для запобігання неприйняттю та соціальній девальвації особистості всередині груп. Ця позиція дає змогу пояснити, чому в індивідуальному вимірі в повсякденному житті внутрішньогрупові зв'язки є більш пріоритетними. Більшість частіше прагне виправдати очікування членів своєї групи, щоб уникнути соціальної девальвації, ніж докладати зусиль щодо міжгрупового порівняння. Унаслідок того, що, по-перше, людина одночасно належить до багатьох груп, а по-друге, ці групи можуть мати суттєво різні цінності й уявлення про норми та ідеали, людина може дістати соціальне визнання через широкий спектр різної поведінки – від конструктивної і спрямованої на співпрацю до деструктивних практик, пов'язаних із насильством. Але як і в першому випадку, які б не були ці мотиви «зсередини», основна їхня суть – підтримання самооцінки і переживання своєї «хорошості» (Hogg, 2000).

Загалом питання самооцінки в конструюванні й підтриманні соціальної ідентичності належить до категорії питань, що наразі активно вивчаються. Спочатку була гіпотеза М. Хогга і Д. Абрамса про самооцінку. Відповідно до цієї гіпотези люди прагнуть підвищити свою самооцінку через позитивну ідентифікацію з групою. Гіпотеза містила два основні положення: (1) успішна

міжгрупова диференціація підвищує самооцінку, (2) низька або загрожена самооцінка мотивує людей до міжгрупової дискримінації.

Дослідження, що проводилися для перевірки цієї гіпотези, частіше підтверджували перше положення і значно рідше – друге. Це свідчить про брак доказів, які б підтверджували причинність низької самооцінки для дискримінації (McKeown, 2016). Пізніше було запропоновано *динамічну модель соціальної самооцінки*. Ця модель розвиває гіпотезу самооцінки, наголошуючи на взаємодії двох факторів: рівня колективної самооцінки і загрози соціальної ідентичності (Martiny, 2016).

Отже, люди з високою колективною самооцінкою прагнуть підтримувати позитивне сприйняття своєї групи. Коли зовнішня інформація, наприклад негативні результати міжгрупового порівняння, не збігається з їхнім позитивним уявленням про групу, виникає мотивація компенсувати цей розрив за допомогою стратегій управління ідентичністю, як-от знецінення зовнішньої групи. Тобто якщо результат порівняння своєї та іншої групи негативний, то запускається другий, менш негативний, процес *коригування*. Наприклад, якщо футбольна команда програє матч, її члени можуть зменшити негативний ефект, стверджуючи, що, хоча суперники грають краще, їхня команда є більш згуртованою чи веселою. Але іноді відновлення позитивного образу групи вимагає значних когнітивних ресурсів. Коли ці ресурси обмежені (наприклад, через розумову перевантаженість), члени групи не можуть ефективно протистояти загрозі ідентичності. Це призводить до виникнення негативних емоцій, як-от розчарування або злість, і посилення дискримінації та аутгрупової агресії. Отже, загроза високій колективній самооцінці є ключовою умовою для дискримінації; люди, що є носіями цієї високої колективної самооцінки, витрачають більше сил на її підтримання, і в разі нестачі когнітивних ресурсів вони не можуть ефективно захистити свою ідентичність, що викликає сильні негативні емоції і посилення дискримінації (Martiny, 2016).

Н. Еллемерс і П. Мліскі вважають, що, крім мотивації самоповаги і збереження самооцінки (бути кращим за інших), в ідентифікаційних процесах

діє ще й *мотивація відмінності* (бути відмінним від інших). На прикладі вивчення стереотипів у польських і голландських студентів вони встановили, що прагнення до набуття власної національної ідентичності часом є більш важливим, ніж створення позитивного національного іміджу (Ellemers, 1996).

Поведінкові мотиви соціальної ідентичності. Люди хочуть контролювати свої дії і своє фізичне й соціальне середовище так, щоб те, що відбувається, і наслідки подій залежали від їхніх намірів і бажань. Група дослідників (U. Fritzsche та ін.) розробила *модель групового контролю* (group-based control – GBC). В її основу покладено ідею, що людина може підтримувати або відновлювати відчуття контролю, визначаючи себе на рівні групи (тобто на рівні соціальної ідентичності) і діючи як член групи. Визначення «Я» в термінах «ми» (замість «Я») може допомогти зберегти уявлення про те, що «Я» здійснює контроль, оскільки евристично групи сприймаються як однорідні агенти, які контролюють своє середовище. І чим меншим стає відчуття особистісного контролю, тим більшою мірою проявляється тенденція ідентифікувати себе з групами, що є агентськими і справляють вплив на середовище. Якщо групова поведінка є способом справитися з втратою контролю, поглиблюються внутрішньогрупові упередження, посилюються тенденції до конформності і зростає значущість внутрішньогрупових цінностей і цілей (Fritzsche, 2013).

Пізніше Кетрін Гріневей з колегами (S. A. Haslam, T. Cruwys, N. Branscombe і R. Ysseldyk) показали прямий зв'язок між соціальною ідентифікацією і суб'єктивним сприйняттям контролю. У низці досліджень групова ідентифікація зумовлювала сильніші почуття особистого контролю серед учасників. Більше того, експериментально підготовлена групова ідентичність захищала учасників від загрози їхньому сприйняттю агентності (Greenaway, 2015). Тобто, крім виконання епістемологічних і самооцінних функцій, членство в групі завдяки колективній діяльності забезпечує відчуття контролю, що може набувати особливого значення в разі його недоступності на особистому рівні.

Отже, основні мотиви соціальної ідентичності зосереджені навколо теми збільшення визначеності чи зменшення невизначеності, підвищення самооцінки, формування і підтримання власного позитивного образу, встановлення чи відновлення контролю в ситуаціях соціальної взаємодії.

2.4. Потреба в позитивній соціальній ідентичності: відповіді на загрози і стратегії підтримання

Як уже зазначалося вище, у людей є чимало мотивів зберігати й підтримувати власну соціальну ідентичність. Однак не так часто соціальна група може протягом тривалого часу зберігати високий соціальний статус без жодних викликів для неї.

Визначення статусу і валентності власної групи в міжгруповому порівнянні зосереджується на темах *статусу* (яке соціальне становище моєї групи щодо іншої групи?), *стабільності* (наскільки стабільні ці статусні відносини?), *легітимності* (наскільки легітимні ці статусні відносини?), *проникності* (наскільки легко змінити соціальну ідентичність шляхом переходу до іншої групи?) і *наявності когнітивних альтернатив* (чи можливі інші міжгрупові відносини?) (Hogg, 2016). І на кожне із цих питань треба знайти таку відповідь, яка б давала змогу підтримувати соціальну ідентичність на прийнятному позитивному рівні. Тож відповідно до множини зазначених переконань вибудовуються стратегії міжгрупової взаємодії.

Якщо збереження позитивної соціальної ідентичності з тих чи інших причин ускладнюється, це може призводити до різних психологічних наслідків. Розгляньмо психологічні процеси, які відбуваються із соціальною ідентичністю, якщо члени групи відчують загрозу для своєї групи і, відповідно, своєї групової ідентичності.

Зміцнення ідентифікації з групою. Часом люди можуть прагнути посилити свою ідентифікацію з групою, навіть якщо вона має низький статус або є об'єктом дискримінації. Це явище пояснюється *моделлю відторгнення ідентифікації* (rejection-identification model), згідно з якою досвід відторгнення

підсилює ідентифікацію з групою. Така ідентифікація може слугувати захисним механізмом, який допомагає поліпшити психологічне самопочуття, незважаючи на зовнішній негатив. У такий спосіб члени дискримінованих груп часто об'єднуються, щоб зміцнити свою стійкість до зовнішнього негативу (*Schmitt, 2002*).

Дослідження підтверджують, що загрози на особистому рівні, зокрема невизначеність щодо майбутнього або конфлікти цілей, підсилюють ідентифікацію з групами, які сприймаються як цілісні й сильні. Наприклад, рефлексія над нерозв'язаними особистими дилемами викликає підвищену упередженість щодо своєї групи і спонукає до захисту її світогляду. Загрози прив'язаності або контролю також можуть збільшувати упередженість щодо своєї групи і посилювати ідентифікацію з нею. Це допомагає людям відновити почуття захищеності і належності (*Carozza, 2001*).

Зниження самооцінки і соціальний стрес. Неспроможність підтримувати позитивну соціальну ідентичність може призвести до значного зниження самооцінки, стресу і навіть депресії. Люди, що відчують негативний соціальний статус через свою групу, можуть вважати себе неспроможними або неуспішними. Дослідження показують, що негативна ідентифікація може спричиняти відчуття неповноцінності та ізольованості, що особливо впливає на психічне здоров'я в умовах дискримінації чи соціальної стигматизації (*McKeown, 2016*).

Стратегії адаптації. Якщо людина не може змінити негативний статус своєї групи, вона може вдатися до адаптивних стратегій (*Haslam, 2012*). У межах теорії соціальної ідентичності найчастіше описують три основні стратегії підтримання і збереження позитивної соціальної ідентичності, які використовують члени груп залежно від умов і статусу групи. Це *індивідуальна мобільність, соціальна креативність і соціальна конкуренція* (*Hogg & Abrams 2004*).

Стратегія соціальної творчості передбачає самокатегоризацію на основі нових підстав чи ознак при порівнянні своєї групи з іншими. Група намагається

переосмислити або змінити параметри, за якими вона порівнює себе з іншими. Це може бути фокусування на інших аспектах порівняння, що позитивно характеризують групу, зміна значення певних характеристик або вибір таких аутгруп, з якими порівняння є більш вигідним. Наприклад, якщо група не має високого матеріального статусу, вона може заявити: «Ми не багаті, але дружні і щирі» або «Порівняно з іншою групою ми ще добре живемо» (Haslam, 2012). Соціальна креативність може також передбачати певні дії, як-от переоцінка негативних атрибутів, що асоціюються з групою, у позитивному ключі. Ця стратегія допомагає членам групи підвищити самооцінку, не змінюючи реального статусу групи в суспільстві. Вона дає змогу підтримувати позитивне самосприйняття і нівелювати почуття неповноцінності (McKeown, 2016).

Стратегія соціальної конкуренції передбачає безпосереднє змагання з представниками іншої групи. Соціальна конкуренція є більш активною стратегією, яку використовують, коли групові межі, прототипи, цінності та норми сприймаються як незмінні, а статусна нерівність є явною. У цьому разі групи прагнуть до прямого поліпшення свого статусу шляхом конкуренції з іншими групами. Така конкуренція може набувати форми політичної активності, правових вимог або навіть радикальних дій, спрямованих на зміну чинної системи соціальної стратифікації. Соціальна конкуренція може бути колективною стратегією для підвищення статусу групи, коли наявні ресурси чи можливості є доступними лише через соціальні зміни. Такі дії, як боротьба за рівні права або участь у громадських рухах, є прикладом соціальної конкуренції. Цю стратегію зазвичай використовують групи, що мають низький статус. Вона ефективна щодо ініціювання змін у соціальному середовищі, оскільки спрямована на структурне поліпшення умов існування всієї групи (McKeown, 2016).

Стратегія індивідуальної мобільності є стратегією, яку використовують члени групи, коли межі між групами сприймаються як проникні. У такому разі люди намагаються підвищити власний соціальний статус, дистанціюючись від своєї низькостатусної групи і приєднуючись до високостатусної. Наприклад,

люди, які належать до низькостатусних соціальних категорій, можуть намагатися здобути освіту або змінити поведінку, щоб стати членами вищої соціальної верстви. Індивідуальна мобільність може забезпечити позитивну ідентичність людини, але не поліпшує статус групи загалом (*Haslam, 2012*).

Такий підхід обмежує зміни лише індивідуальними успіхами, не впливаючи на ширше соціальне середовище, в якому панує нерівність. З позицій соціальної ідентичності ця стратегія є найменш ефективною для підвищення колективного статусу групи, оскільки зосереджена на особистому просуванні, а не на груповій підтримці (*Ellemers, 2012*).

Індивідуальна соціальна мобільність зазвичай є проблемною і важкодоступною. З одного боку, більш статусні групи чи соціальні системи загалом часто підтримують ілюзію можливості переходу. Ця ілюзія маскує природу соціальних стосунків і діє в інтересах високостатусних груп. Але загальний перехід, як правило, не відповідає інтересам більш статусної групи. Масовий перехід “забруднить” статусну групу і знищить субординацію, яка досі зберігалася через існування групи з низьким статусом. Такий перехід автоматично означає розмивання домінантного статусу «вищої» групи. Отже, статусній групі вигідна ідеологія мобільності без практичної можливості її реалізації. Це утримує менш статусну групу від визнання несправедливості й нелегітимності наявного статусу і застосування більш конкурентних (іноді насильницьких) стратегій міжгрупової взаємодії, що можуть загрожувати домінантній групі і тягти за собою зміну статус-кво.

Тому міжгрупові межі не так часто бувають достатньо проникними (особливо якщо й справді є різниця в статусі). Відповідно, зміна групи відбувається не настільки вдало, як очікували ті, хто зробив таку спробу. Вони часто залишаються відкинутими обома групами. Водночас домінантні групи часто пропагують ідеологію соціальної мобільності і при цьому допускають обмежену кількість людей у свої лави, оскільки успішні кейси переходу створюють ілюзію його доступності і зменшують колективне невдоволення менш статусної групи (*Hogg, 2016*).

Стратегії підтримання позитивної соціальної ідентичності різняться залежно від контексту і статусу групи в суспільстві. Кожна з них надає різні можливості для підтримання позитивного образу групи та уникнення негативної ідентичності.

Антисоціальні відповіді і радикалізація. Загроза ідентичності часом може призводити до посилення ворожості та радикальних реакцій. Така реакція виникає, коли люди вважають, що їхні основні групові цінності або статус під загрозою. Це може підштовхнути їх зрештою до участі в радикальних рухах або підтримання екстремістських ідей. Така ситуація складається тоді, коли через певні обставини більш конструктивні стратегії недоступні, а радикальні групи часто пропонують чіткі і прості рішення складних проблем, що особливо привабливо в умовах загрози (McKeown, 2016).

Дослідження виявили прямий зв'язок між досвідом загрози, реактивним утвердженням групової ідентичності та екстремістською поведінкою. Наприклад, загроза епістемологічним потребам асоціюється з фундаменталізмом, релігійною та ідеологічною радикалізацією, дегуманізацією і підтриманням авторитарного лідерства. Соціальне відторгнення також пов'язане з агресією, упередженнями щодо іммігрантів і їх обструкцією. Втрата контролю на особистісному рівні може призводити до ворожого етноцентризму, оскільки люди шукають способи відновлення почуття безпеки і впливу. Радикальні групи часто мають високу "ентитативність" (сприймаються як цілісні й добре організовані) і чіткий план дій, що робить їх привабливими для людей у стані загрози. Їхні ідеології, засновані на відчутті переваги над іншими, забезпечують швидке задоволення потреб у позитивній самооцінці. Крім того, такі групи ефективно підтримують почуття колективної агентності, особливо важливе для відновлення балансу після загрози (Capozza et al. 2001).

Підвищення рівня тривожності та уникання. У деяких людей, особливо з низькою самооцінкою або високою потребою в структурованості життєвого плану, реакція на загрозу може виявлятися в посиленій тривожності і прагненні уникати ситуацій, які становлять небезпеку. Наприклад, такі люди

можуть уникати самокритичних думок або інтергрупових контактів, щоб знизити в такий спосіб стрес. Це уникання може набувати форми соціальної ізоляції, коли людина відмовляється від контактів з аутгрупами для мінімізації психологічного дискомфорту (McKeown, 2016).

Якщо порушуються ключові мотиви ідентичності, як-от самоповага, належність до групи, контроль або потреба в когнітивній рівновазі, люди часто переживають стан тривожної невизначеності. Це активує *систему поведінкового гальмування* (BIS), яка підвищує пильність до потенційних загроз і спонукає шукати способи уникнути негативних емоцій чи ситуацій. Спершу така пильність може сприяти пошуку рішень, наприклад кращому запам'ятовуванню соціальної інформації або швидшому розпізнаванню позитивних соціальних сигналів (наприклад, усмішок). Однак якщо загроза триває довго і вчасних рішень немає, тривала активність BIS може мати негативні наслідки, зокрема зростання тривожності, зниження задоволеності життям і соціальне уникнення.

Щоб мінімізувати наслідки, люди часто використовують *дистанційні захисні стратегії* – психологічні механізми, які не усувають загрозу безпосередньо, але відновлюють порушені глобальні потреби. Наприклад, відчуття втрати контролю може спонукати людину прагнути належності до впливових груп чи систем, щоб задовольнити свою потребу в стабільності та контролі. Ця модель припускає, що такі дистанційні захисти спрямовані на наближення й активують *систему поведінкового наближення* (BAS), допомагаючи відновити позитивну мотивацію (Lüders, 2016).

Просоціальні відповіді. Часом люди реагують на загрозу ідентичності позитивно, активуючи просоціальні цінності й норми. Дослідження показали, що наявність у групі норм і цінностей, що підтримують альтруїзм і терпимість, може пом'якшити вплив загрози й спонукати до конструктивних форм поведінки. Наприклад, люди, які ідентифікують себе з релігійними чи гуманітарними цінностями, можуть реагувати на загрозу, надаючи підтримку біженцям чи іншим вразливим групам замість виявлення ворожості (McKeown,

2016). Лабораторні дослідження також демонструють, що певні умови можуть зменшити вплив загрози або сприяти прояву більш доброзичливих аспектів групової ідентичності. Серед таких умов – індивідуальні особливості (наприклад, рівень самооцінки) та ситуаційні чинники (наприклад, акцентування на просоціальних групових нормах і цінностях) (Carozza, 2001).

Одним з ефективних способів пом'якшення впливу загрози може бути формування над-групи і над-ідентичності (Gaertner & Dovidio, 2000). Основна ідея такого підходу полягає в зміні сприйняття соціальних категорій: замість поділу на «ми» і «вони» формується ширша спільна ідентичність, яка об'єднує представників різних груп у єдине «ми». Це дає змогу змінити когнітивні та емоційні механізми, які раніше призводили до упередженості, спрямувавши їх на зміцнення новоствореної спільної групи. Фактично йдеться про переспрямування інгрупового фаворитизму на більш широку групу. Основним механізмом моделі є *когнітивна перекатегоризація*, яка змінює уявлення людей про соціальні категорії. Замість того, щоб сприймати себе як частину окремої групи («ми» проти «вони»), люди починають бачити себе і колишніх «чужих» як членів єдиної спільноти. Цей процес змінює когнітивні настановлення, оскільки спільна ідентичність сприяє усвідомленню подібностей, які раніше не бралися до уваги. Завдяки цьому фаворитизм поширюється на ширше коло людей, оскільки вони більше не сприймаються як «інші». Процес формування спільної ідентичності залежить від кількох ключових чинників, як-от: наявність спільних цілей і відчуття єдності через взаємну залежність; наявність частих позитивних взаємодій між групами і спільні переживання, переважно позитивні; зменшення акценту на відмінностях; прийняття рівноправних норм у контексті взаємодії між групами; використання мовних засобів, які наголошують на подібності («ми», «разом»).

Завдяки такій взаємодії люди вже не так гостро сприймають відмінності між собою і тими, кого раніше вважали чужими; відбувається формування емпатії до членів інших груп, і люди стають більш готовими до співпраці,

допомоги і взаємодії. Це знижує конфліктність у суспільстві і сприяє створенню позитивної соціальної атмосфери.

Попри очевидну ефективність модель спільної ідентичності стикається з низкою викликів. Це, зокрема, питання стійкості і ригідності ідентичності як бар'єра для порозуміння, особливо в ситуаціях глибоких конфліктів або тривалого протистояння. Відкритим також залишається питання, а чи можливе формування над-ідентичності у груп, які мають помітну різницю статусів, а відповідно, чи можна говорити про стійкість і тривалість сформованих ідентичностей (*Prentice & Miller, 1999*).

Крім того, спроби ініціювати появу нової над-ідентичності можуть викликати спротив і опір, аж до відкритого протистояння. Очевидно, що об'єднання і формування над-ідентичностей консолідованих груп є складною і важкодосяжною метою – такою, що не може гарантувати сталого результату, особливо якщо ці процеси відбуваються в штучний спосіб, а групи, що об'єднуються, дуже різні.

Разом з тим модель спільної ідентичності демонструє конкретний, хоча й обмежений спосіб послаблення міжгрупової упередженості через зміну когнітивних та емоційних механізмів. Вона показує, що фаворитизм, який є природним явищем у соціальній взаємодії, можна переспрямувати на ширшу спільноту, створюючи умови для глибшої кооперації та соціальної згуртованості.

Більш ефективною стратегією є *кроскатегоризація* – процес, за якого зберігаються відокремленість груп і їхні відмінності, але члени цих груп можуть поділяти спільні ідентичності в інших вимірах. Завдяки цьому уявлення людей про ін- та аутгрупові стосунки стають повнішими, а самі стосунки не сприймаються більше як загроза їхній ідентичності (*Crisp & Hewstone, 2007*). На сьогодні це найбільш популярна і найбільш дієва стратегія досягнення порозуміння у світі, її суть відображає відоме всім гасло «єдність з повагою до відмінностей». Когнітивно і ціннісно цей вид соціальної ідентичності зорієнтований радше на теперішнє і майбутнє, ніж на минуле.

Як засвідчують дослідження на засадах теорії соціальної ідентичності, ефективним є *мультикультурне фреймування* міжгрупових стосунків, коли групова відмінність визнається цінним надбанням суспільства з цінностями «diversity» (різноманітності) (Hornsey & Hogg, 2000) або відбувається конструювання відносної міжгрупової ідентичності, коли своя група лише частково визначається щодо її взаємовідносин з іншою групою (Hogg, 2015). Такі соціальні процеси можуть відбуватися як спонтанно, так і індуковано.

Зрозуміло, що консолідована спільна ідентичність часом може призводити до зміни попередньої ідентичності (зміни мови, світоглядних змін і т. ін.), бажання захистити соціальні ідентичності меншості, не втрачаючи ідентичності більшості. Тут доречним буде згадати дискусії навколо мови, коли кожна група хоче зберегти за собою право на вищу ідентичність, але не допустити розмивання мовної ідентичності. Звідси пошук й утвердження себе як «правильного» громадянина, зважаючи або ж незважаючи на мову спілкування. При цьому на найвищому рівні об'єднавчою ідеєю для всіх є підтримання української мови як державної.

2.5. Соціальні зміни і трансформації соціальної ідентичності. Теорія складності соціальної ідентичності

Надзвичайно непростим є питання трансформації соціальної ідентичності під впливом соціальних процесів, зокрема соціальних потрясінь. Або, якщо «розвернути» це питання на 180 градусів, – соціальних змін, які можуть бути викликані динамікою самоусвідомлення груп.

Коли зміни є надзвичайно швидкими, гостро бракує часу для тривалих рефлексій. У таких ситуаціях ідеться про «швидку категоризацію», до якої вдається особистість для швидкого встановлення своєї соціальної ідентичності та визначення її ознак – когнітивних, емоційних, ціннісних, поведінкових. У разі застосування цієї стратегії пізнавальні процеси є емоційно забарвленими, а об'єкт категоризації (соціальна група, яка зазнає змін) – розмитим і важкодоступним. Швидку соціальну категоризацію утруднюють не лише

складність і недоступність об'єкта, а і його мінливість. Зміни іноді відбуваються швидше, ніж спрацьовують людські механізми адаптації і категоризації (*Tajfel & Fraser, 1978*).

Але це в разі якихось раптових, несподіваних подій. Якщо ж говорити про тривалі соціальні трансформації, то тут спостерігаються інші процеси. Відповідь на питання, чому різні соціальні процеси по-різному пов'язані з трансформаціями ідентичності, можемо спробувати знайти в ідеях, що виникли завдяки аналізу напрацювань у сфері психології соціальної зміни (*Subašić et al., 2012*). Тут розглядається, як і чому, коли змінюється ідентичність, ми приходимо до зміни соціальної структури суспільства і соціальних цінностей.

Аналіз значної кількості досліджень засвідчує, що процеси зміни соціальної ідентичності відіграють важливу роль у соціальних трансформаціях. Зміни соціальної ідентичності провокують колективну мобілізацію і колективні дії, що приводять до соціальних змін. А отже, процес соціальних змін – це той процес, у якому взаємодія між людиною і суспільством є найбільш повною і тісною. Дослідники пропонують розглядати *соціальні зміни* як процеси, що мають свої механізми, зокрема соціально-психологічні, не виникають спонтанно і можуть бути сконструйовані і керовані. За такого соціально-психологічного підходу соціальні зміни є результатом мобілізаційного процесу і спільної дії, спричинених зміною соціальної ідентичності великих груп. Стабільність, відповідно, дослідники тлумачать як продукт діяльності домінантної групи, яка має на меті утримувати і розвивати свої цінності й переконання. «Прагнення до стабільності», «необхідність стабільності» визначається не стільки як задана риса особистості чи групи, скільки як одне з настановлень домінантної групи, що допомагає цю стабільність підтримувати. Такий підхід, на думку дослідників, дає змогу бачити закономірності зміни й аналізувати їх на рівні механізмів (*Subašić et al., 2012*).

У такому контексті механізм взаємозв'язку соціальної ідентичності і соціальних змін можна описати так. Першим етапом є самокатегоризація, визнання своєї належності до певної соціальної категорії (жінка, ліберал, фанат

футболу). Наступний етап – світогляд особистості, знання, оцінки та дії формуються відповідно до умов груп, до яких вона вважає себе належною. Це дає змогу в момент мобілізації діяти колективно, в одному напрямі, подібно до інших членів групи. І якщо стратегія збереження стабільності – це стратегія домінантної групи для підтримання своєї ідентичності, то *соціальна зміна* – це спроба групи меншості впровадити свої цінності і змінити домінантну групу. Спільна дія (реальна чи уявна) дає нам змогу діяти разом і нав'язувати (поширювати, пропагувати) свої погляди, навіть якщо інші чинять спротив.

Отже, соціальна зміна є зміною соціальної ідентичності в кількох напрямках. Насамперед це зміщення акцентів з індивідуального самоусвідомлення на актуалізацію групової належності, на дію і поведінку як члена певної соціальної групи. Але разом із груповим самоусвідомленням необхідною є також зміна уявлень про місце і роль групи свого членства в системі соціальних відносин. І, відповідно, дії щодо зміни такого статусу в реальності. Саме тоді, коли актуальна позиція групи в соціальній структурі стає для її членів неприйнятною, а краща позиція видається досяжною (через оцінку й наявність альтернатив і віру в те, що зміни можливі), відбуваються зміни реальності суспільних відносин (*Drury, 2000*).

Ще один аспект, на якому наголошують дослідники, стосується того, що в процесах міжгрупової дискримінації значення має не лише те, як ми бачимо і сприймаємо теперішнє, не лише хто такі «вони», але і ким «ми» хочемо бути. Соціальна ідентичність – це не тільки і не стільки пізнання сьогодення. На основі того, як члени груп усвідомлюють свою групову належність, як оцінюють членство в групі чи групах, вони формують *образ майбутнього* і визначають дії, щоб цей образ міг бути реалізованим. Отже, парадигма пояснення соціальних змін через особливості реалізації соціальної ідентичності є парадигмою мобілізації і спільної дії, а не парадигмою сприйняття (*Drury, 2000*).

Закономірним, є питання про те, хто ж формує значущу соціальну ідентичність, яка спричиняє соціальні зміни. На думку основоположників

мобілізаційного підходу, найважливіше в ньому – наголос на тому, що трансформації, які є настільки важливими для процесу соціальних змін, залежать від вибору людей серед альтернатив, які часто визначаються різними джерелами впливу. Під *джерелами впливу* творці підходу розуміють політиків, представників влади, громадських активістів та інших агентів впливу, які найбільше зацікавлені в реалізації своїх цінностей і намагаються запропонувати більшості свої варіанти ідентичності й цінностей в такому вигляді, у якому більшість їх прийме і буде зацікавлена в їх втіленні. Отже, соціальна зміна залежить від соціальної ідентичності, яка, зі свого боку, залежить від того, кого ми слухаємо і вважаємо нашими лідерами. Тобто процес полягає в запереченні цінностей тих, хто прагне зберегти свій статус-кво, і в «пропозиції» нової, більш цікавої, ідентичності, яка має бути втілена через суспільну мобілізацію. Ця нова ідентичність ґрунтується не лише на сприйнятті теперішнього, а й на конструюванні майбутнього.

При цьому дослідники зазначають, що політики і влада активно використовують ці парадигми, конструюючи і пропонуючи нові ідентичності, залучаючи громадян до своїх цінностей і намагаючись зробити запропонований образ майбутнього значущим і важливим. Вони аналізують ефективність влади не як систему реальних заохочень і санкцій, а як систему, яка пропонує або не пропонує значущу, бажану форму групової ідентичності з ціннісним компонентом і компонентом майбутнього (*Drury, 2000*).

Розгляньмо більш детально *механізм соціальної мобілізації* крізь призму соціальної ідентичності. Під час соціальних потрясінь люди часто звертаються до колективної ідентичності як до засобу мобілізації. Наприклад, у ситуації соціальної несправедливості вони можуть об'єднуватися навколо ідентичності пригнобленої групи, що забезпечує їм мотивацію до протесту і колективної дії (*McKeown, 2016*).

Разом із соціальною мобілізацією з'являються *когнітивні альтернативи*. Важливим механізмом трансформації ідентичності є створення когнітивних альтернатив – нових уявлень про можливий соціальний порядок. Коли групи

починають сприймати свій статус як несправедливий або незаконний, вони можуть розробляти альтернативні бачення соціальної реальності, які підривають легітимність статус-кво. Такий підхід допомагає створити нову, позитивну, групову ідентичність, що базується на прагненні до соціальних змін і дає учасникам руху відчуття мети (McKeown, 2016).

Переосмислення та адаптація. Крім боротьби з несправедливістю, соціальні потрясіння також можуть стимулювати адаптацію групової ідентичності, коли групи або окремі люди намагаються пристосувати свої уявлення про себе до нових реалій. Це може проявлятися як перегляд цінностей і цілей, що відповідають новому соціальному контексту (McKeown, 2016).

Теорія складності соціальної ідентичності. Питання структури соціальної ідентичності і взаємозв'язків різних групових належностей є доволі складним і недостатньо вивченим, а тому залишається одним із найбільш досліджуваних у межах СПП. Попри це є певні базові напрацювання, важливі для розуміння цієї проблематики.

Спочатку базовою в межах СПП була ідея про те, що в кожній соціальній ситуації домінує одна з багатьох наших ідентичностей. Зі зміною контексту і ситуації домінантна ідентичність змінюється. Пізніше такий підхід був змінений через появу *ідеї множинності ідентичностей*. Уточнення теорії соціальної ідентичності ідеєю множинності ідентичності привело до появи *теорії складності соціальної ідентичності* авторства Соні Роккас і Мерілін Брюер (Roccas & Brewer, 2002).

Увага в цьому підході зосереджується на тому, як необхідність багаторазово проходити процес ідентифікації з різними групами впливає загалом на соціальну ідентичність особистості та особливості взаємозв'язків між сформованими видами соціальної ідентичності. Роккас і Брюер дійшли висновку, що розуміння особою складності власної структури соціальної ідентичності впливає на те, як вона оцінює представників інших груп. Згідно з припущеннями цих дослідниць, особа належить до багатьох соціальних спільнот водночас і, як наслідок, має: а) сприймати себе й інших, беручи до

уваги категорії всіх соціальних груп, з якими вона пов'язана; б) володіти соціальною ідентичністю, що охоплює безліч ідентичностей, сформованих через належність до дуже різних соціальних груп. Описувати особливості реалізації цих завдань дослідниці пропонують через параметри соціальної ідентичності, які вони визначають як «складність» і «сумісність» (Roccas & Brewer, 2002).

У процесі проведення низки емпіричних досліджень було запропоновано рамкову *теорію складності соціальної ідентичності*. Виділено чотири типи внутрішніх зв'язків між видами соціальної ідентичності в її загальній структурі.

1. Інтерсекційна соціальна ідентичність (Intersection). Власне, цей тип повністю збігається з класичним визначенням інтерсекційної ідентичності. Особа визначає себе як належну до однієї конкретної групи. Ця група видається людині монолітною, але насправді об'єднує людей, які суміщають дві чи більше ідентичності. Наприклад, якщо для людини важливі етнічний, професійний і гендерний статуси, то «своєю» буде група, наприклад, українців-військових-чоловіків. При цьому жодна із цих ідентичностей в самотійному вигляді не буде сприйматися як «своя», значуща. Розділення свій-чужий буде відбуватися лише за наявності всіх трьох ознак. Когнітивним складником такого виду ідентичності стають відтак елементи двох когніцій, які є сумісними, об'єднані між собою і відділені від інших. Так досягається узгодження цінностей двох груп, які можуть бути протилежними (Roccas & Brewer, 2002).

2. Домінування одного типу ідентичності (Dominance). У такому разі йдеться про те, що ядро зв'язків утворюється навколо одного типу соціальної ідентичності, який є домінантним щодо інших. Цей тип ідентичності ніби відіграє провідну роль у самовизначенні, формуванні картини світу і визначенні «свій-чужий». Так, українець-військовий-чоловік може вважати себе передусім військовим, тому професійна ідентичність буде домінантною і більш життєорганізовувальною, ніж інші. Ця ситуація як у когнітивному, так і в емоційно-ціннісному вимірі, логічно, вирізняється домінуванням одних

когніцій і цінностей над іншими. Це один із найменш гнучких видів ідентичності (*Roccas & Brewer, 2002*).

3. Сегментована соціальна ідентичність (Compartmentalization). Якщо більше ніж одна групова належність є важливою для людини як джерело соціальної ідентичності, ці множинні ідентичності можуть активуватися і виражатися через процеси диференціації та ізоляції. Тобто різні види соціальної ідентичності активуються відповідно до ситуації, ніби “деактивуючи” одна одну. У такому разі соціальна ідентичність ніби подрібнена на кілька сегментів, які проявляються по чергово залежно від контексту. Наприклад, у ситуаціях професійних це буде лише військовий, а в сімейних доміантною буде гендерна ідентичність. Особливістю цього типу зв’язків у соціальній ідентичності є позірна розрізненість елементів структури в поєднанні з когнітивною ізоляцією частин. Цей вид ідентичності найбільше корелює з класичним підходом до процесів категоризації, запропонованим Тернером (*Turner et al., 1987; Turner, Oakes, Haslam, & McGarty, 1994*). Згідно із цим підходом різні види соціальної ідентичності вважаються залежними від контексту і, по суті, несумісними. Якщо в конкретному середовищі одна соціальна ідентичність є доміантною, то очікується, що вона повністю визначатиме як самокатегоризацію, так і категоризацію інших як членів внутрішньої чи зовнішньої групи в цій ситуації (*Roccas & Brewer, 2002*).

4. Злита соціальна ідентичність (Merger). У такій ідентичності всі типи ідентичності є рівноважливими для людини і найбільш інтегрованими. У цьому разі ідентифікація з внутрішньою групою поширюється на всіх, хто поділяє будь-яку з важливих соціальних категорій людини. Когнітивна структура передбачає дотримання загального принципу ідентифікації, завдяки якому несумісні ідеї стають сумісними. Це складний когнітивний процес, у перебігу якого людина формує нову структуру, узагальнюючи та оцінюючи різні типи когніцій, різну групову належність. Це може бути досить складний когнітивний процес через можливі суперечності вихідних ціннісно-когнітивних структур. Завдяки цьому процесу соціальна ідентичність стає сумою його комбінованих

групових ідентифікацій, які можуть гнучко проявлятися залежно від ситуації. Злиття соціальних ідентичностей передбачає розуміння того, що групи відрізняються між собою, адже створення штучних ознак подібності груп є ознакою використання простіших когнітивних стратегій. Наприклад, формулювання “всі американські чоловіки однакові” є штучним, спрощеним об’єднанням національної і гендерної груп.

Роккас і Брюер пропонують чотири моделі представлення множинних соціальних ідентичностей у континуумі від найменш до найбільш складної. У такому континуумі *інтерсекційність* є найменш складною формою, оскільки зводить множинні, потенційно різноманітні групові ідентичності до однієї, дуже вузької, соціальної ідентичності. *Домінування* також не є когнітивно складною стратегією, оскільки ґрунтується на механічному редукуванні суперечностей. *Сегрегована ідентичність* являє собою наступний рівень складності, оскільки окремі ідентичності визнаються і диференціюються, але без спроб їх узгодження. Відповідно, стратегія *злиття* є найвищим рівнем складності, оскільки в такому разі збережено як диференціацію, так і інтеграцію в інклюзивній соціальній ідентичності (Roccas & Brewer, 2002).

Отже, складність ідентичності характеризує міру прояву злиття («перекриття») множинних ідентифікацій, утворених з різними соціальними групами. Разом з тим дослідниці зауважують, що злиття соціальної ідентичності властиве більш зрілим за віком людям, які мають високий рівень освіти, ліберальні політичні погляди, виявляють толерантність до представників інших соціальних груп. Натомість проста соціальна ідентичність, характерна для підлітків і молоді, супроводжується наданням переваги інгрупі, нетерпимістю до представників аутгрупи, ворожістю до носіїв інших соціальних ознак. Простота проявляється ще й у тому, що людина стереотипно сприймає представників інших груп, переносячи свої ідентифікації на них (Roccas & Brewer, 2002).

Важливе уточнення від авторів теорії полягає в тому, що люди можуть застосовувати різні моделі представлення ідентичності залежно від життєвих

обставин, умов або психічного чи емоційного стану. Наприклад, навіть маючи за основну стратегію злиття, в умовах стресу і небезпек можлива зміна стратегії на більш когнітивно просту з огляду на потребу чітко і, головне, просто визначати “своїх” (*Roccas & Brewer, 2002*). Творці теорії виокремлюють низку факторів, від яких залежить можливість використовувати різні стратегії для усвідомлення складності соціальної ідентичності: попередній досвід і складність соціальних взаємодій, індивідуальні відмінності в мотивації пізнавальної діяльності (по суті, мотивація до рефлексії), ситуативні фактори, тобто тимчасові обставини, як-от обмеженість уваги або ресурсів.

Отже, суб’єктивне представлення множинних ідентичностей може відображати як індивідуальні відмінності, так і ситуативні фактори. Складність ідентичності впливає на сприйняття особистістю соціальних структур, визначаючи її взаємодію з учасниками різних соціальних груп.

Розділ 3

ВНУТРІШНЬОГРУПОВІ ПРОЦЕСИ І ГРУПОВА НАЛЕЖНІСТЬ У СОЦІАЛЬНО-ІДЕНТИЧНІСНОМУ ПІДХОДІ

3.1. Групові норми: визначення, характеристики, особистісна унікальність і конформізм

Теорія соціальної ідентичності від початку зосереджувалася на міжгруповій поведінці в контексті великих соціальних категорій, аналізуючи, наприклад, міжгрупові соціальні порівняння, позитивні відмінності власної групи, стереотипи, дискримінацію і міжгрупові відносини. Внутрішньогрупову поведінку зазвичай розглядали менш прискіпливо – просто як додаткову характеристику міжгрупових відносин, а внутрішні групи здебільшого вважали однорідними і недиференційованими. Проте з часом вивчення процесів самокатегоризації і деперсоналізації спонукало до усвідомлення того, що групи мають внутрішню структуру, пов'язану з прототипністю та іншими груповими феноменами.

Спочатку цю ідею досліджували в контексті згуртованості групи і соціальної привабливості (Hogg, 1992, 1993), а також групової поляризації (Abrams et al., 1990; McGarty et al., 1992; Turner, 1991). Згодом це посприяло іншим дослідженням внутрішньогрупових процесів, заснованих на соціальній ідентичності (Hogg, 1996), наприклад структурної диференціації на підгрупи всередині груп (Hornsey & Hogg, 2000), а також девіації та "ефекту чорної вівці" (Marques & Paez, 1994). Проте, мабуть, основним фокусом уваги і найбільш вивченою проблемою є диференціація в межах груп і поділ на лідера(ів) і послідовників.

В українському дослідницькому полі також більш поширені ідеї щодо міжгрупової взаємодії, тому ми зосередимося далі на деяких аспектах внутрішньої групової динаміки і групової належності, які є менш висвітленими, але не менш цікавими в науковому і практичному сенсі.

Соціальні норми і їхній вплив на поведінку. Соціальні норми – це неписані правила або стандарти, які регулюють поведінку людей у групі і в суспільстві загалом. Вони сприяють координації дій між людьми, формують очікування щодо поведінки інших і забезпечують соціальний порядок (Neville, 2021).

Люди отримують відчуття власного «я», зокрема, завдяки своїй належності до груп, що, зі свого боку, формує їхню поведінку і ставлення до членів як своєї, так і зовнішніх груп (Reimer et al., 2020; Verkuyten, 2021). СІП наголошує, що групові норми і цінності є не лише відображенням індивідуальних переваг, а колективно створюються і підтримуються через соціальні взаємодії і спільний досвід у межах групи (Jetten et al., 2017).

Групові норми є орієнтирами поведінки, які визначають, як члени групи мають діяти, думати й відчувати в межах групового контексту. Ці норми відіграють ключову роль у формуванні почуття належності та ідентичності серед членів групи. Наприклад, дослідження показують, що, якщо люди сильно ідентифікують себе з групою, вони з більшою ймовірністю дотримуватимуться її норм, що може сприяти згуртованості групи і спільним діям (Levine & Manning, 2013). Однак така конформність може мати й негативні наслідки, наприклад придушення альтернативних думок або закріплення шкідливих форм поведінки, особливо в групах із токсичними або непродуктивними нормами (Haslam, 2014).

З позицій соціальної ідентичності норми позначають межі групи й соціальної ідентичності і є когнітивно представленими через групові прототипи, які описують і приписують ідентифікувальну поведінку. У групах зазвичай панує стійка згода щодо внутрішніх і зовнішніх прототипів. Норми діють на кількох рівнях. На *персональному* рівні це моральні принципи, які

керують індивідуальними діями, наприклад чесність або повага до інших. На *суспільному* рівні вони визначають загальні правила взаємодії, як-от дотримання законів чи культурних традицій. На рівні *малих і середніх груп* картина схожа: норми формуються в сім'ях, організаціях або спільнотах і регулюють відносини всередині цих груп (Neville, 2021).

Формування норм відбувається в процесі взаємодії людей. Спостерігаючи за діями інших, члени групи починають визначати спільні моделі поведінки, які згодом засвоюються як стандарти. Такі норми не лише впливають на поведінку групи, а й стають орієнтирами для кожного її члена. Соціальні норми нерозривно пов'язані із *соціальними ідентичностями*, які визначають, як людина сприймає себе як частину певної групи. Залежно від ролі, яку вона виконує, активуються різні норми (Neville, 2021).

Ключовим механізмом, через який групові норми інтерналізуються, оскільки люди прагнуть підтримувати свою соціальну ідентичність й уникати негативних наслідків невідповідності, є *нормативний вплив* (Cascón-Pereira & Hallier, 2011; Jetten et al., 2017). Нормативний вплив стосується тиску з боку членів групи, який спонукає до відповідності встановленим нормам, що може змінювати ставлення і поведінку людей. Цей тип впливу особливо актуальний у ситуаціях, коли групова ідентичність є сильною, оскільки люди можуть ставити згуртованість групи вище за власні переконання (Cruwys et al., 2014; Nesdale & Flessner, 2001).

Найчастіше виділяють два типи норм – описові (descriptive norms) і наказові (injunctive norms).

Описові норми визначають поведінку, яку зазвичай демонструють члени групи. Ці норми слугують стандартом для того, що вважається «нормальною» поведінкою в межах групового контексту. Наприклад, у робочому середовищі описові норми можуть вимагати пунктуальності, співпраці та дотримання професійного дрескоду. Дослідження свідчать, що люди часто дотримуються цих норм, щоб здобути визнання і зміцнити свою соціальну ідентичність у межах групи (Cruwys et al., 2014; Verkuyten, 2021). Бажання відповідати

описовим нормам особливо проявляється в ситуаціях, коли групова ідентичність є значущою, оскільки люди прагнуть посилити свою належність до групи і здобути її схвалення (*Zuo et al., 2018*).

На відміну від описових норм, **наказові норми** охоплюють поведінку, яка сприймається як соціально схвалена або засуджувана в групі. Ці норми визначають, як саме мають поводитися члени групи зазвичай у нетипових чи особливих ситуаціях, і часто супроводжуються соціальними санкціями в разі недотримання (*Nesdale & Flessner, 2001*). Тобто наказові норми – це відображення значущих для групи цінностей. Наприклад, у громаді, орієнтованій на екологічну стійкість, наказові норми можуть заохочувати сортування сміття і збереження ресурсів, водночас засуджуючи марнотратство. Виконання приписових норм суттєво впливає на згуртованість групи, адже члени, які дотримуються цих очікувань, зазвичай дістають соціальне схвалення, тоді як ті, хто нехтує ними, можуть стикатися з осудом або критикою (*Robertson, 2023; Zuo et al., 2018*). Взаємодія між описовими і наказовими нормами створює потужний механізм соціального впливу, спрямовуючи поведінку людей відповідно до цінностей групи (*Cascón-Pereira & Hallier, 2011; Jetten et al., 2017*).

Отже, по суті, описові норми відображають реальну поведінку, яку демонструють члени групи, створюючи базовий рівень того, що вважається прийнятним у межах групи. Наказові ж норми встановлюють стандарти схвалення або несхвалення певних видів поведінки, підсвічуючи в такий спосіб певні аспекти й цінності, на яких будується функціонування групи.

Дослідження засвідчують, що наказові норми часом можуть справляти сильніший вплив на поведінку, ніж описові норми, особливо в ситуаціях, коли люди не впевнені як діяти (*Smith & Louis, 2008*). Наприклад, у ситуаціях, коли люди сумніваються у своїй ідентичності або у відповідній поведінці в певному контексті, мотивація дотримуватися наказових норм інгрупи може перевищувати прагнення дотримуватися тих, які вони спостерігають як описові норми. Це свідчить про те, що під тиском відповідати очікуванням інгрупи

люди можуть надавати пріоритет наказовим нормам над спостереженням за типовою поведінкою в групі (*Smith & Louis, 2008*).

Соціальні норми є динамічними й змінюються під впливом соціального контексту. Під час пандемії COVID-19 було помітно, як швидко адаптувалися люди до нових правил поведінки: носіння масок, дотримання соціальної дистанції та обмеження контактів стали частиною нових суспільних стандартів. У таких ситуаціях лідери відіграють важливу роль у просуванні та закріпленні змін, використовуючи спільні цінності для посилення згуртованості в суспільстві.

Рольові норми. Групові норми – це не лише загальні правила для всіх, але також визначення місця кожного відповідно до його ролі. Рольові норми визначають очікувану поведінку, пов'язану з певними позиціями або ролями в межах групи.

Відповідно, рольові норми – це поведінкові очікування, які визначають, як саме мають діяти люди, виконуючи певні ролі в групі. Вони є критично важливими для встановлення чітких очікувань та обов'язків, що, зі свого боку, підвищує ефективність і згуртованість групи (*Liu et al., 2019*). Наприклад, у спортивній команді рольові норми можуть передбачати, що капітан керує діями під час гри, тоді як інші члени команди зосереджуються на своїх специфічних завданнях. Чіткість рольових норм суттєво впливає на динаміку групи, адже члени, які розуміють свої ролі, з більшою ймовірністю ефективно сприятимуть досягненню колективних цілей (*Begeny et al., 2021*).

Значення рольових норм виходить за межі простого виконання завдань; вони також відіграють ключову роль у формуванні соціальної ідентичності. Коли люди дотримуються рольових норм, вони не лише виконують свої обов'язки, а й зміцнюють своє почуття належності до групи, тим самим підсилюючи свою соціальну ідентичність (*Wersig & Wilson-Smith, 2021*). Процес утілення соціальної ідентичності дає людям змогу висловлювати свою належність до групи та узгоджувати свою поведінку з очікуваннями інших членів групи (*Rathbone et al., 2023*).

Збереження індивідуальності та унікальності і групова належність.

Диференціація ролей у межах груп дає людям змогу відчувати себе унікальними, водночас зберігаючи почуття належності та згуртованості. Цей баланс є критично важливим, оскільки завдяки йому члени групи можуть висловлювати свою унікальну ідентичність, водночас роблячи внесок у досягнення колективних цілей. Дослідження показують, що групи здатні забезпечувати як почуття належності, так і індивідуальну унікальність, що надзвичайно важливо для психологічного благополуччя (*Rathbone et al., 2023*).

Крім того, взаємодія між рольовими нормами й індивідуальною унікальністю може впливати на результати, пов'язані із психічним здоров'ям. Коли люди відчують, що їхні ролі цінуються і визнаються в межах групи, вони з більшою ймовірністю переживають позитивні психологічні наслідки, як-от підвищення самооцінки і зниження рівня тривожності (*Carter, 2023*). І навпаки: якщо очікування щодо ролей є надто жорсткими або ігноруються, люди можуть почуватися маргіналізованими чи знеціненими, що призводить до негативних наслідків для психічного здоров'я (*Penfold & Ogden, 2023*).

Взаємозв'язок між соціальною ідентичністю і рольовими нормами є взаємним; дотримуючись рольових норм, люди водночас зміцнюють свою соціальну ідентичність. Ця динаміка створює зворотний зв'язок, коли відповідність рольовим нормам посилює згуртованість групи та індивідуальну ідентифікацію з нею (*Stroope, 2011*). Дослідження показали, що люди, які сприймають свої ролі як узгоджені з груповими нормами, з більшою ймовірністю виявляють просоціальну поведінку і демонструють відданість груповим цілям (*Smith & Louis, 2009*).

Норми, конформізм і лідерство. Отже, норми виконують роль меж, що окреслюють соціальні ідентичності й визначають характерну для групи поведінку. Тому вони когнітивно представлені як *групові прототипи* – узагальнені уявлення про те, якими мають бути члени групи. У межах групи зазвичай панує загальна згода щодо цих прототипів, що формує єдине сприйняття: «Ми такі, а вони – інші». Відповідно, процес *самокатегоризації*,

коли людина ідентифікує себе з групою, сприяє *конформізму*, тобто пристосуванню до групових норм (Haslam, 2014).

Соціальна категоризація суттєво впливає на поведінку в групах через механізми конформності і дотримання норм. Процес самокатегоризації сприяє деперсоналізації настановлень, почуттів і поведінки відповідно до прототипу групи. Це, зі свого боку, стимулює людей дотримуватися групових норм і поводитися відповідно до них. Якщо члени групи досягають згоди щодо прототипу, у групі спостерігається консенсус у поглядах і нормативна однорідність. *Групова поляризація* також є важливим аспектом впливу соціальної категоризації. Традиційно її розглядали як процес, коли групові рішення стають більш крайніми, ніж початкові позиції індивідів. З позицій соціальної ідентичності поляризація є формою конформності, коли люди пристосовуються до поляризованого групового прототипу, особливо в умовах міжгрупового порівняння.

Зв'язок між настановленнями і поведінкою в групах також стає сильнішим завдяки груповим нормам, які визначають атрибути групи. Якщо настановлення є прототипним для значущої групи і передбачає певну поведінку, імовірність відповідності між настановленнями і поведінкою зростає. Люди можуть дотримуватися цих норм як автоматично, через деперсоналізацію, так і свідомо, щоб підтвердити свою належність до групи або продемонструвати її іншим (Hogg, 2001).

Конформізм не є поверховим пристосуванням. Це глибокий психологічний процес, коли людина не лише зовнішньо дотримується норм, а й внутрішньо приймає їх як частину своєї ідентичності. Оскільки групові норми водночас підкреслюють внутрішньогрупову схожість і зовнішньогрупову відмінність, вони часто формуються як *ідеали*, що іноді є більш крайніми, ніж середня позиція групи. Самокатегоризація, яка веде до конформізму, може спричиняти поляризацію групи, коли її норми стають більш вираженими чи радикальними, ніж на індивідуальному рівні (Haslam, 2014). Конформність через деперсоналізацію, що базується на прототипах, підпорядковується впливу

референтної інформації. Люди в значущій групі прагнуть зрозуміти прототип і тому ретельно стежать за поведінкою інших членів групи, особливо тих, які є найбільш прототипними. Хоча джерелом інформації про групові норми можуть бути й зовнішні джерела (наприклад, медіа чи аутгрупи), прототипні члени групи зазвичай є найнадійнішими і найбільш безпосередніми джерелами інформації.

Згаданий вище *інформаційний механізм, або інформаційний вплив*, є, власне, одним із ключових механізмів формування конформізму. Цей тип впливу базується на прагненні членів групи діяти відповідно до групових норм, які вважаються релевантними в певному контексті. Відповідно, люди в групах уважно спостерігають за поведінкою інших, шукаючи підтвердження того, як виглядають ідеальні стандарти для конкретної ситуації. І очевидно, що найбільш надійним джерелом інформації про ці норми зазвичай є поведінка членів групи, які вважаються найбільш прототипними. Коли ці норми встановлюються, вони не лише приймаються на рівні групи, а й стають внутрішньою частиною ідентичності її членів. Прототипні члени групи, які найбільшою мірою уособлюють її цінності й норми, мають значно істотніший вплив на інших. Ця ідея є основою *теорії соціальної ідентичності лідерства*. Згідно з нею лідери, які є найбільш прототипними, тобто ті, хто найкраще втілює ідеали групи, мають вищий рівень довіри і впливу. Вони сприймаються як ті, хто діє в інтересах групи і здатен ухвалювати рішення, що зміцнюють її єдність. Такий лідерський потенціал підсилюється тим, що прототипні лідери сприймаються як такі, хто з великою ймовірністю не завдасть шкоди групі.

Прототипність дає лідерам змогу більше відхилятися від групових норм порівняно з менш прототипними членами. Це явище пояснюється довірою групи до лідера: інноваційність і гнучкість у поведінці сприймаються як стратегічний крок на користь групи, а не як відхід від цінностей. *Інноваційна поведінка*, яка поєднується з довірою, є однією з ключових характеристик ефективного лідерства (Haslam, 2014).

3.2. Особливості прототипної групової поведінки і лідерство

Прототип і прототипність – одні із ключових понять СІП. По суті, *прототип* – це результат соціальної категоризації, який містить когнітивні та афективні елементи соціальної ролі чи норми і є важливою частиною самоусвідомлення та ключовим регулятором групової поведінки і взаємодії. На основі прототипів формується лідерство і відбувається вплив у групі.

Прототипи як динамічні утворення актуалізуються чи змінюються залежно від контексту. Основним механізмом зміни прототипності в контексті є *метаконтраст* – механізм, що пояснює, як об'єкти сприймаються як частина категорії. Людина вважається більш прототипною, якщо в разі внутрішньогрупового порівняння вона максимально подібна до прототипу «середнього представника групи», а в разі міжгрупового порівняння – до найбільш контрастного щодо групи порівняння прототипу (*Haslam & Turner, 1992, 1995*). Наприклад, у групі із центристськими поглядами помірковані члени будуть найпрототипнішими, тоді як крайні представники займуть маргінальні позиції. Але якщо група порівнює себе з іншими категоріями, наприклад з правими чи лівими політичними групами, то прототипність зміщується в бік, що найкраще підкреслює контраст із цією зовнішньою групою.

Отже, *прототипність* є динамічною характеристикою, яка залежить від соціального контексту і порівняння з іншими групами.

Сила впливу прототипності залежить також і від інших характеристик людини і групи. Наприклад, якщо членство в групі стає психологічно значущим, соціальна категоризація себе та інших членів групи деперсоналізує сприйняття, мислення, емоції та поведінку відповідно до прототипу групи, релевантного в конкретному контексті. Чим сильніше усвідомлюється групова належність, тим глибший вплив прототипу. Члени групи прагнуть відповідати цьому прототипу, підпорядковуючи йому свою поведінку. Ті, що спочатку є

більш прототипними, менше змінюють свою поведінку, ніж менш прототипні (Turner, 1991).

Люди в значущих групах стають дуже чутливими до рівня прототипності, оскільки це визначає, як вони сприймають й оцінюють себе та інших членів групи. У групах діє чіткий, добре помітний *градієнт прототипності*: деякі члени сприймаються як більш прототипні, ніж інші (Haslam et al., 1995; Hogg, 1993). Найбільш прототипні члени групи сприймаються як найкраще втілення поведінки, до якої прагнуть інші члени групи. У нових групах це вплив прототипу, а не активна дія лідера. У сформованих групах вплив стає реальним.

Але загальна закономірність полягає в тому, що вплив через соціальну ідентичність буде ефективний, якщо суб'єкт впливу сприймається як утілення соціальної ідентичності, яку поділяють об'єкти впливу і завдяки чому з'являється можливість транслювати об'єктам впливу бажані форми поведінки. Нижче розглянемо деякі закономірності групової належності, групової поведінки і прототипізації.

У концепції Райхера, Хоппкінса та їхніх колег масові форми поведінки розглядають як міжгрупову взаємодію, а соціальну ідентичність – як ключову характеристику, що буде визначати її динаміку (Reicher, Hoppkins, & Levin 2001).

По-перше, спільне членство в групі, на думку дослідників, трансформує стосунки і взаємодію між окремими людьми так, що стають можливими узгоджені й ефективні колективні дії. Отже, коли люди сприймають інших як таких, що належать до тієї ж категорії, що й вони самі, тоді вони з більшою ймовірністю довіряють їм, поважають їх і співпрацюють з ними; вони охочіше пропонують їм допомогу і виявляють солідарність із ними і, найімовірніше, будуть прагнути до одностайності з ними. Тобто бачимо в цій ситуації поведінкові прояви ідентифікації за ознаками «свій-чужий». Це підвищує ефективність діяльності групи. Там, де люди мають спільну ідентичність і, відповідно, спільні цінності й пріоритети, окремі особи (або організації) можуть уособлювати собою те, що об'єднує цих людей. Інакше кажучи, спільна

ідентичність уможлиблює лідерство. Це ще додатково збільшує здатність групи людей забезпечувати взаємодоповнюваність своїх зусиль і спрямовувати їх на досягнення цілей групи. У такому баченні соціальна ідентичність постає як підґрунтя появи і реалізації соціальної влади. Особливо для груп, у яких немає інших ресурсів або інститутів контролю.

По-друге, після того як людина визначає себе як члена групи, відбувається процес самокатегоризації. Тією мірою, якою ці так звані критеріальні атрибути змінюються від групи до групи, наша поведінка змінюється залежно від ситуації, коли на перший план виходять різні ідентичності. Це процес *конверсії*: ми діємо на основі групової ідеології не тому, що підкоряємося чужій владі або добиваємося схвалення інших людей, а тому, що вона визначає, хто ми і що для нас є значущим. Тобто умови, які визначають і контролюють наші дії як членів групи, визначаються соціальною моделлю, а вона не може бути зведена до якоїсь окремої особи. Таке бачення соціальної ідентичності уможлиблює психологічне тлумачення мотивації соціальної діяльності особи через засвоєння групових особливостей ідентичності.

Оскільки роль соціальної ідентичності та її проявів у момент конкретних дій у тій чи іншій ситуації не є очевидними, члени групи стикаються з необхідністю з'ясовувати чи оцінювати інформацію щодо багатьох питань для того, щоб знати, що їм робити в разі виникнення певного типу ситуацій. Тому процес *самостереотипізації* є також процесом впливу з наслідками для тих, на кого справляється вплив, для того, хто буде впливовим, і для тих, хто буде впливати. Отже, інформація про групову ідентичність буде значуще впливати тільки на тих, хто ототожнює себе з відповідною соціальною групою. Причому на них вплине тільки та інформація, яка явно співзвучна суб'єктивному образу групи. І впливати зможуть тільки ті, хто володіє достатнім авторитетом, щоб дати визначення ідентичності, – особливо ті, у кому бачать зразкових (або прототипних) членів групи (*Reicher, Hoppkins, & Levin 2001*).

Є ще один важливий аспект: для того щоб стати учасником групи, мають збігатися самовизначення і визнання групи. На прикладі Шотландії автори теорії в низці експериментальних досліджень з'ясовують, які ж фактори достатні для того, щоб громадянська позиція була почутою і стала можливою її реалізація (*Reicher & Gaiman, 2011*).

Процес досягнення збігу самовизначення й групового визнання відбувається під час соціалізації і вимагає певних умов. У разі незбіжності власної ідентичності й ідентичності, яку приписує суспільство, є ризики залишитися за межами цього суспільства взагалі. Отже, маємо ніби суспільну вимогу не просто ідентифікувати себе з певною групою, а й зробити це в правильний, визначений спосіб. Саме така правильна, визнана соціальна ідентичність забезпечує місце в системі соціального буття.

А проте наведені тут приклади є крайніми. Процес пошуку може спиратися на багато різних творчих стратегій, за допомогою яких людина здатна знайти своє місце в обраній групі.

Дослідники доходять висновку, що для ефективної групової дії і реалізації впливу ключовою буде не суть чи цінність інформації, яку хоче донести актор, а насамперед визнання актора «своїм» – таким, що відповідає визначеним груповим ознакам ідентифікації. І це визнання буде реалізовуватися, ґрунтуючись не на тому, ким себе проголошує людина, а на тому, ким її вважають. З погляду національної та громадянської ідентифікації ключовими будуть фактори походження, виховання і культурного бекграунду (*Reicher & Gaiman, 2011*).

Протипність як характеристика лідерства. Згідно з теорією самокатегоризації лідери є прототипними членами групи, тобто тими, хто найкраще уособлює соціальну категорію, до якої належить група. *Лідерство* визначається як здатність окремих осіб або груп справляти значний вплив на формування порядку денного, визначення групової ідентичності та мобілізацію людей для досягнення спільних цілей. Це явище є універсальним для всіх соціальних груп, таких як нації, громади, організації, комітети, клани або

родини. *Лідери* – це люди, які мають непропорційний вплив, що зумовлено їхнім авторитетом, силою чи обома цими факторами. Їхній вплив поширюється на ставлення, поведінку і майбутнє членів групи. Лідерство є присутньо груповим процесом (*Chemers, 2001*).

Згідно із СІП, лідерство базується на здатності лідера визначати і втілювати спільну ідентичність групи. Успішний лідер не просто виділяється серед інших, а стає "одним із нас" – уособлює цінності, норми та ідеали групи. Це дає лідерові змогу досягати довіри серед членів групи і зміцнювати її згуртованість. У цьому контексті прототипність відображає, зокрема, наскільки лідер відповідає ідеальному образу членів групи, їхньому уявленню про те, якими мають бути її представники. Лідери, які відповідають цій ідентичності, вважаються більш легітимними і впливовими, оскільки вони втілюють "ми" групи.

Отже, лідер не тільки формує ідентичність групи, а й сам зазнає її впливу. Прототипність лідера є змінною характеристикою, яка залежить від контексту і порівняння з іншими групами (*Turner, 1987, 1991*). Загалом прототипність лідера відображає рівень відповідності лідера ідеалу групи, який базується на спільних цінностях, нормах і меті. Лідер не просто виконує роль адміністратора або особистості з виразними рисами, а уособлює групову ідентичність і визначає, "хто ми є" як спільнота.

На відміну від багатьох інших теорій лідерства, у СІП ефективний лідер не є мандрівником-одинаком з винятковими рисами характеру чи інтелектуальними здібностями. Успіх лідера залежить від його здатності адаптуватися до потреб і цінностей групи, створюючи відчуття спільності ("ми-ідентичності") (*Hogg, 2001*). Саме соціальна ідентичність визначає сприйняття лідера в групі через його відповідність прототипу групи. Члени групи прагнуть до відповідності цьому прототипу, і лідери, які найбільшою мірою відповідають ідеалу групи, сприймаються як *легітимні*. Ці процеси пояснюють, чому найбільш прототипні члени дістають підтримку навіть без активних дій з їхнього боку. Прототипність також впливає на *соціальну привабливість* лідера.

Люди, які відповідають груповим стандартам, викликають симпатію і довіру, а їхні дії дістають більше підтримки. Найбільш прототипні члени стають природними кандидатами на лідерські позиції завдяки своїй здатності уособлювати спільну ідентичність (Steffens, 2021).

Отже, успішний прийнятий групою лідер має відповідати таким **характеристикам прототипності**:

1) *динамічність*: прототипність змінюється залежно від контексту і соціальної ситуації. Лідери адаптуються до змінюваних обставин, щоб залишатися прототипними;

2) *соціальна привабливість*: прототипні лідери є більш привабливими для членів групи, оскільки вони символізують ідеал групи;

3) *вплив і легітимність*: лідери, які відповідають прототипу групи, мають більше можливостей для впливу і вважаються легітимними;

4) *міжгрупова конкуренція*: у ситуаціях міжгрупової взаємодії прототипність стає важливішою, оскільки акцентується відмінність між “нами” і “ними”;

5) *ідентифікація*: чим більше члени групи ідентифікують себе з групою, тим сильніше вони підтримують прототипного лідера;

6) *ідеальний член групи*: прототипність лідера сильніше пов'язана з результатами лідерства, якщо прототип групи розглядається як ідеальний, а не середній член групи;

7) *тривалість існування групи*: прототипність лідера більше впливає на результати лідерства в довготривалих групах із сильними прототипами;

8) *формальність ролі*: прототипність сильніше проявляється у формальних лідерських позиціях, ніж у неформальних;

9) *міжгрупове порівняння*: прототипність лідера більше впливає в умовах міжгрупової конкуренції.

10) *поведінка, зорієнтована на групу*: високий рівень зорієнтованості на групу поведінки може знижувати зв'язок між прототипністю лідера і результатами лідерства (Steffens, 2021).

Як бачимо, прототипність є фундаментальним аспектом соціально-ідентичнісного підходу до лідерства. Вона визначає, наскільки лідер відповідає груповій ідентичності, і впливає на його здатність мотивувати й об'єднувати групу. Лідери, які є прототипними, забезпечують згуртованість, легітимність і стабільність групи, створюючи ефективні умови для досягнення спільних цілей. Якщо розглядати протипність як постійний динамічний процес, то такий підхід дає розуміння співвідношення лідерства і групової та міжгрупової динаміки.

Зрозуміло, що протипність як механізм і прототип, як результат категоризації не є виключним поясненням феномену лідерства, але ці ідеї дають розуміння динаміки лідерства і взаємодії лідер-група.

3.3. Індивідуалізм і колективізм у контексті соціальної ідентичності

Соціальна ідентичність є важливим складником самосприйняття людини, що впливає на її поведінку, взаємодію в групах і ставлення до інших. У межах цієї концепції індивідуалізм і колективізм визначають два основні способи організації соціальних відносин і соціальної поведінки. *Модель, яку запропонували Хінкле і Браун (Hinkle & Brown), показує, як ці два підходи формують взаємини у групах через їхній вплив на ідентифікацію, упередженість і поведінку, і дає змогу пояснити, як люди і групи співвідносять свої дії з культурними особливостями середовища. Ця модель зосереджується на двох ключових вимірах, як-от індивідуалізм/колективізм і автономна/реляційна орієнтація, які визначають механізми взаємодії в соціальних групах і впливають на міжгрупову упередженість (Hinkle, 1996).*

Культурні контексти значною мірою визначають, на яких цілях будуть зосереджені групові відносини та ідентифікація – на індивідуальних чи колективних. У *колективістських* культурах ключовим є взаємозалежність членів групи, де пріоритет надається спільним інтересам, обов'язкам і підтриманню зв'язків. Інтереси групи мають пріоритет над індивідуальними, а соціальні норми й обов'язки формують основу поведінки. Такі культури

підкреслюють роль соціальних норм і групової згуртованості, а відносини оцінюються за їхнім внеском у добробут усієї групи, незалежно від особистої вигоди. У таких культурах підтримання зв'язків між членами групи розглядається як самодостатня мета незалежно від того, чи є ці зв'язки вигідними з погляду особистих інтересів.

На противагу цьому *індивідуалістичні* культури орієнтуються на автономію особистості. У таких суспільствах люди схильні ставити власні цілі вище за групові, зосереджуючись на особистих досягненнях і правах. Відповідно, особисті цілі й права мають вищу цінність, ніж групові обов'язки, а взаємини часто оцінюються крізь призму прагматичних розрахунків. Взаємини в цих умовах часто формуються через прагматичний підхід, коли основним критерієм є взаємна вигода. Дослідження показують, що індивідуалісти зазвичай мають краще самосприйняття і вищу самооцінку, тоді як колективісти, хоча й демонструють реалістичніший підхід до оцінювання себе, частіше фокусуються на досягненнях групи (Brown, 1996).

Функції ідентифікації в різних культурних контекстах також мають суттєві відмінності. Для колективістів ідентифікація з групою часто пов'язана із задоволенням соціальних потреб, таких як згуртованість, афіліація та підтримка. Вони розглядають належність до групи як засіб досягнення взаєморозуміння, спільних цілей і гармонії. Для індивідуалістів основною функцією ідентифікації є самовираження. Належність до групи для них стає інструментом реалізації особистих амбіцій, а взаємодія спрямована на досягнення особистих цілей, які інколи можуть не збігатися з груповими (Brown, 1996).

Автономна і реляційна спрямованість. Поняття автономної і реляційної спрямованості є ключовими для розуміння механізмів групової взаємодії. *Автономна* спрямованість описує спосіб, за якого індивіди оцінюють свої досягнення на основі внутрішніх стандартів або порівняння з власними минулими результатами. Цей підхід особливо характерний для індивідуалістичних культур, де успіх визначається особистим прогресом

незалежно від зовнішнього контексту. *Реляційна* спрямованість, навпаки, фокусується на оцінюванні досягнень через порівняння з іншими групами. Наприклад, у спортивних командах перемога над суперниками є ключовим індикатором успіху, що ілюструє реляційний підхід до оцінювання досягнень. Колективістські групи зазвичай схильні до реляційної орієнтації, оскільки вона підтримує групову згуртованість і підкреслює відмінності між «своїми» і «чужими» (Brown, 1996).

У моделі Hinkle & Brown проаналізовано взаємозв'язок між ідентифікацією з групою та упередженістю на її користь з огляду на культурний контекст. Згідно з цією моделлю найвищий рівень упередженості спостерігається в колективістських групах із реляційною спрямованістю, де належність до групи стає центральним елементом ідентичності. Такі групи схильні переоцінювати свої досягнення і недооцінювати успіхи інших. Це підвищує їхню соціальну самооцінку і забезпечує відчуття позитивної відмінності.

Результати емпіричних досліджень показали, що в колективістських групах ідентифікація часто пов'язана із задоволенням базових потреб, таких як афіліація, підтримка або спільна мета. Натомість індивідуалісти більше фокусуються на самовираженні й досягненні особистих цілей.

Проте інші емпіричні дослідження показали неоднозначні результати. У деяких ситуаціях колективістсько-реляційна спрямованість справді демонструє сильний вплив на упередженість. Наприклад, дослідження італійських регіональних ідентичностей показало, що групи з колективістською спрямованістю виявляли більшу упередженість щодо зовнішніх регіонів. Водночас індивідуалісти, хоча й менш схильні до міжгрупових порівнянь, також можуть демонструвати упередженість, особливо якщо це сприяє їхній самореалізації (Brown, 1996). Наприклад, у ситуаціях, де міжгрупове порівняння підкреслює їхній особистий статус, індивідуалісти схильні демонструвати таку ж, якщо не більшу, упередженість, ніж колективісти (Capozza et al., 2000).

Хоч модель Hinkle & Brown є цінним внеском у розуміння взаємодії соціальної ідентичності з індивідуалізмом і колективізмом, вона має певні обмеження. Одним з основних недоліків є недостатня універсальність моделі в різних культурних контекстах. Більшість досліджень, які підтримують цю модель, проводилися в західних суспільствах, де домінують індивідуалістичні цінності. Це створює упередження щодо інтерпретації результатів у колективістських культурах, таких як азійські чи африканські.

Ще однією критичною точкою є складність вимірювання автономної і реляційної спрямованості. Незважаючи на те, що використовувані шкали є інформативними, вони не завжди враховують динамічний характер ідентифікації. У реальному житті належність до групи може змінюватися залежно від ситуаційного контексту, а модель не завжди адекватно відображає ці зміни.

Додатковим викликом є функціональна гнучкість групових ідентичностей. Низка досліджень показала, що функції ідентифікації можуть відрізнятися не лише між культурами, а й у межах однієї групи. Скажімо, у спортивних командах колективістська спрямованість може поєднуватися з індивідуалістичними мотивами, наприклад з прагненням до особистого успіху.

Ще однією точкою критики є те, що модель не завжди враховує роль зовнішніх чинників, як-от економічна ситуація, політичний контекст або історичні обставини, які можуть значною мірою впливати на соціальні ідентичності та упередженість. Наприклад, у періоди економічної кризи люди можуть демонструвати більш колективістську поведінку навіть у традиційно індивідуалістичних суспільствах.

3.4. Інгруповий фаворитизм і аутгрупова агресія: особливості та модифікувальні фактори

Інгруповий фаворитизм є одним із засадничих понять у теорії соціальної ідентичності. Цей феномен відображає схильність людей позитивно оцінювати й підтримувати членів своєї групи (інгрупи) і віддавати перевагу насамперед їм на протипагу представникам інших груп (аутгрупи). Він може проявлятися через позитивні оцінки, віддавання переваги членам своєї групи й посилену співпрацю з ними, а також через негативні оцінки або дискредитацію аутгрупи (Moscatelli et al., 2014, 2016).

Інгруповий фаворитизм можна визначити як преференційне ставлення і позитивну упередженість, яку люди демонструють щодо членів своєї соціальної групи. Ця упередженість ґрунтується на психологічних процесах соціальної категоризації, коли люди поділяють себе та інших на окремі соціальні групи, базуючись на спільних характеристиках (Verkuyten, 2021). Це спонукає людей підтримувати свою групу, щоб підвищити самооцінку й посилити соціальну ідентичність (Iacoviello et al., 2017).

Інгруповий фаворитизм проявляється в будь-яких соціальних контекстах, де людина відчуває групову належність. Він може проявлятися у різноманітних формах, як-от, наприклад, преференційні практики найму, лояльність до групи чи соціальна підтримка її членів. Дослідження показують, що люди з більшою ймовірністю рекомендують кандидатів на роботу, які поділяють їхню соціальну ідентичність, навіть якщо кваліфікації цих кандидатів є однаковими (Vanhoomissen & Overwalle, 2010). Ця упередженість проявляється також в емоційних реакціях: під час криз або викликів люди демонструють більшу емпатію і турботу щодо членів своєї групи (Iacoviello et al., 2017).

Феномен інгрупового фаворитизму не обмежується лише поведінкою – він також впливає на когнітивні процеси. Дослідження показали, що люди краще запам'ятовують інформацію, пов'язану з інгрупою, порівняно з інформацією про аутгрупу, – явище, відоме як «перевага пам'яті про інгрупу» (Gramzow et al., 2001). Ця когнітивна упередженість підсилює інгруповий

фаворитизм, роблячи членів своєї групи більш помітними й запам'ятовуваними в соціальних взаємодіях.

Інгруповий фаворитизм характеризується кількома ключовими рисами.

1. Позитивна упередженість щодо членів інгрупи. Люди проявляють схильність оцінювати членів своєї групи більш позитивно, ніж представників зовнішніх груп. Ця упередженість може проявлятися у вигляді підвищеної довіри, співпраці та підтримання ініціатив інгрупи (*Moscatelli et al., 2014, 2016*). Наприклад, члени інгрупи можуть отримувати преференції в розподілі ресурсів або соціальному визнанні, що ще більше зміцнює їхній статус у групі (*Iacoviello et al., 2017*).

2. Дискредитація аутгрупи Інгруповий фаворитизм часто супроводжується тенденцією до дискредитації членів зовнішньої групи. Це може проявлятися у вигляді негативних стереотипів, дискримінації або ворожості щодо тих, кого сприймають як «чужих» (*Moscatelli et al., 2014, 2016*). Дослідження показують, що, коли люди відчують загрозу від конкуренції з боку аутгрупи, прояви інгрупового фаворитизму можуть посилюватися, водночас члени групи схильні більш інтенсивно дискредитувати аутгрупу, що є своєрідним захисним механізмом.

3. Посилення соціальної ідентичності та самооцінки. Інгруповий фаворитизм тісно пов'язаний з підвищенням самооцінки і зміцненням соціальної ідентичності. Гіпотеза самооцінки припускає, що люди переживають почуття власної значущості через належність до групи, тому вони віддають перевагу інгрупі, щоб підтвердити свою ідентичність (*Iacoviello et al., 2017*). Ця динаміка створює цикл зворотного зв'язку, де позитивні оцінки інгрупи підсилюють самооцінку, що, зі свого боку, посилює інгруповий фаворитизм.

4. Нормативний вплив. Інгруповий фаворитизм значною мірою піддається впливу соціальних норм та очікувань у межах групи. Члени групи часто мотивовані дотримуватися норм, які підтримують інгруповий фаворитизм, адже така поведінка сприймається як прояв лояльності й відданості групі. Взаємодія між описовими нормами (що зазвичай роблять

члени групи) і наказовими нормами (що очікується від членів групи) формує міру, до якої люди демонструють інгруповий фаворитизм (*Smith & Louis, 2008*). У ситуаціях, коли описові норми є слабкими або негативними, наявність сильних наказових норм може все одно сприяти інгруповому фаворитизму. Наприклад, якщо члени інгрупи знають про незначну кількість позитивних міжгрупових взаємодій серед своїх однолітків, позитивний зв'язок між наказовими нормами інгрупи (не вступати в контакт з аутгрупою) і фаворитизмом може стати більш вираженим (*Rupar, 2024*).

5. Контекстуальна варіативність. Прояви інгрупового фаворитизму можуть значною мірою варіюватися залежно від контекстуальних факторів, таких як актуальність групової ідентичності, сприйнята загроза від аутгруп і характер міжгрупових відносин (*Otten & Epstude, 2006*). Наприклад, інгруповий фаворитизм може бути більш вираженим у конкурентному середовищі, де групові ідентичності є актуальними, і менш помітним у кооперативних умовах, які наголошують на спільних цілях (*Moscatelli et al., 2016*).

Розгляньмо більш детально, як саме може впливати контекстуальна варіативність на зміни рівня фаворитизму і проявів соціальної ідентичності

Актуалізація групової ідентичності визначає, наскільки сильно люди ототожнюють себе зі своєю групою в певному контексті. У ситуаціях, коли групова ідентичність стає актуальною, люди з більшою ймовірністю демонструють поведінку, що сприяє їхній інгрупі. Це особливо помітно в конкурентних середовищах, де розмежування між інгрупою і аутгрупою стає більш вираженим. Наприклад, під час спортивних змагань члени команди можуть проявляти посилений інгруповий фаворитизм, підтримуючи своїх товаришів по команді і демонструючи лояльність, оскільки їхня ідентичність як частини команди всіляко акцентується (*Castelli et al., 2008*).

Навпаки, у ситуаціях, де групова ідентичність є менш актуальною, люди можуть не відчувати такої сильної потреби проявляти фаворитизм щодо своєї інгрупи. Скажімо, у кооперативних контекстах, де увага зосереджена на досягненні спільних цілей, а не на суперництві з аутгрупою, індивіди можуть

віддавати перевагу співпраці над фаворитизмом. Така зміна може сприяти більш егалітарній поведінці, оскільки члени групи усвідомлюють переваги роботи разом задля спільної мети (*Dang et al., 2019*).

Відчуття загрози від аутгрупи також відіграє ключову роль у формуванні інгрупового фаворитизму. Коли люди сприймають свою інгрупу як таку, що перебуває під загрозою з боку аутгрупи через конкуренцію за ресурси, соціальний статус або ідеологічні розбіжності, вони частіше виявляють фаворитизм до своєї групи як захисний механізм. Це явище підтверджується дослідженнями, які показують, що в ситуаціях, коли люди відчують, що їхня групова ідентичність зазнає атак, вони можуть згуртовуватися навколо своєї інгрупи, проявляючи підвищену лояльність і підтримку її членів.

Наприклад, під час політичних конфліктів або соціальних рухів люди можуть демонструвати посилений інгруповий фаворитизм як реакцію на відчуття загрози з боку груп-опонентів. Це може проявлятися у вигляді дискредитації членів аутгрупи або пріоритетного задоволення потреб та інтересів інгрупи над інтересами аутгрупи (*Durrheim et al., 2016*). Навпаки, коли сприйнята загроза зменшується, люди можуть бути більш схильними до співпраці і менше прагнути проявляти інгруповий фаворитизм, оскільки необхідність захищати групову ідентичність стає менш нагальною (*Dang et al., 2019*).

Характер взаємодії між групами – чи це конкуренція, чи співпраця, а чи просто співіснування – суттєво впливає на прояви інгрупового фаворитизму. У конкурентних міжгрупових контекстах, де групи змагаються за обмежені ресурси чи статус, інгруповий фаворитизм зазвичай є більш вираженим. Дослідження показують, що люди з більшою ймовірністю віддають перевагу своїй інгрупі, коли вони сприймають свою групу як таку, що перебуває в прямій конкуренції з аутгрупою. Така конкурентна динаміка може призводити до підвищеної ворожості до членів аутгрупи і більшої прихильності до норм і цінностей інгрупи.

Натомість у кооперативних міжгрупових умовах, коли групи працюють разом над досягненням спільної мети, інгруповий фаворитизм може послаблюватися. Якщо люди усвідомлюють, що успіх їхньої інгрупи пов'язаний з успіхом інших груп, вони з більшою ймовірністю виявляють просоціальну поведінку, яка приносить користь як членам інгрупи, так і членам аутгрупи (Otten, 2006). Такий кооперативний дух сприяє позитивним міжгруповим відносинам і знижує ймовірність дискримінаційної поведінки (Durrheim et al., 2016).

Очевидно, що супротивним до інгрупового фаворитизму є явище аутгрупової агресії. *Аутгрупову агресію* визначають як прояви ворожості чи насильницької поведінки щодо осіб або груп, які класифікуються як «чужі» або такі, що належать до іншої соціальної ідентичності. Ця агресія може бути реактивною, проактивною чи переміщеною і часто є відповіддю на сприйняті загрози ідентичності чи ресурсам інгрупи (Dyduch-Hazar, 2024; Nesdale & Duffy, 2011).

Особливості прояву аутгрупової агресії, закономірно, дзеркальні до інгрупового фаворитизму. Аутгрупова агресія тісно пов'язана з процесами соціальної категоризації і формування ідентичності. Люди, які сильно ідентифікують себе зі своєю інгрупою, частіше демонструють агресію щодо аутгруп, особливо коли їхня інгрупа сприймається як така, що зазнає загрози чи знецінення (Otten & Stapel, 2007; Salfate et al., 2020). Це узгоджується з ідеєю про прагнення до позитивної соціальної ідентичності, яке може призводити до приниження аутгруп, що є способом підвищення статусу інгрупи (Newheiser & Dovidio, 2014).

Так само, як і посилення інгрупового фаворитизму, аутгрупова агресія часто спричинюється сприйнятими загрозами, реальними або уявними. Наприклад, якщо люди відчують, що їхня інгрупа зазнає нападу чи маргіналізації, вони можуть відповідати агресією щодо членів аутгруп, що є формою захисту (Dyduch-Hazar, 2024; Lasko et al., 2022). Це особливо помітно в ситуаціях, коли загострюється конкуренція за ресурси чи соціальне визнання.

Не останню роль у тому, наскільки буде проявлятися аутгрупова агресія, відіграє і рівень *ентитавності* групи. Перцепція аутгруп як згуртованих і цілісних утворень може посилювати агресію. Коли аутгрупи сприймаються як високоентитативні, люди можуть колективно звинувачувати їх у реальних або уявних злочинах, що призводить до більшої готовності вдаватися до агресивних дій проти них (*Newheiser & Dovidio, 2014*).

Також аутгрупова агресія може бути зумовлена відплатою за уявну несправедливість, заподіяну інгрупі, навіть якщо учасники конфлікту не були прямо залучені. Це підкреслює роль колективних емоцій, таких як гнів чи розчарування, у стимулюванні агресивної поведінки (*Halevy et al., 2008; Lickel et al., 2006*).

Важливим модифікувальним фактором аутгрупової агресії є *емоційні реакції*, як-от фрустрація чи гнів, які виникають у відповідь на провокації аутгруп і можуть посилювати агресію. Дослідження показують, що люди можуть відчувати своєрідне «задоволення» під час агресивних дій, що підкріплює таку поведінку (*Dyduch-Hazar, 2024; Lasko et al., 2022*). Крім того, *когнітивні викривлення*, такі як дегуманізація членів аутгруп, можуть підштовхувати до агресивних реакцій (*Ashmore et al., 2004*).

Але разом з тим соціальні норми, встановлені в групі, суттєво впливають на ймовірність аутгрупової агресії. Групи, які схвалюють агресивну поведінку щодо аутгруп, можуть створювати середовище, де такі дії нормалізуються і навіть заохочуються (*Martiny & Kessler, 2014; Nesdale et al., 2008*). Натомість групи, які пропагують толерантність і розуміння, можуть притлумлювати агресивні схильності своїх членів. Тобто група певним чином може регулювати рівень своєї базової аутгрупової агресії, тим не менше динамічно змінюючи його в ситуації реальної загрози. Тому аутгрупова агресія посилюється в контекстах міжгрупового конфлікту, де превалює конкуренція за статус, ресурси чи визнання. У таких ситуаціях люди можуть відчувати потребу захищати свою інгрупову ідентичність, що призводить до зростання ворожості до аутгруп (*Berendt et al., 2023; Halevy et al., 2008*).

Підсумовуючи, можемо зробити висновок, що аутгрупова агресія в межах підходу соціальної ідентичності є складним поєднанням динаміки соціальної ідентичності, сприйняття загроз, емоційних реакцій і соціальних норм. Розуміння цих характеристик допомагає розкрити мотивації агресивної поведінки щодо аутгруп і підкреслює важливість вирішення питань ідентичності в міжгрупових відносинах.

3.5. Групове мислення: перегляд класичних ідей у контексті соціально-ідентичнісного підходу

У межах СІП соціальну взаємодію розглядають насамперед як таку, що структурується процесом самокатегоризації (*Abrams & Hogg, 1990; Turner, 1991*). Коли інші люди сприймаються як члени тієї ж соціальної категорії, що й суб'єкт, їхні погляди вважаються релевантними для спільної соціальної реальності. Це створює мотивацію до узгодження відмінностей у думках шляхом обміну інформацією, виявлення спільних поглядів і досягнення консенсусу (*Haslam et al., 1998*).

Позиція, яка визначає спільність у певному контексті, – це прототип інгрупи. Тобто під час обговорення група зазвичай сходиться до цієї позиції, оскільки вона найкраще відображає її спільну ідентичність. Проте характер цього прототипу залежить від соціального контексту, що впливає на те, яким буде групове рішення: узгодженим, поляризованим або розбіжним (*Haslam, 2012*).

Соціально-ідентичнісний підхід пропонує переосмислення класичної теорії групового мислення, розробленої Ірвінгом Дженісом. У традиційному розумінні групове мислення вважалося негативним явищем, яке виникає через надмірну згуртованість групи, що призводить до неефективних і часто помилкових рішень. Дженіс припускав, що групи, занадто зосереджені на збереженні консенсусу, нехтують альтернативними ідеями, ігнорують потенційні ризики і виявляють надмірний оптимізм, що може мати катастрофічні наслідки. Однак СІП пропонує більш складний і контекстуально

зумовлений погляд на ці процеси, підкреслюючи їхню раціональність і функціональність у межах групової динаміки (*Haslam, 2012*).

На думку Марлен Тернер і Ентоні Пратканіса, групове мислення не є проявом когнітивної слабкості, а радше адаптивним механізмом, що виникає у відповідь на міжгрупову загрозу. У цьому контексті групове мислення виконує важливу функцію захисту і зміцнення соціальної ідентичності групи. Коли група стикається з викликами або загрозами з боку аутгрупи, її члени починають діяти не просто як люди, а як представники колективу, що має спільну ідентичність. Ця спільна ідентичність стає основою для ухвалення рішень, спрямованих на захист групових інтересів і посилення згуртованості (*Turner & Pratkanis, 1994*).

Ключовим елементом моделі соціальної ідентичності групового мислення є розуміння того, як міжгрупова загроза впливає на поведінку членів групи. Загроза стимулює підвищену згуртованість, оскільки члени групи прагнуть підтримувати єдність перед обличчям зовнішніх викликів. Це часто супроводжується посиленням поляризації поглядів, коли позиції групи стають більш екстремальними, але водночас чітко відповідають прототипним нормам інгрупи. Також спостерігається тенденція до зміцнення стереотипів: аутгрупа сприймається як джерело загрози, тоді як інгрупа позиціонується як морально вища, більш компетентна і згуртована.

Один із прикладів прояву цих механізмів можна спостерігати у сфері політичного ухвалення рішень. Уявімо групу політиків, яка стикається з критикою з боку опозиції. Якщо ця критика сприймається як загроза, група може не лише ухвалювати рішення, спрямовані на контратаку, а й зміцнювати своє внутрішнє почуття єдності через радикалізацію своїх позицій. Такі рішення часто супроводжуються моральною перевагою: члени групи переконані у своїй правоті, а дії аутгрупи сприймаються як ворожі і необґрунтовані. Ці процеси добре ілюструють, як загроза з боку аутгрупи активує механізми захисту соціальної ідентичності, спрямовані на збереження позитивного образу інгрупи.

Соціально-ідентичнісний підхід також наголошує, що групове мислення виникає не тільки через згуртованість групи, а й через спільні стереотипи та узгодженість рішень, засновані на соціальній ідентичності. Спільна ідентичність допомагає групі формувати уявлення про «нас» і «їх», що спрощує ухвалення рішень. Це підтверджують дослідження А. Хеслема і його колег, які показали, що в умовах міжгрупового порівняння рівень консенсусу в групі помітно зростає. Наприклад, під час дослідження австралійських студентів виявлено, що в разі порівняння своєї інгрупи з аутгрупою рівень узгодженості уявлень про характеристики інгрупи зростає, тоді як сприйняття аутгрупи залишалося стабільним. Включення групової взаємодії в процес ухвалення рішень також сприяє підвищенню рівня консенсусу, особливо щодо визначення характеристик аутгрупи (Haslam, 2012).

Важливим аспектом є те, що СІП дає змогу переосмислити групове мислення не як когнітивну помилку, а як адаптивний механізм, спрямований на досягнення цілей групи в складних умовах. Групове мислення може бути ефективним у забезпеченні єдності, мобілізації ресурсів та зміцненні позицій групи в умовах загрози. Тобто воно є не лише індикатором згуртованості, а й способом підтримання колективної ефективності.

Однак ця модель також звертає увагу на небезпеку надмірної поляризації і відкидання альтернативних поглядів, що може призводити до неефективних або необґрунтованих рішень. Тому розуміння цих механізмів є важливим для управління груповими процесами, зокрема в контексті міжгрупових конфліктів або кризових ситуацій. Замість того, щоб вважати групове мислення негативним явищем, варто сприймати його як адаптивний процес, який відображає природне прагнення групи до самозбереження і розвитку в складному соціальному середовищі.

Розділ 4

ОКРЕМІ АСПЕКТИ СОЦІАЛЬНО-ІДЕНТИЧНІСНОГО ПІДХОДУ В КОНТЕКСТІ ВЕЛИКИХ СОЦІАЛЬНИХ СИСТЕМ

4.1. Механізми соціальної дискримінації: позитивно-негативна асиметрія

Поняття позитивно-негативної асиметрії в соціальній дискримінації відображає відмінності в сприйнятті та поведінці людей залежно від валентності стимулів, позитивних або негативних, оскільки саме характер стимулів визначає, наскільки сильно проявляється упередженість на користь своєї групи. Дослідження в цій сфері засвідчили, що категоризація впливає на соціальну дискримінацію значно сильніше в разі розподілу позитивних ресурсів, таких як гроші або винагороди, ніж у ситуаціях, пов'язаних із негативними стимулами, як-от покарання, втрати чи додаткові обов'язки. Амелі Маммендей і Майкл Венцель зазначають, що більшість досліджень у цій галузі традиційно фокусувалися саме на позитивних стимулах. Вони запропонували концептуальне розмежування двох типів стимулів: позитивних, які додають групі ресурсів, і негативних, пов'язаних із втратами чи санкціями. Наприклад, надання додаткових переваг або підтримки своїй групі (позитивні стимули) викликає значно більшу упередженість, ніж ситуації, коли треба розподіляти покарання чи негативні ресурси. Цей феномен досліджено завдяки численним експериментам, результати яких чітко показують, що упередженість на користь своєї групи значно зменшується в негативному контексті (*Wenzel & Mummendey, 2011*).

Також у межах цієї концепції запропоновано класифікацію соціальної дискримінації, яка враховує як характер стимулів, так і спосіб розподілу благ і загроз. Пряма дискримінація може проявлятися через надання позитивних ресурсів своїй групі або завдання втрат іншій групі. Непряма дискримінація передбачає, що ресурси забираються у зовнішньої групи або на неї перекладається тягар додаткових обов'язків.

Причини позитивно-негативної асиметрії в соціальній дискримінації досліджують у трьох основних аспектах: валентно-специфічні норми, когнітивні процеси опрацювання інформації та репрезентація міжгрупових умов.

Перший аспект, *валентно-специфічні норми*, пов'язаний з тим, що розподіл негативних ресурсів сприймається як менш справедливий і викликає більше суспільного осуду. Учасники досліджень часто виправдовують фаворитизм у розподілі позитивних стимулів, але засуджують дискримінацію, коли йдеться про покарання чи втрати. Наприклад, у ситуаціях із позитивною валентністю учасники схильні вказувати на альтруїстичні мотиви (підтримка своєї групи), тоді як у негативному контексті такі дії часто приписуються егоїстичним чи корисливим намірам.

Другий аспект стосується *когнітивного опрацювання інформації*. Негативні стимули активують більш систематичне і ретельне опрацювання інформації, тоді як позитивні опрацьовуються швидше і менш критично. Зокрема, виявлено, що реакція учасників на негативні стимули вимагала більше часу, а упередженість у таких умовах була менш вираженою. Це свідчить, що негативна валентність стимулює когнітивну рефлексію, яка дає змогу уникнути автоматичної упередженості.

Третій аспект пов'язаний з *репрезентацією міжгрупових умов*. Негативні стимули можуть приводити до перекатегоризації, унаслідок чого початкові межі між групами стають менш помітними, а члени обох груп починають сприйматися як частина єдиної спільноти. Наприклад, спільна загроза або проблеми можуть викликати відчуття «спільної долі», що знижує рівень

упередженості. Дослідження показали, що за умови низької помітності міжгрупових відмінностей негативна валентність стимулювала формування інклюзивної ідентичності (Otten & Mummendey, 2000).

Механізм позитивно-негативної асиметрії є важливим для практик міжгрупової взаємодії і створює умови для зменшення упереджень. Практичне застосування цих висновків передбачає формування умов, які змінюють сприйняття нормативності і справедливості рішень. Наприклад, розроблення чітких правил для розподілу ресурсів або санкцій може зменшити упередженість навіть у позитивному контексті. Негативна валентність стимулів може слугувати каталізатором для формування спільної ідентичності, коли групи, зіткнувшись із загрозою або викликом, починають сприймати свої розбіжності як другорядні, а взаємодію – як частину ширшої, спільної мети.

4.2. Теорія невизначеності ідентичності

У попередніх розділах ми вже неодноразово зазначали, що однією із ключових функцій чи мотивів соціальної ідентичності є зниження рівня невизначеності від когнітивної категоризації до розуміння того, як треба поводитися за тих чи інших обставин. Одним із найбільш розгорнутих пояснень, що має значну теоретичну та емпіричну базу, є *теорія невизначеності ідентичності* (ТНІ) (Uncertainty-Identity Theory – UIT), розроблена М. Хоггом. Дослідник пропонує всеосяжну модель для розуміння взаємозв'язку між індивідуальною невизначеністю та ідентифікацією з групами. Основна ідея ТНІ полягає в тому, що почуття невизначеності щодо себе або свого соціального контексту може спонукати людей шукати належність до груп, які забезпечують чітку і стабільну ідентичність (Hogg, 2007).

Механізми впливу невизначеності на ідентифікацію з групами в контексті теорії невизначеності ідентичності

Ключовим положенням ТНІ є твердження, що люди, які стикаються з невизначеністю, прагнуть віднайти належність до груп, котрі б забезпечували

чітку й стабільну ідентичність. Динаміка ідентифікування з групою за умов невизначеності може спричиняти різноманітні психологічні наслідки. Наприклад, люди можуть переживати відчуття підвищеної самооцінки і самоствердження, ідентифікуючись із групами, які підтримують їхню ідентичність. Однак це також може призводити до негативних наслідків, як-от посилений інгруповий фаворитизм і ворожість до аутгруп, особливо якщо групова ідентичність перебуває під загрозою або зазнає викликів (Hogg, 2007).

Основні положення теорії можна узагальнити в *чотирьох основних принципах*:

1. Мотивація до зменшення невизначеності. Люди прагнуть зменшити або уникнути почуття невизначеності щодо себе, своїх, суджень, настановлень і поведінки, які стосуються їхньої взаємодії з іншими людьми та їхнього місця в соціальному контексті.

2. Соціальна категоризація зменшує невизначеність через деперсоналізацію та сприйняття прототипів своєї групи і зовнішніх груп. Прототипи визначають і регулюють ідентичність, настановлення, емоції та поведінку, а також самоставлення і взаємодію з іншими людьми. Завдяки самокатегоризації людина набуває ідентичності з усіма притаманними їй характеристиками. Консенсус у групі щодо прототипів посилює впевненість у власній поведінці та самооцінці.

3. Чіткі прототипи помітно зменшують невизначеність, оскільки вони прості, зрозумілі, однозначні, нормативні, можуть пояснити буквально будь-який виклик. Такі прототипи пов'язані з високою ентитативністю групи. У разі невизначеності люди частіше ідентифікують себе з високоентитативними групами, прагнуть приєднатися до них, створюють нові або трансформують наявні групи для підвищення їхньої ентитативності. Концепція ентитативності групи, що є центральною для ТНІ, описує, до якої міри група сприймається як цілісне і єдине утворення. Дослідження Хогга свідчать про те, що ідентифікація з такими групами підвищує готовність людей дотримуватися групових норм,

що, зі свого боку, зменшує їхню невизначеність щодо соціальної поведінки в різних контекстах.

4. Екстремальна невизначеність призводить до утворення тоталітарних груп. В умовах виразної і тривалої невизначеності підсилюється мотивація до зменшення невизначеності через ідентифікацію з групами, що мають жорсткі ієрархічні структури, закриті межі та абсолютні ідеологічні переконання. Такі групи пропонують всеосяжну ідентичність, яка ефективно протидіє невизначеності, але може водночас призводити до *екстремізму*. Такі групи пропонують жорстко визначені ідентичності і нормативну поведінку, яка ще більше зменшує почуття невизначеності. Хогг наголошує, що процес ідентифікації з групами в цьому разі виходить за межі звичайного прагнення до соціальної належності і може підштовхувати людину до підтримання екстремістських ідеологій і поведінки. Люди, які ототожнюють себе з такими групами, дістають відчуття впевненості та ясності в умовах невизначеності світу (Hogg, 2007).

Взаємозв'язок між невизначеністю та ідентифікацією з групами ускладнюється через *індивідуальні відмінності*, зокрема через особливості того, як люди відчують і реагують на невизначеність. Хоча ТНІ зосереджується головним чином на колективній динаміці групової ідентифікації, вона визнає, що особистісні характеристики можуть впливати на рівень невизначеності, який відчуває людина, і на її подальші дії. Однак ці індивідуальні відмінності зазвичай розглядають як другорядні порівняно із загальною груповою метатеорією, що визначає соціальні процеси ідентифікації.

Хогг також аналізує роль *ідеології* у формуванні групової динаміки в умовах невизначеності. Ідеологічні конструкції, зокрема спрямованість на соціальне домінування й авторитаризм правого спрямування, можуть впливати на те, як люди ідентифікують себе з групами і якою мірою вони дотримуються групових норм. Ідеологічна орієнтація може додатково зміцнювати групову ідентичність, особливо тоді, коли соціальна невизначеність є поширеним явищем. Отже, ТНІ наголошує на тому, що ідеології можуть слугувати

механізмом підтримання групової згуртованості і зменшення невизначеності (Hogg, 2007).

Ключовим елементом, коли йдеться про зменшення невизначеності, є *довіра*. Вона асоціюється з передбачуваністю і стабільністю взаємодій у групі. Внутрішньогрупові відносини формуються як "спільноти взаємної довіри", де члени очікують, що інші діятимуть в інтересах групи. Порухення довіри, особливо з боку головних членів або лідерів, викликає серйозні збурення в групі та підсилює невизначеність (Hogg, 2007).

Використання невизначеності для контролю та маніпуляцій є важливим інструментом у міжгрупових відносинах та управлінні груповою динамікою. Наприклад, у міжгрупових відносинах невизначеність можуть використовувати як інструмент *домінування*. Домінантні групи забезпечують собі відносну стабільність (надійний дохід, соціальне визнання), тоді як підлеглі групи часто стикаються з нестабільністю. Невизначеність може бути використана і меншинами: консистентна ідеологія меншини викликає у більшості сумніви у власних переконаннях, що зрештою може призвести до прийняття переконань меншини як нової норми (Hogg, 2007).

Утім, невизначеність може як перешкоджати, так і сприяти *соціальній мобілізації*. Вона стає перешкодою, якщо люди не впевнені в результативності своїх дій або в поведінці інших. Однак у контексті невизначеності, пов'язаної з власною ідентичністю, групова ідентифікація може мотивувати до активної участі в колективних діях. Дослідження підтверджують, що в таких умовах члени групи частіше діють відповідно до групових норм і своїх ставлень (Hogg, 2007).

4.3. Підтримання і виправдання соціальної системи: модель SIMSA

Вивчаючи належність людини до соціальних груп, зокрема до дискримінованих, дослідники неодноразово зауважували, що чимало людей схильні підтримувати і виправдовувати соціальні системи, до яких вони належать, навіть якщо це пов'язано з несправедливістю чи дискримінацією.

Одне з перших пояснень цього явища було запропоновано в межах *теорії виправдання системи* (TBC) (System Justification Theory, SJT). Цю теоретичну концепцію вперше сформулювали Джон Джост і Махзарін Банаджі, а подальшого розвитку вона набула вже у працях Джоста (Jost, 2019, 2020). Теорія пояснює, чому люди схильні підтримувати й виправдовувати чинні соціальні, економічні та політичні системи, навіть якщо вони є несправедливими чи завдають шкоди певним групам.

Згідно з теорією виправдання системи, члени груп піддаються впливу трьох різних мотивів: *мотив виправдання ego* пов'язаний з бажанням захистити й зміцнити позитивну особисту ідентичність, захищаючи та удосконалюючи власне "Я"; *мотив виправдання групи* базується на теорії соціальної ідентичності (Tajfel & Turner, 1979) і стосується прагнення захистити й зміцнити позитивну соціальну ідентичність, підтримуючи або підвищуючи соціальний статус своєї групи; *мотив виправдання системи* – бажання захищати, підтримувати й зміцнювати статус-кво соціальних систем, зокрема і легітимність міжгрупових ієрархій у цих системах (Jost, 2019, 2020).

ТВС стверджує, що люди мають мотивацію виправдовувати чинний порядок речей, тому що це дає їм відчуття передбачуваності, стабільності та контролю. Ця потреба може особливо посилюватися в умовах загрози чи невизначеності. При цьому люди, які належать до менш привілейованих чи навіть маргіналізованих груп, так само можуть виправдовувати систему, навіть якщо вона їх пригнічує. Це явище називають *парадоксом виправдання системи*. Воно пояснюється тим, що прийняття системи може зменшити у людини

когнітивний дисонанс і допомогти їй зберегти психологічну рівновагу. ТВС підтверджує, що ідеології можуть бути використані для виправдання соціальної та економічної нерівності. Ці ідеології допомагають легітимізувати чинні структури влади.

Однак за такого підходу розуміння мотивації виправдання систем дещо узагальнене і не дає повного уявлення, чому ж саме люди схильні підтримувати свою соціальну систему, навіть якщо їм це не вигідно. Тому пізніше в межах СІП з'явилася **модель соціальної ідентичності системних атитюдів – SIMSA** (Rubin 2023).

Згідно із цим підходом виправдання системи представниками груп з низьким статусом можна пояснити, спираючись на розширені принципи теорії соціальної ідентичності, без потреби обґрунтування окремого мотиву виправдання системи. Зокрема, SIMSA передбачає, що потреби в (а) соціальній точності й визначеності і (б) позитивно вираженій соціальній ідентичності є достатніми для пояснення виправдання системи низькостатусними групами.

Розгляньмо відтак основні положення цієї моделі (Rubin 2023).

Соціальні реалії. Згідно з моделлю SIMSA, у ситуаціях, коли ієрархія міжгрупового статусу сприймається як стабільна і легітимна, члени груп мотивовані колективною потребою в соціальній точності, щоб точно відображати і пасивно приймати наявний статус-кво. Групова потреба в соціальній визначеності змушує членів низькостатусних груп пасивно сприймати і визнавати статус-кво, але при цьому не виказувати активної підтримки такій системі. Модель SIMSA показує, що сприйняття ієрархії часто є відображенням соціальної реальності, мотивованим потребою в точності, а не активною підтримкою системи.

Репутація внутрішньої групи. Збереження позитивної репутації своєї групи може сприяти підтримці системи, оскільки це допомагає уникнути подальшого зниження статусу чи стигматизації. Згідно з поясненням моделі SIMSA, члени низькостатусних груп можуть виправдовувати систему, щоб уникнути створення враження, ніби їхня група є ображеною чи озлобленою

через свій невідгідний статус. Така поведінка спрямована на захист репутації своєї групи в очах інших груп, що так само підтримує позитивну соціальну ідентичність. На відміну від пояснення, заснованого на соціальній реальності, тут припускається, що ідентифікація з власною групою буде позитивно пов'язана з виправданням системи. Виправдання системи може частково зумовлюватися прагненням захистити репутацію своєї групи, особливо якщо її статус є низьким, а соціальний контекст робить цю занепокоєність очевидною.

Порівняння з групою із нижчим статусом. Порівняння своєї групи з аутгрупою із ще нижчим статусом може підвищити почуття власної цінності і спонукати до підтримання системи, яка закріплює це порівняння. Наприклад, секретарі в компанії можуть порівнювати себе з прибиральниками (які отримують ще меншу заробітну плату), коли стикаються з вищим статусом керівників. Згідно з моделлю SIMSA, члени груп із низьким статусом підтримуватимуть систему, якщо вона дає їм змогу задовольняти групові мотиви через такі порівняння. Потреба в позитивній соціальній ідентичності може мотивувати до сприйняття легітимності системи в умовах, коли група має змогу порівнювати себе з нижчими статусними групами.

Порівняння в компенсаторному вимірі. Навіть якщо група має низький статус в одному аспекті, вона може сприймати себе як переважальну аутгрупу в іншому вимірі, що підтримує легітимність системи. Теорія соціальної ідентичності передбачає, що якщо група має нижчий статус порівняно з іншою групою за певною характеристикою, а ця різниця статусів сприймається як стабільна й легітимна, то члени групи можуть зосередитися на іншій характеристиці, за якою їхня група має вищий статус. Ця стратегія "соціальної креативності" дає змогу низькостатусній групі компенсувати свою невідгідну позицію.

Зменшення когнітивного дисонансу. Прийняття системи часто допомагає уникнути дисонансу, що виникає через конфлікт між реальними обмеженнями і бажанням змін. Згідно з теорією соціальної ідентичності і моделлю SIMSA, члени груп з низьким статусом можуть демонструвати підтримку системи через прагнення зменшити когнітивний дисонанс,

викликаний сприйняттям низького статусу їхньої групи та їхньою залежністю від системи. SIMSA стверджує, що дисонанс буде сильнішим, коли ідентифікація з групою є високою, оскільки це посилює значущість невідповідності між груповим статусом і системою, тобто когнітивний дисонанс посилюється, якщо групова ідентичність є значущою, а також якщо залежність від системи є високою. Отже, згідно із SIMSA когнітивний дисонанс може мотивувати підтримку системи, але ця підтримка, імовірно, зумовлена прагненням до позитивної групової ідентичності.

Надія на майбутній статус внутрішньої групи. Віра в те, що статус їхньої групи може підвищитися в майбутньому, може сприяти підтриманню членами цієї групи системи, яка забезпечує цю можливість. Згідно з принципами SIMSA, сподівання на підвищення статусу групи в майбутньому може мотивувати членів груп з низьким статусом підтримувати чинну соціальну систему, навіть якщо вона їх наразі утискає. Це пов'язано з тим, що сприйняття системи як справедливої і такої, що уможливорює колективну мобільність у довгостроковій перспективі, дає групам змогу реалізувати надії на підвищення їхнього статусу. Тобто підтримання системи стає способом збереження позитивної ідентичності групи в майбутньому. На відміну від попередніх пояснень, цей механізм найчастіше активується за умов, коли система сприймається стабільною в короткостроковій перспективі, але нестабільною – у довгостроковій.

Віднесення себе до ширшої внутрішньої групи. Члени низькостатусних груп можуть ідентифікуватися із ширшою групою (наприклад, національною чи етнічною), що сприяє підтриманню системи. Згідно з поясненням SIMSA, упередження щодо ширшої внутрішньої групи може пояснити підтримання системи членами підпорядкованих груп з низьким статусом. Теорія самоідентифікації стверджує, що всі міжгрупові порівняння відбуваються в межах ширшої, культурно специфічної соціальної категорії. Наприклад, у разі порівняння університетів Оксфорда і Манчестера ширшою групою можуть бути "британські університети", тоді як коли йдеться про статусні відмінності між

чоловіками й жінками, порівняння може базуватися на глобальних показниках, як-от економічна участь або освіта.

Спостерігається також зв'язок між ідентифікацією із ширшою групою і психічним благополуччям. Підтримання системи серед груп з низьким статусом може зменшувати відчуття дискримінації та сприяти поліпшенню добробуту, оскільки в такий спосіб відновлюється позитивна соціальна ідентичність через зв'язок із вищою групою. Наприклад, жінки чи етнічні меншини, які підтримували справедливість системи гендерних або етнічних відносин у своїх країнах, демонстрували зниження сприйняття дискримінації та поліпшення психологічного стану.

Конформність із нормами внутрішньої групи. Позиція щодо виправдання системи може бути мотивована дотриманням норм, що є домінуючими у внутрішній групі, навіть якщо вони посилюють нерівність. Згідно з гіпотезою про внутрішньогрупові норми, члени груп з низьким статусом можуть демонструвати підтримку системи, якщо норми їхньої внутрішньої групи сприяють настановленням і поведінці, що підтримують чинну систему. Теорія соціальної ідентичності передбачає, що чим сильніше людина ідентифікує себе зі своєю групою, тим більше вона схильна дотримуватися її норм.

Як бачимо, SIMSA повністю враховує особливості підтримки і прояву соціальної ідентичності, розширюючи їх застосування від групового до системного контексту, і тим самим робить спробу пояснити складні категоризації та належності до численних нерівнозначних груп.

4.4. Поведінка натовпу: розширена модель соціальної ідентичності

Одним із найбільших досягнень СІП є переосмислення природи поведінки натовпу. Розглядаючи поведінку натовпу, зокрема в стресових та екстремальних умовах, дослідження в межах СІП пропонують новий погляд на це явище, де, закономірно, у фокусі уваги перебувають соціальна ідентичність і

соціальна категоризація. А, відповідно, натовп і масові явища розглядаються як такі, що, за замовчуванням, з огляду на свою природу, схильні не лише до деструктивних неконтрольованих дій, а й до взаємодії, прогнозованості і самоорганізації.

Класичні моделі натовпу (Г. Ле Бон, Ф. Зімбардо, К. Фестінгер, Г. Олпорт), попри їхній історичний вплив, часто базувалися на індивідуалістичних і патологізовальних припущеннях. Вони ігнорували соціальний контекст, що зумовлює виникнення натовпів, і не враховували їхній потенціал щодо трансформації та соціального впливу. Ці підходи розглядають особистісну ідентичність як єдине підґрунтя для мотивації поведінки. Відповідно, у цих підходах втрачається пояснення соціальної суті подій, у яких задіяні соціальні групи. Історичні дані показують, що поведінка натовпу є спонтанною. Для особистості в соціальній дії є значущі обмеження й правила, що регулюють соціальну участь і соціальну дію. Щоб пояснити цю поведінку, С. Райхер і Дж. Друрі на початку своїх досліджень запропонували *модель соціальної ідентичності*, зосереджуючись на соціальному контексті й колективних механізмах, що визначають поведінку мас і натовпів (Drury & Reicher, 1999; Reicher, 2008).

Передумовою появи цієї моделі стала *теорія виникаючих норм* (Emergent Norm Theory). Її завданням було пояснити соціальну структуру дій натовпу, поєднавши символічний інтеракціонізм із психологічними дослідженнями формування групових норм (Asch, 1952; Sherif, 1936). Ця теорія прагнула показати, що дії натовпу є нормальними, а не патологічними або ірраціональними, і водночас наголошувала, що вони часто виходять за межі традиційних норм, підриваючи чинні інституційні структури.

Отже, успадковуючи ці ідеї, *модель соціальної ідентичності* (Social Identity Model) доповнюється класичними ідеями ТСІ і ТСК про те, що ідентичність людини складається з багатьох компонентів, зокрема персональної і соціальної ідентичностей (Tajfel, 1978; Turner et al., 1987). У цьому сенсі соціальна ідентичність постає як важливий зв'язок між людиною і

суспільством. Це дає змогу зрозуміти, як соціальна ідентичність стає психологічною основою групової поведінки і робить колективні дії ідеологічно узгодженими.

Тому логічно, що, на відміну від класичних моделей, які вбачають у натовпі втрату ідентичності, модель соціальної ідентичності наголошує, що натовп спричиняє зміну ідентичності: учасники діють відповідно до колективної ідентичності, яка стає релевантною в певному контексті. Наприклад, у ситуаціях протесту натовп запитує не лише «що нам робити?», а й «що нам як членам цієї категорії робити в цьому контексті?».

Такий підхід пояснює, чому учасники натовпу не приймають будь-які ідеї, а лише ті, які відповідають їхній категорії ідентичності, і готові йти лише за тими, хто сприймається як члени їхньої групи. Це також пояснює швидкість, з якою у натовпі може виникнути консенсус, і як він відображає ширші ідеологічні рамки суспільства.

Сила впливу на групу, що має ознаки натовпу, визначається тим, наскільки і як саме надана інформація співвідноситься з груповими нормами і правилами. Також сила впливу на групу залежить від того, наскільки вираженою і значущою є соціальна ідентичність для членів цієї групи (*Reicher, 2008*).

Емпіричні дослідження, включно з польовими етапами й експериментами, підтверджують істинність моделі соціальної ідентичності. Наприклад, найбільш відомий класичний аналіз заворушень у районі Сент-Пол (1980) показав, що учасники діяли узгоджено й цілеспрямовано атакували лише поліцію та фінансові установи, які сприймалися як ворожі щодо їхньої спільноти. Учасники наголошували на своїй колективній ідентичності як жителів Сент-Пола, і ця ідентичність формувала їхню поведінку.

Крім того, *експерименти з маніпулюванням анонімністю (Reicher, 1984)* показали, що в групових контекстах анонімність підсилює групову ідентичність і підвищує відповідність груповим нормам. Загалом, злиття, занурення в групу посилює конформність до групових норм, анонімна групова участь також

підвищує рівень конформності її учасників. Однак анонімність для окремих суб'єктів цю конформність послаблює. Це означає, що, якщо група є анонімною повністю, люди будуть більш схильні діяти відповідно до групових норм і вимог – відбувається свого роду деперсоналізація під «захистом» соціальної ідентичності. Якщо ти анонімний – будь як усі.

У неанонімних групах ситуація, коли та чи інша людина може зберігати анонімність у певних діях, надає більшої свободи і знижує рівень конформізму.

У підсумку Райхер говорить про те, що анонімність від сильної аутгрупи уможливорює вираження соціальної ідентичності, санкціоноване аутгрупою (Reicher, 2008). Урешті-решт, постулюється, що анонімність сильної групи дає змогу проявляти поведінку, зумовлену особливостями соціальної ідентичності цієї групи. Члени натовпу приймають цю соціальну ідентичність, і вона визначає особливості поведінки сильної групи. А енергія і підтримка натовпу дають безпрецедентну свободу в такому вираженні.

Отже, на зміну загальним припущенням про неконтрольованість і дикість натовпів і груп приходить *ідея про різноманітність можливих форм поведінки в натовпі* залежно від характеру соціальної ідентичності, її вираженості і норм, які виникають на її основі (Reicher, 1982). Модель соціальної ідентичності також звертає увагу на те, що натовп наснажує учасників відчуттям сили, яке дає їм змогу відкрито виражати свою ідентичність, навіть у протистоянні з аутгрупою. Ця сила не є результатом втрати контролю, як у традиційних моделях, а навпаки, формується на основі спільної ідентичності (Reicher, 2008).

Хоч модель соціальної ідентичності успішно пояснює патерни дій натовпу, вона, однак, стикається з труднощами, коли йдеться про опис змін соціальної ідентичності під час подій. Наприклад, після заворушень у Сент-Полі учасники відчували зростання впевненості і гордості, що змінило їхнє уявлення про себе і свої можливості, хоча заворушення вилилися в насильницькі дії і до деяких учасників заворушень було застосовано силу. А значить, для повного розуміння цього процесу слід брати до уваги взаємодію між соціальною категоризацією і соціальною реальністю.

Для цього було використано деякі положення теорії соціальної категоризації, зокрема *принцип відповідності*, який охоплює два аспекти:

- *порівняльна відповідність* – категорії обираються так, щоб мінімізувати внутрішньогрупові відмінності порівняно з міжгруповими;
- *нормативна відповідність* – категорії відповідають очікуванням щодо природи відмінностей між групами (Turner et al., 1994).

Також до основи розуміння поведінки натовпів було додано ідею про те, що *категоризація може створювати контекст*. Якщо характер колективних дій залежить від категорій ідентичності, то саме визначення цих категорій дає змогу впливати на поведінку груп, включно з масовою мобілізацією. У таких ситуаціях лідери й активісти можуть діяти як "творці ідентичності", визначаючи межі соціальних категорій, стереотипи груп і власну роль як представників групи. Зрозуміло, самокатегоризація не створює реальність безпосередньо, а лише організовує колективні дії, спрямовані на зміну реальності. Проте перебіг цих дій не завжди відбувається безпроблемно, особливо в контексті натовпів. Події в натовпі часто є міжгруповими зіткненнями, де дії однієї групи натрапляють на спротив іншої. Цей спротив формує контекст, у якому діють групи, визначаючи ефективність різних ідентичностей, і, відповідно, призводить до нового витка самокатегоризації (Hopkins & Reicher, 1997).

Власне, ґрунтуючись на результатах аналізу емпіричних досліджень і теоретичних постулатах СІП, Стівен Райхер і Джон Друрі запропонували **розширену модель соціальної ідентичності натовпів (ESIM)**. У цій моделі дослідники розглядають контекст як результат дій однієї групи, який формує середовище для іншої, а ідентичність – не просто як набір характеристик, а як модель проявлення себе в соціальних відносинах, що визначає можливі дії відповідно до соціального статусу.

Дії на основі соціальної ідентичності можуть призводити до змін цієї ідентичності внаслідок динаміки взаємодії між групами. Натовпи часто формуються в міжгрупових ситуаціях, де дії однієї групи (наприклад, поліції)

впливають на іншу (наприклад, протестувальників). Розрив між тим, як одна група сприймає свій статус, і тим, як цей статус визначає інша група, може призводити до конфліктів і змін ідентичності.

Результати дослідження різних подій (футбольних матчів, студентських демонстрацій, екологічних протестів) продемонстрували спільну динаміку їх розгортання. Скажімо, натовп мав певну початкову ідентичність, а інша група (наприклад, поліція) сприймала його як загрозу і, незалежно від намірів учасників події, усіх їх трактувала як частину агресивного натовпу. У відповідь на такі дії і таке ставлення помірковані учасники починають сприймати себе як частину опозиції, об'єднуючись із більш радикальними елементами. Це посилює єдність натовпу, дає йому відчуття сили і підвищує його готовність протидіяти поліції. Відповідно, можуть відбуватися такі зміни, як перехід від поміркованої до опозиційної ідентичності, розширення ідентичності (включення інших груп у спільну категорію), посилення відчуття спроможності завдяки єдності з більшою групою, зміна цілей (наприклад, від конкретної мети протесту до ширшого виклику нелегітимній владі). При цьому важливо розуміти, що не у всіх натовпах будуть спостерігатися такі зміни. Зміни зазвичай відбуваються, коли спостерігається асиметрія в розумінні соціальних ролей між групами і одна група має владу нав'язувати свою інтерпретацію іншим

Для нашого контексту важливо, що ідентичність у цих дослідженнях є об'єктивним регулятором усвідомлення себе і соціальної поведінки людини в тій чи іншій соціальній спільноті. Тому, знаючи базові настановлення соціальної ідентичності та особливості їх трансформації в часі соціальної взаємодії, можна спрогнозувати і поведінку людини.

Очевидно, що ESIM не є універсальною моделлю для всіх натовпів, але пропонує психологічну структуру для аналізу динаміки міжгрупових взаємодій у конкретних соціальних і структурних контекстах. Модель дає змогу поглянути як на розгортання конфлікту, так і на підтримання соціального порядку крізь призму симетрії або асиметрії розуміння між сторонами.

4.5. Соціальна резильєнтність в умовах надзвичайних ситуацій і соціальних потрясінь

Поєднання двох напрямів соціально-психологічних досліджень, резильєнтності і соціальної ідентичності, відбулося порівняно недавно. З погляду теорії соціальної ідентичності є кілька засадничих принципів, на яких ґрунтується підхід до вивчення ролі соціальної ідентичності в процесах розвитку резильєнтності.

На сьогодні утвердилися дві провідні концепції щодо того, які соціальні реакції більш притаманні соціальним групам в умовах загрози. Одна з них – *концепція вразливості*, яка випливає з класичної теорії мас. Згідно з цією теорією люди під час загрози схильні поводитися як «маса», проявляючи через паніку і дезорганізацію деструктивні форми поведінки. На запереченні теорії мас побудовано чимало постулатів теорії соціальної ідентичності. Зокрема, у контексті ідей про соціальну резильєнтність теорія соціальної ідентичності стверджує, що в разі масових травматичних подій люди здатні бути резильєнтними, і це базова їхня характеристика – така ж, як і стресові реакції (Drury, 2012). І так само, як і базові стресові реакції, вона може бути, відповідно, або послаблена через дію певних випадкових факторів, або ж посилена шляхом певних впливів.

У момент загрози з'являється нова «норма», виникають нові способи дії, які є відповіддю на нетипові для буденного життя виклики. Тобто змінюються самі дії – ховатися в бомбосховище, виїжджати з міста, захищати себе, долучатися до волонтерства. Але, незважаючи на нові дії, засадничі правила поведінки, цінності й норми, які є в суспільстві, нікуди не зникають. Вони можуть нівелюватися в певні моменти, але загалом будуть дієвими. Є кілька пояснень цього феномену.

По-перше, це особистий контакт і допомога тому, хто поруч. Особливо добре це працює в епоху поширення соціальних мереж, коли особистий контакт налагоджується надзвичайно просто. В екстремальних ситуаціях група може

бути сформована спільними правилами й цінностями, єдність може ґрунтуватися на спільному відчутті моралі. І колективну поведінку визначають особливості міжособистісної взаємодії. При цьому норми навіть у великих групах можуть сформуватися доволі швидко й адаптивно. Основою таких норм буде особистий контакт. Дослідження свідчать про те, що чинні в суспільстві норми моралі та поведінки визначають ставлення до «егоїстичної» дії і соціальної підтримки (*Penic, Drury, & Bady, 2022*).

По-друге, теорія прив'язаності говорить про те, що ми в ситуаціях загрози будемо шукати когось або щось знайоме і спиратися на це більшою мірою, ніж просто тікати. Наявність близьких дає відчуття безпеки (тому часто люди обирають залишатися в знайомих обставинах замість утечі). Визначеність і прив'язаність дають більше відчуття безпеки, ніж утеча в реальну безпеку. Дослідження показують, що чим більше незнайомим буде оточення в момент виникнення загрози, тим більша ймовірність панічних реакцій (*Penic, Drury, & Bady, 2022*).

По-третє, і це вже стосується безпосередньо соціальної ідентичності, є фактор резильєнтності, який виникає саме в момент дії надзвичайної ситуації, – поява нових зв'язків та ідентичностей. Поява нових зв'язків впливає з механізму самокатегоризації, який лежить в основі формування соціальної ідентичності. Когнітивно самокатегоризація – це розуміння своєї подібності з іншими на основі певних ознак, які відрізняють нас від інших груп, що посилює усвідомлення подібності і єдності зі «своїми». Емоційно це дає відчуття належності і спорідненості із членами групи, навіть без особистого знайомства. Поведінка так само може бути змінена відповідно до інтересів своєї групи. Отже, не завжди соціальна ідентичність формується через початкову належність до групи. Те, що може перетворити об'єднання людей на групу, – так це подія, яка їх об'єднає і змінить їхню поведінку, а також сформує спільну ідентичність (*Drury et al., 2015*).

На цьому підході ми зупинимося більш детально. Важливо розуміти, чому ідентичність, сформована як відповідь групи на загрозу, може сприяти

розвитку резильєнтності. В основі формування такого виду ідентичності лежить прийняття *ідеї про спільну долю* – *common fate* (Turner et al., 1987). А той вид ідентичності, що виникає, називають *спільною, або розділеною, ідентичністю* (shared identity – SI) (Drury, 2012).

Зовнішня загроза, яка сприймається як така, що впливає на всіх присутніх без винятку, може перетворити сукупність розрізнених людей у психологічно єдину спільноту. Це, зі свого боку, зумовлює появу певних соціально-психологічних ефектів солідарності, описаних теорією самокатегоризації. У такому разі об'єднує не попередня належність до груп, що мають спільні норми, і не особисті зв'язки, а саме відчуття загрози як спільної для всіх долі, що приводить до появи спільної ідентичності (SI) (Drury, 2018).

У таких ситуаціях група сама по собі може стати джерелом резильєнтності. У сформованій спільній ідентичності, яка часто ґрунтується на попередніх, хоч і видозмінених цінностях, міститься не лише уявлення, якою є група, а й те, як поводитися, якщо ти член цієї групи.

Відчуття психологічної єдності з іншими під час надзвичайних ситуацій є основою здатності надавати і приймати підтримку, діяти разом зі спільним розумінням того, що є практично й морально необхідним, і сприймати становище інших як пов'язане зі своїм власним (Penic, Drury, & Bady, 2022). Завдяки відчуженню і розумінню своєї належності до групи людина дістає доступ до соціального капіталу групи і долучається до його формування. У цьому сенсі бути частиною групи значить зменшувати почуття безпомічності, яке лежить в основі впливу травматичних механізмів на психіку.

Розширення меж ідентичності від особистого Я до колективного Я (яке можна визначити як «ті з нас, хто постраждав від надзвичайної ситуації») означає розширення кола проблем і меж власної залученості в подію. Спільна соціальна ідентичність мотивує поведінку солідарності щодо «нас» у формі підтримки і співпраці. Особливістю є те, що загроза стосується всіх – і тих, хто допомагає, і тих, кому допомагають .

На додаток до мотивації підтримувати інших у групі спільна соціальна ідентичність може змушувати людей очікувати підтримки від тих, хто поділяє їхнє членство в групі. Очікування підтримки в такому контексті має низку наслідків. *По-перше*, це дає людям відчуття ефективності чи розширення можливостей. *По-друге*, це сприяє спільним діям, оскільки люди здатні передбачати й координувати дії одне одного. *По-третє*, це дає людям згоду регулювати поведінку одне одного й забезпечувати колективну реакцію, яка відповідає загальним нормам і цінностям.

Власне, колективна психосоціальна резильєнтність у цьому контексті означає «спосіб, у який спільна ідентичність дає змогу групам постраждалих виражати солідарність і згуртованість та очікувати їх від інших, а отже, координувати й використовувати колективні джерела підтримки» (*Drury et al., 2019*).

Зрозуміло, що не кожна ситуація породжує соціальну ідентичність, що є джерелом резильєнтності. Механізм активізації саме резильєнтних стратегій на сьогодні не пояснений до кінця. Очевидно, що самокатегоризація є частиною цього процесу.

Джон Друрі, один із провідних представників теорії соціальної ідентичності, зауважує, що посилення ідентичності можливе в разі визнання лідерами того, що спільнота є резильєнтною, а по суті, дієздатною, адаптивною, а не панічно-хаотичною. Наступними логічними кроками в цьому разі будуть заохочення спільної ідентичності, відкрите інформування і залучення громадськості до розроблення політик і практик власного захисту (*Drury, 2019*). До речі, тут важливо також розуміти, що соціальна ідентичність, яка виникла через переживання певної події, змінюється внаслідок зміни самої події, а після її завершення нікуди вже не зникає.

З іншого боку, цілком закономірно, що більшість *спільнот лиха* (disaster community) з часом занепадають. Ті, хто постраждав, вичерпують свої матеріальні й психосоціальні ресурси, і попередні соціальні розбіжності знову виринають. Дослідження показали, що в цих подіях вторинні стресори після

катастрофи можуть спричинити більше лиха, ніж сама катастрофа. Унаслідок цього потреба в психосоціальній підтримці через спільну соціальну ідентичність може досягти піку якраз тоді, коли контекстуальні можливості, які породили таку ідентичність, тобто спільна доля, якої зазнали члени групи під час самої події, можуть бути зменшені. Якщо в якийсь момент починає переважати ідентичність «жертви», у якій домінантною стає ідея про те, що «інші ніколи не можуть зрозуміти наших потреб», можливість формування стосунків підтримки із зовнішніми групами може взагалі зникнути. Група стає більш закритою, і починають формуватися нерезильєнтні, самостигматизувальні наративи. (Penic, Drury, & Bady, 2022).

Формування групової ідентичності на основі переживання спільної долі може стосуватися не лише тих, хто бере участь у події, а й тих, хто спостерігає за її учасниками й ідентифікується з ними. Учасники потрясінь з огляду на спільну ідентичність сприймаються тими, хто за ними спостерігає, як подібні їм. Крім того, розділена ідентичність перед загрозою ззовні має неймовірний потенціал до об'єднання груп, які досі були непримиреними опонентами. Спільний розділений досвід, пов'язаний з виживанням, стає більш актуальним, аніж попередні міжгрупові суперечності (Drury et al., 2015).

Численні дослідження свідчать про те, що колективне насильство не обов'язково руйнує громади, тож колективне долаття лиха війни може бути явищем набагато більш поширеним, ніж це вважалося традиційно (Bauer et al., 2016). Модель соціальної ідентичності колективної резильєнтності (Drury, 2012, 2019) описує це так: досвід спільної долі (спільне переживання колективного насильства) може сприяти формуванню спільної соціальної ідентичності, яка потім стає основою для взаємопідтримувальної поведінки і скоординованих дій. У динаміці конфлікту тотальне насильство, яке нав'язується всій спільноті без винятків, однозначно посилить відчуття, що «ми всі в цьому разом», і, як наслідок, зміцнить спільну ідентичність. Натомість вибіркове насильство, спрямоване на конкретних членів громади, призведе радше до розколу і роз'єднання (згадаймо вибірккові репресії тоталітарних режимів).

Відчуття спільної долі підтримується не лише зсередини, а й іззовні через зовнішніх акторів та інституції. Наприклад, зовнішня допомога, особливо в кризових громадах, може бути як підтримувальна, так і стигматизувальна.

На основі кількох праць (*Drury, 2008, 2009, 2012, 2019; Penic et al., 2022*), у яких описано модель резильєнтності в межах теорії соціальної ідентичності, можемо виокремити такі **основні ознаки спільної ідентичності**:

1. Формується спонтанно під час надзвичайних ситуацій, але досить часто ґрунтується на попередніх ідентичностях і цінностях, що є в суспільстві.
2. В основі ідентичності лежить уявлення про те, що спільноту об'єднує спільна доля.
3. Стає джерелом норм і правил поведінки, що часто не є формальними, але саме їх як еталонні зразки поділяє більшість членів спільноти.
4. Може бути поширена на тих, хто вважає себе членом спільноти, але не був безпосереднім учасником надзвичайної події.
5. Не зникає після завершення надзвичайної ситуації і є довготривалим станом, за потреби може актуалізуватись і знову ставати найбільш актуальною в структурі соціальної ідентичності. Вбудована в систему особистісних ідентичностей і цінностей.
6. Є джерелом особистого і спільного уявлення про власну ефективність та ефективність групи.
7. Забезпечує мотивацію надавати допомогу та уявлення про право отримати допомогу і підтримку від членів своєї групи.
8. Може бути спрогнозована і підкріплена ззовні певними зовнішніми мовцями (яких група ідентифікує як «своїх»), повідомленнями, які доброзичливо сприймаються групою, і відповідними підготовчими діями.

Отже, колективна психосоціальна стійкість у цьому контексті означає «спосіб, у який спільна ідентичність дає змогу групам постраждалих виражати солідарність і згуртованість та очікувати їх від інших, а отже, координувати й використовувати колективні джерела підтримки» (*Drury et al., 2019*).

На основі цих характеристик резильєнтної соціальної поведінки Дж. Друрі з колегами запропонували 12 рекомендацій, що дають змогу конструювати й прогнозувати формування резильєнтної соціальної ідентичності (*Drury et al., 2019*). Ці рекомендації стосуються трьох етапів: до появи надзвичайної ситуації, під час самої екстремальної події і після неї. Вони актуальні в будь-яких надзвичайних ситуаціях і, відповідно, можуть бути корисними в умовах українських реалій.

Рекомендації на етапі підготовки до потрясіння і надзвичайних ситуацій:

1. Спеціалісти з планування і реагування на надзвичайні ситуації мають розуміти групову психологію і відмовитися від ідеї масових неконтрольованих реакцій як обов'язкових і виключних.
2. Планувати й організовувати роботу не всупереч груповим нормам, а відповідно до них.
3. Здійснювати попереднє інформування через джерела, яким довіряють.
4. Розвивати базовані на доказах, попередньо випробувані стратегії резильєнтності громад.
5. Формувати згуртовану соціальну групу в спільноті (community group)

Рекомендації на етапі надзвичайної події:

1. Надавати пріоритет інформативному і дієвому повідомленню про ризики та кризу.
2. Не підривати спільну ідентифікацію.
3. Використовувати відповідну мову та інструкції для сприяння спільній ідентифікації.
4. Задовольняти бажання громадськості надавати допомогу.

Рекомендації на стадії відновлення після події:

1. Підтримувати активний зв'язок зі спільнотами, які відновлюються.
2. Підтримувати життєздатність спільноти, що пережила катастрофу.
3. Вживати заходів щодо мобілізації ширшої солідарності.

Тлумачення соціальної резильєнтності в теорії соціальної ідентичності дає розуміння механізмів адаптації соціальних груп до надзвичайних ситуацій і потрясінь. У кризові моменти спільна ідентичність, що виникає на основі усвідомлення спільної долі, сприяє згуртованості, солідарності та координації дій. Вона стає джерелом підтримки, мотивації до взаємодопомоги і відновлення, допомагаючи людям долати стрес і діяти ефективно навіть у найскладніших умовах.

Сформована у відповідь на загрозу, спільна ідентичність впливає на поведінкові норми, цінності та соціальні зв'язки, часто забезпечуючи довготривалі позитивні ефекти навіть після завершення кризи. Проте тут можуть приховуватися й певні ризики: без належної підтримки ідентичність групи може трансформуватися в замкнене «ми проти них», що гальмує розвиток резильєнтності. Залучення спільнот до планування дій, відкритий діалог і підсилення почуття єдності є критично важливими для ефективного подолання криз.

Розділ 5

СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ ЯК ОСНОВА ДЛЯ РОЗБУДОВИ МОДЕЛЕЙ СОЦІАЛЬНОГО ПРОГНОЗУВАННЯ

5.1. Напрями досліджень соціальної ідентичності як основа для розбудови моделей соціального прогнозування

Теорія соціальної ідентичності становить змістову основу для розуміння соціального прогнозування, особливо в контексті динаміки груп, формування ідентичності та наслідків соціальної категоризації. СІП ґрунтується на тому, що люди формують частину свого самосприйняття через належність до соціальних груп, що, зі свого боку, впливає на їхню поведінку, ставлення та сприйняття інших (Hogg, 2000). Ця теорія є особливо актуальною для соціального прогнозування, оскільки дає змогу досліджувати, як групові ідентичності можуть формувати колективні взаємодії в різних соціальних контекстах.

Особливості застосування СІП у соціальному прогнозуванні можна досягнути через акценти на когнітивних і мотиваційних процесах, які керують поведінкою груп. М. Хогг і К. Вільямс (K. Williams) стверджують, що взаємодія між індивідуальним мисленням і динамікою груп є ключовою для розуміння того, як соціальні ідентичності впливають на колективні дії та міжгрупове сприйняття. Наприклад, якщо люди стійко ідентифікують себе з групою, вони зазвичай спрямовують свою діяльність так, щоб вона відповідала інтересам цієї групи. Очевидно, що це може мати значні наслідки і для людини, і для групи, а також впливатиме на результати міжгрупової взаємодії (Hogg, 2000).

Розуміючи нюанси процесів зміни і трансформації ідентичності, дослідники й практики можуть відтак більш точно передбачити, як соціальні

групи реагуватимуть на різні соціальні виклики, тим самим підвищуючи точність соціального прогнозування.

Крім когнітивних і мотиваційних аспектів, емоційна значущість, пов'язана з належністю до групи, відіграє критичну роль у процесі соціального прогнозування. Зокрема, Х. Кім і Ю. Шін наголошують на тому, що соціальна ідентичність охоплює не лише когнітивне усвідомлення належності до групи, а й емоційні зв'язки, які люди мають зі своїми групами. *Емоційний компонент* може мотивувати людей діяти на підтримку цілей своєї групи, особливо в часи соціальних потрясінь чи криз. Наприклад, під час надзвичайних ситуацій у сфері громадського здоров'я люди можуть надавати пріоритет згуртованості групи і колективним діям над особистими інтересами, що може істотно впливати на стан сфери здоров'я та стійкість спільнот (Kim, 2021).

Важливим психологічним чинником соціального прогнозування є також врахування цілої низки закономірностей розгортання соціальних процесів, які виходять за межі індивідуальної поведінки. М. Горнсі звертає увагу на те, як історична еволюція СІП ілюструє переосмислення розуміння міжгрупових відносин і явищ, опосередкованих групами. Цей історичний контекст є важливим для визнання потенціалу СІП у розробленні моделей соціального прогнозування, які враховують складність взаємодій між групами і суспільні зміни. Вивчаючи, як соціальні ідентичності розвиваються і взаємодіють у часі, дослідники можуть розробляти більш детальні прогнози щодо майбутніх соціальних тенденцій і результатів (Hornsey, 2008).

Крім того, у межах СІП широко досліджуються питання статусу та усвідомлення своєї групової належності. У численних публікаціях наводяться докази того, що суб'єктивний соціальний статус, тісно пов'язаний із соціальною ідентичністю, суттєво впливає, наприклад, на стан здоров'я і відновлення після хвороби. Упровадження всіх цих напрацювань у програми профілактики та моделі прогнозування знань про вплив соціальної ідентичності на психічне і фізичне здоров'я сприятиме більш точному врахуванню нюансів відновлення

як після соматичних захворювань, так і після психічних розладів (*Tang et al., 2016*).

Роль соціальної підтримки ще раз підкреслює важливість соціальної ідентичності в прогнозуванні психічного здоров'я. Соціальна ідентичність може впливати на доступність і сприйняття соціальної підтримки. Розуміння динаміки соціальної ідентичності та мереж підтримки є ключовим для розроблення ефективних інтервенцій у сфері психічного здоров'я і поліпшення прогнозу для осіб із проблемами психічного здоров'я. Використовуючи СП, практики можуть створювати програми, що сприяють згуртованості груп і посиленню соціальної підтримки (*Wang et al., 2018*).

У контексті *громадянської ідентичності* теорія соціальної ідентичності має великий пояснювальний потенціал для розуміння громадянської участі та залученості. Громадянська ідентичність як вид соціальної ідентичності відіграє важливу роль у мотивації людей до участі в колективних діях, що викликають соціальні зміни. Ця перспектива є особливо актуальною для соціального прогнозування, оскільки вона зосереджує увагу на потенціалі соціальної ідентичності для стимулювання громадянської активності та впливу на результати політики (*Drury, 2000*).

Отже, ідеї, що розробляються в межах СП, є цінним інструментом для аналізу і прогнозування суспільних процесів та їхніх наслідків у багатьох сферах. Деякі із цих ідей ми опишемо відтак більш детально.

5.2. Соціальна ідентичність як предиктор соціальної участі і колективної дії

У цьому розділі наведемо конкретні приклади емпіричних досліджень, у яких характеристики та виміри соціальної ідентичності розглядаються як предиктори соціального буття і поведінки людини, а, відповідно, проявляють свій потенціал з погляду соціального прогнозування. Очевидно, що одним із найбільш важливих завдань соціального прогнозування є створення прогностичних моделей, які будуть працювати в умовах реального життя. З

огляду на складність і полімотивованість людської поведінки це надзвичайно складне завдання, яке неможливо вирішити без урахування того, як людина бачить і відчуває свою соціальну належність. Нижче ми наведемо результати кількох досліджень, що стосуються соціальної взаємодії загалом і політичної участі зокрема, де виокремлено й описано конкретні характеристики соціальної ідентичності, які слугують доволі точними предикторами соціальної взаємодії та поведінки.

Насамперед звернімо увагу на ті характеристики соціальної ідентичності, які є *предикторами соціальної участі*, зокрема, в масових рухах і заворушеннях. Наприклад, Джейс Адам-Троян (J. Adam-Troian) і його колеги (2021) емпірично демонструють, як на основі соціальної ідентичності учасників руху "жовтих жилетів" у Франції можна передбачити не лише участь у протестах, а й рівень радикальності дій. Під час трьох емпіричних досліджень, проведених цими авторами, було проаналізовано дані понад 1800 учасників, зокрема представників населення Франції загалом, студентської молоді та активних учасників протестів. У кожному з досліджень психологи вимірювали ідентифікацію з рухом "жовтих жилетів" та інтенції або фактичну участь у колективних діях. Дії вони класифікували за їхнім характером: нормативні (мирні протести) і ненормативні (наприклад, блокування доріг чи насильницькі дії).

Результати досліджень показали, що *ідентичність є найсильнішим предиктором поведінки*. У регресійних моделях вона передбачала участь у протестах значно краще, ніж політична орієнтація, вік чи дохід. Наприклад, у вибірці загального населення ступінь ідентифікації з рухом корелював з намірами взяти участь у ненасильницьких діях на досить високому рівні. У студентській вибірці спостерігалася схожа тенденція, хоча рівень зв'язку з радикальною дією був нижчим. Тобто соціальна ідентичність виявилася стабільним фактором, що дає змогу прогнозувати як мирні, так і радикальні дії. На особливу увагу заслуговує також роль соціальних медіа. Під час другого дослідження, скажімо, було показано, що саме через соціальні мережі

формувалася нова ідентичність, яка й зумовлювала подальшу участь у протестах. Хоч прямий ефект від соціальних мереж щодо поведінки і не спостерігався, але вони опосередковано впливали на неї через посилення самоототожнення з рухом. Тобто *соціальні мережі сприяли ідентифікації, а вже ідентифікація вела до дії*. Це має важливе значення для розуміння того, як цифрові технології впливають на формування нових форм соціальної мобілізації.

Як показало дослідження, політична орієнтація і системно-звинувачувальна ідеологія, тобто переконаність у тому, що причини бідності криються в несправедливих соціальних структурах, мали лише слабкий або несуттєвий вплив на поведінку. Після включення соціальної ідентичності в прогностичну модель ці фактори втрачали статистичну значущість. Це підкреслює ключову роль саме соціальної ідентичності, яка поглинає ефекти інших ідеологічних змінних. Інакше кажучи, незалежно від того, наскільки людина ліво- чи правоконсервативна, якщо вона починає сприймати себе як "жовтого жилета", це саме по собі підвищує ймовірність протестної активності.

З погляду соціального прогнозування ці результати мають важливе практичне значення. Соціальну ідентичність можна використовувати як індикатор готовності до мобілізації, предиктор радикалізації, а також як основу для оцінювання ризику протестної активності, зокрема аналізуючи дані соціальних мереж. Формування або поширення нової колективної ідентичності – наприклад, через символіку, мову чи спільні наративи – може свідчити про потенційне зростання протестних настроїв. Відповідно, *моніторинг ідентичнісних змін* може стати основою для створення моделей раннього запобігання у сфері безпеки, громадянської мобільності та державного управління. А втім, основним підсумком цього дослідження є те, що *соціальна ідентичність відіграє ключову роль у політичній і соціальній дії*.

Однак для якісного соціального прогнозування межі розуміння того, як соціальна ідентичність «працює» в ролі такого предиктора, мають бути розширені. У статті Мартіна ван Зомерена і його колег (*Zomeren van, Kutlaca, &*

Turner-Zwinkels, 2018) представлено результати теоретичного оновлення та поглиблення уже згадуваної в попередніх розділах моделі SIMCA. Стандартна версія цієї моделі, яка наразі є провідною в соціальній психології, використовується для пояснення, чому люди беруть участь у протестах, активізмі чи інших формах колективної дії. Нагадаємо, що модель охоплює три головні предиктори: соціальну ідентичність, або якою мірою людина ідентифікує себе з групою, що є об'єктом дії; сприйняття несправедливості та переконаність в ефективності дій групи. Проте дослідники зауважують, що ця модель досі недостатньо враховує зміст самої ідентичності, зокрема її моральну основу. Тому вони пропонують інтегрувати моральні переконання як ядро колективної дії, а також як умову, що формує зміст ідентичності й мотивує до дії. Ключовим поняттям запропонованого підходу є *нормативна відповідність* (normative fit) – уявлення про те, що поведінка чи цілі групи узгоджуються з індивідуальними моральними або етичними стандартами. Якщо людина бачить, що група “стоїть за те, у що вона вірить, у той спосіб, який допускають її моральні цінності”, це підсилює її ідентифікацію з групою і підкріплює готовність до дії.

У вже згаданій статті ван Зомерена і його колег узагальнено два емпіричних дослідницьких проекти, які дали змогу сформулювати ці ідеї. Перший – Value-Identity Fit Project (ціннісно-ідентичнісний нормативний проєкт) – вивчав, як порушення певної цінності (наприклад, права на доступ до чистої води) стимулює ідентифікацію з групою активістів, що борються за цю цінність. Результати показали, що саме моральне обурення через порушення цінності, а не просто її підтримка стає мобілізаційним фактором. Люди ототожнювали себе з тими, хто захищає цю цінність, і ставали готовими до колективної дії. У другому проєкті – Politicisation Project (політизаційний проєкт) – аналізувався зміст політичної ідентичності, особливо в контексті політизації під час виборів у США. Виявилося, що моральні характеристики (чесність, турбота, справедливість) є найважливішими для ідентичності політичної групи. Особливо важливою була конгруентність між моральними

рисами власної особистості і тими, які приписуються політичній ідентичності. Ця відповідність передбачала як силу самоідентифікації з групою, так і участь у діях на її підтримку. Дослідники доводять, що участь у колективній дії не обмежується лише почуттям належності, сприйнятою несправедливістю або вірою в ефективність. Моральні переконання можуть бути центральним драйвером, особливо якщо ситуація інтерпретується як моральна криза або порушення базових цінностей. У таких ситуаціях люди не просто реагують як представники групи, а як моральні суб'єкти, які не можуть залишатися осторонь.

У запропонованому розширенні SIMCA наголошується на тому, що *ідентичність має моральний зміст*, а не є лише соціальним маркером. Порушення цінностей викликає моральне обурення і стимулює ідентифікацію з групою, яка ці цінності захищає, а конгруентність між моральним «я» і групою – ключ до довготривалої політизації та участі в активізмі. З погляду соціального прогнозування ця модель дає змогу значно ефективніше передбачити сплески протестної активності, радикалізації або мобілізації у відповідь на морально значущі події. Наприклад, екологічні катастрофи, порушення прав людини, дискримінаційні закони можуть ставати «тригерами» не тому, що вони несправедливі в абстрактному сенсі, а тому, що вони суперечать моральному «я» конкретних людей і цим активізують колективну ідентичність.

Підтвердження і поглиблення цих ідей знаходимо в дослідженні К. С. Філдінг і її колег (*Fielding, Terry, Masser, & Hogg, 2008*), які запропонували теоретично та емпірично інтегрувати теорію соціальної ідентичності (SIT) і теорію запланованої поведінки (TPB) для пояснення й прогнозування поведінки фермерів щодо впровадження екологічно стійких практик, зокрема управління прибережними зонами (*riparian zone management*). Це інноваційне поєднання дає змогу врахувати як особисті настановлення, так і соціальний контекст, у якому відбувається ухвалення рішень щодо поведінки.

Класична теорія запланованої поведінки – ТРВ (Ajzen, 1991) – передбачає, що наміри реалізувати певну поведінку формуються трьома факторами: ставленням до поведінки, суб'єктивними нормами (очікуваннями з боку важливих інших) і сприйнятим поведінковим контролем (РВС). Самі ж наміри є найближчим детермінантом фактичної поведінки. Проте численні метааналізи показали, що суб'єктивні норми часто є слабким предиктором. А це, відповідно, спонукало до подальшого вдосконалення моделі.

Соціальна ідентичність пропонує уточнення: люди не лише реагують на думки «важливих інших», а й орієнтуються на *норми референтної групи*, особливо якщо групова ідентичність є значущою частиною самоконцепції. Наприклад, фермери, які ідентифікують себе з професійною спільнотою, орієнтуються на те, як ця спільнота ставиться до екологічних практик. Додатково дослідники долучили ще один ключовий компонент SIT – *інтергрупове сприйняття*, тобто те, як фермери сприймають стосунки між собою (інгрупою) і міськими структурами (аутгрупою), які часто генерують екологічні рекомендації.

Під час двох лонгітюдних досліджень австралійським фермерам пропонували опитування у два етапи: спочатку вони мали оцінити компоненти ТРВ, соціальну ідентифікацію, групові норми, інтергрупове сприйняття і минулу поведінку, а через пів року – фактичну поведінку щодо прибережних зон.

Головні результати можна описати так. Намір упроваджувати стійкі практики добре узгоджувався з класичними змінними ТРВ: ставленням, сприйнятим контролем і минулим досвідом. Групові норми (а не суб'єктивні) виявилися сильним незалежним предиктором намірів. Ідентифікація з групою посилювала вплив групових норм на наміри (особливо під час другого дослідження). Негативне сприйняття міжгрупових відносин (наприклад, відчуття, що місто формує політику без розуміння реалій фермерів) послаблювало наміри, але лише у фермерів з низькою груповою

ідентифікацією. На високоідентифікованих фермерів міжгрупові фактори майже не впливали.

Прогностична модель базувалася на ієрархічній регресії, де інтеракція ідентифікації та інтергрупового сприйняття дала змогу виявити, хто саме буде більш чутливим до міжгрупового контексту. Так, низька ідентифікація з власною групою збільшувала вразливість до міжгрупової недовіри, водночас висока ідентифікація буферизувала цей вплив, даючи змогу орієнтуватися на внутрішньогрупові норми.

Значення для соціального прогнозування: результати дослідження дають змогу передбачити, хто буде більш схильний до екологічної поведінки залежно від сили групової ідентичності, домінантних норм у середовищі та оцінювання міжгрупового контексту. Модель також демонструє важливість конструювання локального «референтного» впливу (всередині групи), а не лише інформаційних кампаній ззовні. У практичному плані це означає, що екологічні й будь-які інші інтервенції будуть успішнішими, якщо вони спиратимуться на групову динаміку й довіру всередині спільноти.

Наведені емпіричні приклади послідовно демонструють, що соціальна ідентичність є ключовою змінною, через яку внутрішня реальність переходить у соціальну дію. У різних контекстах, від масових протестів і політичної мобілізації до екологічної поведінки й професійних практик, саме ідентичність та ідентифікація з групою визначають, чи буде людина долучатися до соціальної участі, у якій формі і з якою інтенсивністю. Соціальна ідентичність не лише підвищує ймовірність дії, а й структурує її зміст: вона визначає, які норми вважаються релевантними, які дії – допустимими, а які невиправданими, включно з радикальними формами поведінки. Важливо, що прогностичний потенціал соціальної ідентичності суттєво зростає тоді, коли її розглядають не лише як міру належності, а як змістову структуру, вбудовану в моральні переконання, групові норми і міжгрупові відносини. Моральна відповідність, ціннісна конгруентність і довіра всередині спільноти є тими ланками, завдяки яким соціальна ідентичність перетворюється на рушійну силу довготривалої

участі та поведінкової стабільності. У цьому сенсі соціальна ідентичність є стабільним і водночас чутливим до контексту предиктором соціальної взаємодії.

5.3. Роль соціальної ідентичності в прогнозуванні ризиків, очікувань і майбутнього

Соціальна ідентичність – це не лише структурний чинник соціальної належності, а й джерело специфічних афективних і когнітивних процесів, які системно викривлюють сприйняття ризику, майбутнього та емоційних наслідків подій. Ці *викривлення* не є випадковими помилками мислення: вони мають передбачувану логіку, пов'язану зі ступенем ідентифікації з групою, довірою до інгрупи, міжгруповими уявленнями та емоційною залученістю. Саме тому афективні й когнітивні характеристики соціальної ідентичності становлять окремий інтерес для соціального прогнозування. Зокрема, вони дають змогу зрозуміти, чому люди і групи систематично недооцінюють ризики, переоцінюють власні перспективи або формують асиметричні очікування щодо себе та інших.

Пропонуємо розглянути низку емпіричних досліджень, які демонструють, як соціальна ідентичність виконує функцію не лише мотиваційного, а й когнітивно-афективного предиктора соціальної та особистої поведінки

Теган Крувіс із колегами (Cruwys et al., 2020) розробили *модель соціальної ідентичності готовності до ризику* (Social Identity Model of Risk Taking – SIMORT). Ця модель пояснює, як спільна групова належність впливає на зниження сприйняття ризику та підвищення ймовірності ризикованої поведінки. Дослідники стверджують, що довіра, яка виникає на основі спільної соціальної ідентичності, є потужним, але потенційно небезпечним предиктором ризикованих дій. Основна ідея моделі полягає в тому, що спільна групова ідентичність знижує сприйняття ризику й підвищує імовірність ризикованої поведінки. Це відбувається через довіру до членів інгрупи, яка слугує

психологічним маркером безпеки. Так само послаблення відчуття огиди може зменшувати сприйняття ризику в присутності інгрупи.

Модель пройшла перевірку у восьми емпіричних дослідженнях із загальною вибіркою понад 4700 учасників. Дослідницькі дизайни передбачали експерименти (з мінімальними групами), кореляційні, польові та лонгітюдні дослідження. Було охоплено різні типи ризику, зокрема фінансовий, фізичний, поведінковий, репутаційний, санітарно-епідеміологічний. Дослідження проводилися в лабораторних, онлайнкових і реальних польових умовах (наприклад, під час масових фестивалів).

Під час одного з досліджень учасників випадково розподіляли, випадковим чином маркуючи кольором, а потім просили завершити спільне завдання (Lego-модель), покинуте кимось з тієї ж або іншої групи через нібито погане самопочуття і хворобу. Висока або низька загроза зараження тією ж хворобою моделювалася наявністю використаних серветок і згадкою про хворобу. Результати показали, що висока загроза інтерпретувалася як менш ризикована, якщо її джерелом був інгруповий член, тоді як у ситуації з аутгруповим представником ризик сприймався як значно вищий. Пізніше схожих результатів було досягнуто в різних групах, які утворювалися за сконструйованими або реальними ознаками. Дослідники протестували також додаткові механізми. Наприклад, на великій глобальній вибірці було показано, що довіра визначає вплив інгрупової належності на зниження сприйняття ризику. Причому це працює лише серед тих, хто чітко ідентифікується з групою, наприклад нацією. Також визначено, що ключовим складником довіри є сприйняття цілісності (integrity) групи, а не просто її привабливості чи ефективності. Зокрема, дослідження під час проведення масових фестивалів (наприклад, Schoolies) показали, що чим сильніша ідентифікація з учасниками заходу, тим менше люди відчують ризик і тим більше ризикованих дій вчиняють, попри численні об'єктивні загрози (наприклад, вживання наркотиків, секс без захисту, втрата контролю).

SIMORT пропонує унікальну перспективу для соціального прогнозування, демонструючи, як підвищена довіра до інгрупи може викликати хибне зниження сприйняття ризику – навіть там, де ризик високий. Це означає, що участь у спільнотах із сильною груповою ідентичністю (релігійні, національні, студентські, військові групи) може передбачати вищу ймовірність ризикованої поведінки, особливо в умовах реальної загрози. Відповідно, результати дослідження дають змогу формувати прогностичні моделі поведінкових упереджень і стратегій у середовищах з високим рівнем довіри, як-от фінансові піраміди, сектантські структури, військові підрозділи або масові заходи. Застосування такої моделі відкриває перспективи для розроблення *інтервенцій*, які не будуть руйнувати довіру, а враховуватимуть її когнітивні викривлення в ризикових ситуаціях.

Утім, ризикована поведінка, яка може виникнути через надмірну довіру і перебільшене почуття безпеки у власній групі, зовсім не єдине когнітивне чи афективне упередження. Можна навести ще чимало прикладів таких упереджень. Наприклад, Дж. Кінг і К. Бі (*King & Bee, 2020*) аналізують, як соціальна ідентичність впливає на упередженість у прогнозуванні майбутнього як для себе, так і для груп, з якими люди себе ототожнюють. Дослідники вивчають явище, яке вони називають *оптимістичним груповим прогнозуванням*, – тенденцію людей приписувати інгрупам більш сприятливе майбутнє, ніж аутгрупам. Такий ефект виявляється як у зміщеній темпоральній перспективі (фокус на майбутньому інгрупи), так і в специфічних прогнозах успіху, частоті позитивних подій чи ймовірності їх настання. Дослідження спирається на ключові положення теорії соціальної ідентичності (*Tajfel & Turner, 1979*), доповнюючи її перспективою вивчення афективного прогнозування й когнітивних упереджень у часовому мисленні (наприклад, «*planning fallacy*»). Теоретичний базис передбачає, що когнітивні й емоційні процеси, які зазвичай активуються під час прогнозування власного майбутнього, переносяться і на соціальні групи, коли особа ідентифікує себе з ними. Тобто група стає «розширеним Я» в контексті прогнозування.

Дж. Кінг і К. Бі під час трьох послідовних досліджень поставили за мету перевірити три ключові гіпотези: (1) люди бачать інгрупу як таку, що має більше майбутнього, ніж минулого, порівняно з аутгрупами (темпоральна перспектива); (2) позитивні події (успіхи, перемоги) очікуються швидше для інгруп, ніж для аутгруп (оптимістичне прогнозування); (3) прогнози щодо інгруп пов'язані із сильнішим емоційним забарвленням (очікуванням радості, гордості, надії) порівняно з аутгрупами (афективна перевага).

Щоб підтвердити або спростувати ці гіпотези, Кінг і Бі провели три серії досліджень. У першій серії учасники університетських спортивних команд оцінювали, яку частину історії команди становить минуле, теперішнє і майбутнє. Результати підтвердили, що студенти оцінювали інгрупи як більш «майбутньо орієнтовані», ніж аутгрупи. Цей ефект не залежав від фактичних знань про команди. У другій серії учасникам представляли вигадані команди, з якими вони мали умовну ідентифікацію. Після короткого ознайомлення з контекстом учасників просили передбачити, коли певна позитивна подія (наприклад, перемога) станеться для кожної з команд. Навіть у разі повної симетрії інформації учасники прогнозували, що інгрупа досягне успіху раніше, ніж аутгрупа. Це свідчить про вплив ідентичності як когнітивного фільтра прогнозування. У третій серії учасників просили оцінити в політичному контексті шанси партії, з якою вони себе ідентифікують (інгрупа), і її опонентів (аутгрупа) на перемогу під час найближчих виборів. Також оцінювались емоційні реакції на уявні сценарії перемоги або поразки. Як і очікувалось, прогнози щодо інгрупи були значно оптимістичнішими, а пов'язані з ними емоції – інтенсивнішими й стабільнішими. При цьому прогнози щодо аутгрупи були або песимістичними, або менш емоційно вираженими. Додатково під час усіх трьох досліджень Кінг і Бі вимірювали ступінь ідентифікації з групою, що дало змогу встановити, що чим сильніша ідентифікація, тим сильніший ефект позитивного прогнозування.

Отже, люди, які чітко ототожнюють себе з певною групою, більш схильні формувати позитивні сценарії майбутнього для цієї групи, навіть якщо на це

немає об'єктивних підстав. Це створює підґрунтя для асиметричного сприйняття політичної дійсності, корпоративних стратегій або міжгрупової конкуренції. Такий ефект може мати як мобілізаційні (віримо в успіх – діємо), так і деструктивні (ігноруємо ризики і переоцінюємо шанси) наслідки. Тому врахування соціальної ідентичності як когнітивного предиктора прогнозування є критичним для аналізу колективної поведінки, політичних очікувань, ринкової динаміки чи міжгрупових конфліктів.

Схожі результати отримала ще одна група дослідників (*Lau, Morewedge, & Cikara, 2016*). Вони, зокрема, аналізували, як соціальна категоризація – знання про те, до якої соціальної групи належить інша людина, впливає на точність афективного прогнозування. Центральним об'єктом дослідження стала *impact bias*, тобто когнітивна похибка, яка полягає в перебільшенні інтенсивності або тривалості майбутніх емоційних реакцій. Дослідники ставили за мету з'ясувати, чи змінюється сила цього ефекту, коли передбачення стосуються представника відомої соціальної категорії (наприклад, демократа, республіканця, фаната спортивної команди).

Основна гіпотеза полягала в тому, що люди, намагаючись бути «об'єктивними», часто надмірно коригують свої прогнози, ґрунтуючись на соціальних стереотипах. Така надкорекція не поліпшує, а, навпаки, погіршує точність афективного прогнозування – як щодо представників інгруп, так і щодо аутгруп. Унаслідок цього прогнози стають надмірно екстремальними: люди очікують, що інгрупа переживатиме величезну радість від перемоги, а аутгрупа – сильне горе через поразку, навіть якщо реальні реакції значно помірніші.

Протягом п'яти експериментів дослідники послідовно демонстрували, що прогнозування емоцій учасників було найбільш точним у контрольній умові, де не повідомлялася соціальна категорія цільової особи; додавання інформації про соціальну належність (навіть мінімальне – як-от колір футболки або партійна належність) призводило до зростання похибки. Під часовим тиском, коли когнітивні ресурси були обмежені, прогнози ставали менш екстремальними, що

свідчить про роль свідомого, контрольованого процесу «корекції». Ключовим механізмом цієї похибки є активація стереотипів, а не об'єктивні знання про групу чи згадки про конкретні приклади. Відтак дослідники дійшли висновку, що *соціальна категоризація діє як когнітивний тригер, котрий активує шаблонізовані уявлення про емоційну чутливість, стійкість або реактивність цільової особи*. Вони довели, що ці шаблони є здебільшого упередженнями і часто базуються на емоційно заряджених стереотипах (наприклад, переконаність у тому, що ліберали є «надто емоційними», а консерватори – «черствими»).

Результати всіх описаних вище досліджень переконливо показують, що соціальна ідентичність впливає на поведінку не лише через норми, цінності чи мотивацію до участі, а й через систематичні афективні та когнітивні упередження. Довіра до інгрупи, відчуття моральної або емоційної безпеки, оптимістичне бачення майбутнього власної групи і стереотипізоване прогнозування емоцій інших формують специфічну «психологічну екосистему», у межах якої рішення здаються раціональними з погляду групового «ми», але можуть бути об'єктивно ризикованими або неточними.

Отже, соціальна ідентичність діє як когнітивний фільтр, що структурує сприйняття ймовірностей, наслідків та емоцій ще до того, як відбувається сама дія. З погляду соціального прогнозування це означає, що поведінкові ризики, колективні очікування та реакції на майбутні події не можуть бути адекватно передбачені без урахування ідентичнісних упереджень. Сильна групова ідентифікація здатна мобілізувати до дії і водночас знижувати чутливість до загроз, сприяти оптимістичним сценаріям і водночас маскувати потенційні втрати.

5.4. Соціальна ідентичність як предиктор стратегій поведінки, відновлення і соціальних змін

Амелі Маммендей з колегами (Mummendey, Kessler, Klink, & Mielke, 1999) досліджували, як люди реагують на ситуації, коли їхня соціальна ідентичність є джерелом негативного статусу або стигми. Дослідження базувалося на поєднанні двох ключових теоретичних підходів – теорії соціальної ідентичності (SIT) Тажфела й Тернера і теорії відносної депривації (RDT). Обидві моделі намагаються пояснити соціальну поведінку індивідів, які належать до груп з об'єктивно або суб'єктивно нижчим статусом, і передбачити, які саме стратегії вони можуть обрати для збереження або трансформації ідентичності.

SIT передбачає, що мотивація до позитивної самооцінки змушує людей шукати способів поліпшення свого групового образу. Якщо група має низький статус, люди можуть або відокремитися від неї через індивідуальну мобільність, зміщення ідентифікації або символічне дистанціювання, або захищати її, вдавшись до соціального порівняння, переоцінки групи, колективної дії або протесту. RDT додає афективну компоненту, акцентуючи на тому, що ключовим тригером дії є емоційне переживання несправедливості: якщо особа сприймає свій статус як несправедливий, вона з більшою ймовірністю буде схильна до активного реагування, протесту, вимог рівності або участі в русі за зміни.

Емпірична частина дослідження була зосереджена на учнях різних типів середніх шкіл у Німеччині – гімназіях (високий статус), реальних школах (середній статус) і головних школах (низький статус). Дослідники оцінювали, як учні з груп різного статусу сприймають власну шкільну ідентичність, наскільки вони з нею ототожнюються, як оцінюють справедливість та змінність статусу школи і які стратегії поведінки їм властиві.

Результати показали, що сильна ідентифікація з групою низького статусу не обов'язково веде до індивідуального виходу. Навпаки, за умови, коли статус групи сприймається як несправедливий, але потенційно змінний, такі учні

частіше обирають стратегії групової активності, тобто захисту і відстоювання своєї школи. Якщо ж статус сприймається як легітимний і незмінний, на перший план виходять індивідуалістичні стратегії уникнення, тобто зниження ідентифікації, спроби відмежуватися, внутрішній вихід. Важливою змінною є гнів як афективна реакція. У поєднанні з високою ідентифікацією гнів корелює з готовністю до активного протесту. Це підтверджує передбачення SIT і RDT: когнітивний (оцінка справедливості), афективний (гнів) та ідентифікаційний (зв'язок з групою) виміри разом формують основу для прогнозування соціальної дії.

З погляду соціального прогнозування, ця модель дає змогу передбачити, які групи або індивіди будуть схильні до індивідуальної мобільності, конформізму або до участі в колективних діях залежно від структури їхньої соціальної ідентичності, сприйняття легітимності статусу та емоційної реакції на нього. Наприклад, у школах, робочих колективах або мігрантських спільнотах ця модель може допомогти виявити потенційні осередки протесту або, навпаки, глибокого фрустрованого виходу без дії.

Якщо соціальна ідентичність визначає вибір стратегій реагування на несправедливий або стигматизувальний статус, наступним кроком є аналіз того, як вона працює в умовах хронічного стресу та відновлення, де поведінка спрямована не на зміну статусу, а на регулювання добробуту й самоконтролю. Наприклад, Інма Адарвес-Йорно з колегами (*Adarves-Yorno et al., 2020*) досліджують взаємозв'язок між індивідуальною практикою майндфулнесу, соціальною ідентичністю і показниками психологічного благополуччя в умовах сильного стресу. Унікальність роботи полягає в тому, що дослідження проведено у в'язниці суворого режиму в Кенії, де в'язні брали участь у спеціальній програмі "Mindful Leaders". Дослідників цікавило, як індивідуальні якості (усвідомленість) і соціальні процеси (ідентифікація з групою практиків майндфулнесу) можуть допомогти передбачати такі результати, як ментальне благополуччя, стресостійкість і зниження споживання психоактивних речовин.

Два окремі дослідження (перше – з 82 учасниками, друге – зі 123) показали, що і майндфулнес, і соціальна ідентичність з групою мають позитивний вплив, але при цьому ідентичність не лише підсилює ефект майндфулнесу, а іноді навіть переважає його. У першому дослідженні обидва чинники – як індивідуальна усвідомленість, так і групова ідентифікація – позитивно передбачали ментальне благополуччя і резильєнтність. При цьому ідентичність забезпечувала унікальний внесок у варіацію добробуту, що не пояснювався лише майндфулнесом. У другому дослідженні, де було додано ще одну змінну – самозвіт про зменшення вживання наркотиків чи алкоголю, – виявилось, що саме ідентифікація з групою передбачала це зниження. Майндфулнес у цьому разі втрачав статистичну значущість під час спільного аналізу.

Усі змінні вимірювалися за допомогою валідованих шкал: індивідуальний рівень майндфулнесу – через адаптовану версію шкали FFMQ; ментальне благополуччя – через Warwick-Edinburgh Mental Well-being Scale; резильєнтність – за шкалою Коннора – Девідсона; соціальна ідентичність – через адаптовану версію шкали Елемерс, яка оцінює силу ототожнення з групою та її значущість для Я-концепції. Також під час другого дослідження використовувався самозвіт щодо змін у вживанні речовин після тренінгу. Дослідникам вдалося показати, що саме ідентифікація з групою “майндфулнес-лідерів” може мати регуляторний ефект, який проявляється не лише в підвищенні добробуту, а й у зміні поведінки. Ідентичність постає тут як джерело нормативної орієнтації: людина починає діяти відповідно до цінностей групи, з якою вона себе ототожнює. Такий ефект не можна пояснити тільки психологічними техніками – він пов’язаний із трансформацією соціального «Я».

Цей підхід перебуває в річищі ширших моделей соціального впливу в процесі відновлення, зокрема Social Identity Model of Recovery (SIMOR) і Social Identity Model of Cessation Maintenance (SIMCM). Відповідно до SIMOR, ключем до сталого психологічного відновлення є не лише індивідуальні

ресурси, а включення особи в нові позитивні соціальні групи, з якими вона себе ототожнює. Саме ці групи забезпечують як соціальну підтримку, так і нормативне середовище, яке сприяє уникненню ризикової поведінки. SIMCM розвиває цю ідею, демонструючи, що підтримання змін у поведінці, зокрема відмова від вживання речовин, тримається не лише на волі або внутрішній мотивації, а на стабільності нової ідентичності, яка закріплюється через участь у соціально схвалених практиках і спільнотах. Як бачимо, соціальна ідентичність у цій моделі є предиктором поведінкових та афективних результатів, що формуються через усвідомлене входження в нові соціальні контексти.

Так само механізми ідентичнісної регуляції поведінки, виявлені на рівні малих груп і програм відновлення, дають змогу перейти до аналізу того, як соціальна ідентичність масштабується до рівня колективної мобілізації та інституційних змін.

С. Бекер, П. Бьогель і П. Упхам (Becker, Bögel, & Upham, 2021) розглядають соціальну ідентичність як ключовий чинник інституційної дії в процесі соціотехнічного переходу, зокрема в контексті мобільності в місті Берлін. Проаналізувавши кампанію Cycling Referendum (Volksentscheid Fahrrad), дослідники продемонстрували, що успішна трансформація транспортної інфраструктури можлива завдяки активному формуванню нової колективної ідентичності, яка об'єднує різних стейкхолдерів навколо *спільних цінностей і бачення*.

Дослідження спиралося на концепцію *інституційної роботи*, яка охоплює процеси адвокації, зміни нормативних асоціацій, формування нових ідентичностей та легітимізації норм. У цьому разі активісти руху за велоінфраструктуру були не просто носіями інтересів вузької групи (велосипедистів), а й агентами інституційної зміни, що оперують *категоріальними рамками ідентичності*. Ключовим стратегічним кроком стала *рекатегоризація*, тобто перехід від вузької ідентичності велосипедистів до ширшої категорії «громадян, які потребують безпечного міського простору».

Це дало змогу усунути поляризацію між велосипедистами і водіями, створити *інклюзивну соціальну ідентичність* і завдяки цьому забезпечити широку підтримку. Цей підхід концептуалізується через *модель спільної групової ідентичності (common ingroup identity model)*, згідно з якою зменшення міжгрупових бар'єрів і формування ширших категорій «ми» сприяє альтруїстичній поведінці, довірі й солідарності. Коли ж говорити про берлінський кейс, то це знайшло відображення у врахуванні під час проведення кампанії інтересів батьків з дітьми, людей з інвалідністю, пішоходів, користувачів громадського транспорту, а не лише інтересів спортивних велосипедистів.

Соціальна ідентичність тут постає не лише як *детермінанта поведінки*, а і як *механізм мобілізації та інструмент інституційної дії*. Вона надає суб'єктам не тільки мотивацію, а й легітимність, право говорити від імені більшої спільноти, а отже – впливати на формальні і неформальні правила «гри» в міському управлінні. На практиці це означає, що інституційні зміни не обмежуються політичним лобіюванням чи технічними рішеннями – вони потребують *роботи з ідентичністю*, яка охоплює символічні ресурси, наративи, образи, привласнення простору тощо. Формування *інклюзивної, надгрупової ідентичності* є одним із головних ресурсів для масштабування екологічних і технологічних інновацій у містах.

Узагальнюючи наведені приклади, можемо зробити висновок, що соціальна ідентичність послідовно виступає предиктором стратегій поведінки на різних рівнях – від індивідуального реагування на статус і стрес до колективної мобілізації та інституційної дії. Саме це дає змогу логічно перейти до ширшого підсумкового розгляду соціальної ідентичності не лише як чинника вибору поведінкових стратегій, а і як *системного ресурсу*, що підтримує здоров'я, добробут і відновлення в прикладному психологічному контексті.

У статті А. Хеслама і його колег (*Haslam, A. S., Jetten, Postmes, & Haslam, A., 2009*) запропоновано теоретичну і прикладну програму

дослідження, яка трансформує підхід до розуміння здоров'я і добробуту на підставі теорії соціальної ідентичності. Дослідники доводять, що соціальні групи, з якими індивід себе ідентифікує, є не лише контекстом, а й внутрішнім джерелом психологічного функціонування. Соціальна ідентичність виступає тут не як змінна, що впливає опосередковано, а як активний ресурс, котрий визначає, як індивід сприймає симптоми, реагує на труднощі, шукає підтримку і навіть як змінюється його фізіологічний стан. На основі аналізу літератури й даних спеціального випуску журналу «*Applied Psychology*» дослідники виділяють **п'ять ключових процесів**, через які соціальна ідентичність впливає на здоров'я:

По-перше, ідентичність впливає на *оцінювання симптомів і поведінку у відповідь на них*. Люди сприймають симптоми і реагують на них не довільно, а крізь призму того, ким вони себе вважають. Наприклад, «спортсмени» можуть ігнорувати біль як частину тренувального досвіду, тоді як інші інтерпретують його як сигнал хвороби.

По-друге, групи, до яких належить особа, визначають *норми поведінки, пов'язаної зі здоров'ям*. Саме групи належності формують уявлення про те, яка поведінка є прийнятною, наприклад, щодо паління, дієти, сексуальної активності чи використання медичних послуг.

По-третє, *соціальна підтримка* є найбільш ефективною, якщо вона надходить від тих, з ким особа себе ототожнює. Підтримка з боку членів референтної групи викликає більшу довіру і сильніше впливає на поведінку, ніж підтримка від «зовнішніх» джерел, навіть професійних.

По-четверте, соціальна ідентичність впливає на *копінг-стратегії*, особливо у вразливих або стигматизованих групах. Модель «*rejection-identification*» передбачає, що в умовах дискримінації ідентифікація з групою може захищати психічне здоров'я – завдяки досвіду солідарності, позитивної переоцінки, колективного опору.

П'ятий рівень – *фізіологічне здоров'я і клінічні результати*. Дослідження показують, що ідентичність може впливати на об'єктивні показники стану

організму. Наприклад, збереження соціальної ідентичності після інсульту корелює з вищою якістю життя і меншим ризиком депресії; у будинках для літніх людей участь у групових заходах пов'язана зі зниженням рівня кортизолу, поліпшенням пам'яті та зменшенням медикаментозної залежності.

Дослідники підкреслюють, що з погляду прикладної психології ідентичність є *практичним ресурсом*. Вона піддається зміні, відновленню, конструюванню – і це можна використати в програмах інтервенції. Замість акцентування на індивідуальних рисах або патологіях пропонується враховувати соціальну належність, зв'язки, відчуття «ми» як фактори, що можуть бути не менш потужними за терапію чи медикаменти.

Підсумовуючи, можемо стверджувати, що соціальна ідентичність є однією з найбільш ємних і водночас практично застосовуваних категорій для розуміння, пояснення та прогнозування соціальної дійсності. Багатовимірність соціальної ідентичності дає змогу пов'язати індивідуальні переживання, афективні реакції, когнітивні оцінки, групові норми, поведінкові стратегії та інституційні процеси єдиними аналітичними рамками. Соціальна ідентичність не лише передбачає, чи люди діятимуть, а і як саме, разом з ким, проти чого і в ім'я чого. Саме тому її прогностичний потенціал виходить далеко за межі опису окремих кейсів й уможливорює створення чутливих до реального життя моделей – від оцінювання ризиків і мобілізаційних процесів до проєктування інтервенцій у сфері здоров'я, відновлення та соціальних змін. У цьому сенсі соціальна ідентичність є не просто теоретичним конструктом, а готовим інструментом прикладного аналізу і дії, який уже довів свою ефективність і цілком заслуговує на активне використання в соціальному прогнозуванні.

ПІДСУМКИ

Створюючи цей посібник, ми ставили за мету представити соціально-ідентичнісний підхід як цілісний аналітичний конструкт, здатний поєднати психологічні процеси індивідуального рівня з динамікою групових, міжгрупових і системних соціальних явищ. Ми зробили спробу досягнути його величезний евристичний потенціал, що дає змогу працювати зі складною соціальною реальністю без її спрощення, утримуючи в полі аналізу переживання, смисли, норми, очікування та колективні форми дії.

І наведені в посібнику теоретичні ідеї, концепції, теорії, і результати практичних досліджень наочно демонструють, що в сучасних умовах, коли соціальні процеси характеризуються високим рівнем невизначеності, фрагментарності і швидких змін, соціально-ідентичнісний підхід може слугувати важливою опорою для дослідників. Він дає змогу не зводити складні явища до окремих подій чи реакцій, а бачити їх у ширшому контексті – як частину взаємопов'язаних процесів формування і трансформації ідентичностей, групових відносин та соціальних систем.

Особливої актуальності ці можливості набувають у контексті війни і пов'язаних з нею суспільних потрясінь. Коли одночасно діють численні фактори, як-от травматичний досвід, загрози безпеці, зміна соціальних ролей, переосмислення «ми» і «вони», соціально-ідентичнісний підхід дає змогу утримувати цю складність, не редукуючи її до окремих психологічних або соціальних змінних. Завдяки йому маємо змогу бачити процеси загалом, фіксуючи як напруження, так і ресурси згуртованості та відновлення.

Водночас важливо зазначити, що соціально-ідентичнісний підхід не є завершеною або універсальною моделлю, здатною однаково добре пояснювати всі соціальні явища. Наведені в посібнику теоретичні положення і дослідницькі результати варто оцінювати, зважаючи на їхню застосовність у конкретних умовах, зберігаючи гнучкість мислення і чутливість до контексту.

Саме тому наш посібник можна розглядати як запрошення до подальшого пошуку. Соціально-ідентичнісний підхід значно ширший і багатший, ніж будь-який окремий огляд, і його потенціал далеко не вичерпується представленим матеріалом. Він відкриває простір для нових досліджень, емпіричних перевірок, міждисциплінарної інтеграції і розвитку власних аналітичних інструментів. І цей посібник покликаний стати важливою опорою для такого пошуку.

Сподіваємося, що наш доробок стане не лише джерелом знань, а й інтелектуальним інструментом, який спонукатиме до дискусій, критичного мислення і подальших досліджень. Він адресований тим, хто працює з реальністю, що наразі стрімко змінюється, і шукає способи осмислити ці зміни без спрощення, використовуючи соціальну ідентичність як одну із ключових психологічних оптик для аналізу сучасного українського суспільства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- Adam-Troian, J., Mahfud, Y., Urbanska, K., & Guimond, S. (2021). The role of social identity in the explanation of collective action: An intergroup perspective on the Yellow Vests movement. *Journal of Applied Social Psychology*, 51(8), 856–874. <https://doi.org/10.1111/jasp.12757>
- Adarves-Yorno, I., McIntyre, D., Stevens, M., Smith, L. G. E., & Zomer van, M. (2020). Mindfulness and social identity: Predicting well-being in a high-stress environment. *International Journal of Wellbeing*, 10(5), 15–31. <https://doi.org/10.5502/ijw.v10i5.1473>
- Ashmore, R., Deaux, K., & McLaughlin-Volpe, T. (2004). An organizing framework for collective identity: articulation and significance of multidimensionality.. *Psychological Bulletin*, 130(1), 80–114. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.130.1.80>
- Bauer, M., Blattman, C., Chytilová, J., Henrich, J., Miguel E., & Mitts, T. (2016). Can war foster cooperation? *Journal of Economic Perspectives*, vol. 30, no. 3, 249–274.
- Becker, S., Bögel, P., & Upham, P. (2021). The role of social identity in institutional work for sociotechnical transitions: The case of transport infrastructure in Berlin. *Technological Forecasting and Social Change*, 162, 120385. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120385>
- Begeny, C., Huo, Y., Smith, H., & Ryan, M. (2021). Being treated fairly in groups is important, but not sufficient: the role of distinctive treatment in groups, and its implications for mental health. *Plos One*, 16(5), e0251871. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251871>
- Begeny, C., Huo, Y., Smith, H., & Ryan, M. (2021). Being treated fairly in groups is important, but not sufficient: the role of distinctive treatment in groups, and its implications for mental health. *Plos One*, 16(5), e0251871. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0251871>
- Bourhis, R. (2012). John C. Turner: Born September 7, 1947; died July 24, 2011. *Journal of Language and Social Psychology*, 31, 135–137. [10.1177/0261927X12438537](https://doi.org/10.1177/0261927X12438537).
- Branscombe, N. R., & Wann, D. L. (1994). Collective self-esteem consequences of outgroup derogation when a valued social identity is on trial. *European Journal of Social Psychology*, 24, 641–657. [doi: 10.1002/ejsp.2420240603](https://doi.org/10.1002/ejsp.2420240603)
- Brewer, M. B. (n. d.). *Marilynn Brewer*. Social Psychology Network. Retrieved January 19, 2025. <https://brewer.socialpsychology.org/>
- Brewer, M. B. (1988). A dual process model of impression formation. In T. K. Srull, & R. Wyer (Eds.), *Advances in Social Cognition* (Vol. 1, pp. 1–36). Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Brown, R. (2000). Social identity theory: Past achievements, current problems, and future challenges. *European Journal of Social Psychology*, 30, 745–778.

Brown, R., Capozza, D., Paladino, M. P., & Volpato, C. (1996). *Collectivist and Individualist Orientations in Groups*. *Group Processes & Intergroup Relations*, 1(1), 123–140.

Brown, R. (2019). *Henri Tajfel: Explorer of Identity and Difference*. [10.4324/9780429491382](https://doi.org/10.4324/9780429491382).

Capozza, D., & Brown, R. (Eds.). (2000). *Social identity processes: Trends in theory and research*. Sage Publications Ltd.

Carter, H., Dennis, A., Williams, N., & Weston, D. (2023). Identity-based social support predicts mental and physical health outcomes during COVID-19. *British Journal of Social Psychology*, 62(2), 845–865. <https://doi.org/10.1111/bjso.12600>

Claremont Graduate University. (n. d.). *Michael Hogg*. Retrieved January 19, 2025. <https://www.cgu.edu/people/michael-hogg/>

Crisp, R. J., & Hewstone, M. (2006). Multiple social categorization: Context, process, and social consequences. In R. J. Crisp & M. Hewstone (Eds.), *Multiple social categorization: Processes, models and applications* (pp. 3–22). Psychology Press.

Cruwys, T., Greenaway, K. H., Ferris, L. J., Rathbone, J. A., Saeri, A. K., Williams, E., ... & Grace, L. (2020). When trust is a liability: A social identity model of risk taking. *Journal of Personality and Social Psychology*. <https://doi.org/10.1037/pspi0000243>

Cruwys, T., Haslam, S., Dingle, G., Haslam, C., & Jetten, J. (2014). Depression and social identity. *Personality and Social Psychology Review*, 18(3), 215–238. <https://doi.org/10.1177/1088868314523839>

Dang, J., Li, L., Zhang, Q., & Li, C. (2019). Leaving an attacked group: authoritative criticism decreases ingroup favoritism. *Journal of Pacific Rim Psychology*, 13. <https://doi.org/10.1017/prp.2019.5>

Deschamps, J.-C., & Doise, W. (1978). Crossed category memberships in intergroup relations. In H. Tajfel (Ed.), *Differentiation between Social Groups: Studies in the Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 141–158). London: Academic Press.

Drury, J. (2012) Collective resilience in mass emergencies and disasters: A social identity model. In J. Jetten, C. Haslam & S. A. Haslam (Eds.), *The social cure: Identity, health, and well-being* (pp. 195–215). Hove, Psychology Press.

Drury, J. (2018) The role of social identity processes in mass emergency behaviour: An integrative review. *European Review of Social Psychology*, 29, 38–81. <https://doi.org/10.1080/10463283.2018.1471948>.

Drury, J., Carter, H., Cocking, C., Ntontis, E., Guven, S., & Amlôt, R. (2019). Facilitating collective resilience in the public in emergencies: Twelve recommendations based on the social identity approach. *Frontiers in public health*, vol. 7, p. 141. [doi:10.3389/fpubh.2019.00141](https://doi.org/10.3389/fpubh.2019.00141).

Drury, J., Cocking, Ch., & Reicher, S. (2009). The Nature of Collective Resilience: Survivor Reactions to the 2005 London Bombings. *International Journal of Mass Emergencies and Disasters*, 27, 66–95.

Drury, J., Novelli, D., & Stott, C. (2015). Managing to avert disaster: Explaining collective resilience at an outdoor music event. *European Journal of Social Psychology*, 45, 533–547. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2108>

Drury, J., & Reicher, S. (1999). The intergroup dynamics of collective empowerment: Substantiating the social identity model of crowd behavior. *Group Processes and Intergroup Relations*, 2, 381–402.

Drury, J., & Reicher, S. (2000). Collective action and psychological change: The emergence of new social identities. *British Journal of Social Psychology*, 39(4), 579–604.

Durrheim, K., Quayle, M., Tredoux, C., Titlestad, K., & Tooke, L. (2016). Investigating the evolution of ingroup favoritism using a minimal group interaction paradigm: the effects of inter- and intragroup interdependence. *Plos One*, 11(11), e0165974. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0165974>

Ellemers, N. (n. d.). Naomi Ellemers. *Utrecht University*. Retrieved January 19, 2025. <https://www.uu.nl/staff/NEllemers>

European Association of Social Psychology. (n. d.). *Henri Tajfel*. Retrieved January 19, 2025. <https://history.easp.eu/people/tajfel-henri/>

Fielding, K. S., Terry, D. J., Masser, B. M., & Hogg, M. A. (2008). Integrating social identity theory and the theory of planned behaviour to explain decisions to engage in sustainable agricultural practices. *British Journal of Social Psychology*, 47(1), 23–48. <https://doi.org/10.1348/014466607X206792>

Fritzsche, I., Jonas, E., Ablasser, C., Beyer, M., Kuban, J., Manger, A.-M. et al. (2013). The power of we: Evidence for group-based control. *Journal of Experimental Social Psychology*, 49(1), 19–32.

Gaertner, S. L., Dovidio, J. F., Anastasio, P. A., Bachman, B. A., & Rust, M. C. (1993). The Common Ingroup Identity Model: Recategorization and the reduction of intergroup bias. *European Review of Social Psychology*, 4(1), 1–26.

Gramzow, R., Gaertner, L., & Sedikides, C. (2001). Memory for in-group and out-group information in a minimal group context: the self as an informational base. *Journal of Personality and Social Psychology*, 80(2), 188–205. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.80.2.188>

Greenaway, K. H., Haslam, S. A., Cruwys, T., Branscombe, N. R., & Ysseldyk, R. (2015). From “We” to “Me”: Group identification enhances perceived personal control with consequences for health and well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 109(1), 53–74.

Halevy, N., Bornstein, G., & Sagiv, L. (2008). “In-group love” and “out-group hate” as motives for individual participation in intergroup conflict. *Psychological Science*, 19(4), 405–411. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2008.02100.x>

Haslam, S. (2014). Making good theory practical: five lessons for an applied social identity approach to challenges of organizational, health, and clinical

psychology. *British Journal of Social Psychology*, 53(1), 1–20. <https://doi.org/10.1111/bjso.12061>

Haslam, S. A., Jetten, J., Postmes, T., & Haslam, C. (2009). Social Identity, Health and Well-Being: An Emerging Agenda for Applied Psychology. *Applied Psychology: An International Review*, 58(1), 1–23. <https://doi.org/10.1111/j.1464-0597.2008.00379.x>

Haslam, A., & Turner, J. (1992). Context-dependent variation in social stereotyping 2: The relationship between frame of reference, self-categorization and accentuation. *European Journal of Social Psychology*, 22, 251–277.

Haslam, A., & Turner, J. (1995). Context-dependent variation in social stereotyping 3: Extremism as a self-categorical basis for polarized judgement. *European Journal of Social Psychology*, 25, 341–371.

Haslam, S., Reicher, S., & Reynolds, K. (2012). Identity, influence, and change: Rediscovering John Turner's vision for social psychology. *The British journal of social psychology / the British Psychological Society*, 51, 201–218. [10.1111/j.2044-8309.2011.02091.x](https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.2011.02091.x).

Heine, S. J., Proulx, T., & Vohs, K. D. (2006). The meaning maintenance model: on the coherence of social motivations. *Personality and social psychology review : an official journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc*, 10(2), 88–110. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr1002_1

Hinkle, S., & Brown, R. (1996). *Intergroup Comparison and Social Identity: Some Links and Lacunae*. In D. Abrams & M. A. Hogg (Eds.), *Social Identity Theory: Constructive and Critical Advances*. Harvester Wheatsheaf.

Hogan, P.C. (2017). Social Identity: Categorization, Cognition, and Affect. In Wehrs, D., Blake, T. (Eds), *The Palgrave Handbook of Affect Studies and Textual Criticism*. Palgrave Macmillan, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-63303-9_6.

Hogg, M. A. (2001a). A Social Identity Theory of Leadership. *Personality and Social Psychology Review*, 5(3), 184–200. https://doi.org/10.1207/S15327957PSPR0503_1

Hogg, M. A. (2001b). Social categorization, depersonalization, and group behavior. In M. A. Hogg & R. S. Tindale (Eds.), *Blackwell handbook of social psychology: Group processes* (pp. 56–58). Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9780470998458>

Hogg, M. (2007). Uncertainty-Identity Theory. In M. P. Zanna (Ed.), *Advances in Experimental Social Psychology* (pp. 39, 69–126). San Diego, CA: Academic Press. [http://dx.doi.org/10.1016/s0065-2601\(06\)39002-8](http://dx.doi.org/10.1016/s0065-2601(06)39002-8)

Hogg, M. A., & Abrams, D. (1988). *Social Identifications: A Social Psychology of Intergroup Relations and Group Processes*. Routledge.

Hogg, M. & Williams, K. (2000). From i to we: social identity and the collective self.. *Group Dynamics Theory Research and Practice*, 4(1), 81–97. <https://doi.org/10.1037/1089-2699.4.1.81>

Iacoviello, V., Berent, J., Frederic, N., & Pereira, A. (2017). The impact of ingroup favoritism on self-esteem: a normative perspective. *Journal of Experimental Social Psychology*, 71, 31–41. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2016.12.013>

Jetten, J., Haslam, S., Cruwys, T., Greenaway, K., Haslam, C., & Steffens, N. (2017). Advancing the social identity approach to health and well-being: progressing the social cure research agenda. *European Journal of Social Psychology*, 47(7), 789–802. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2333>

Jost, J. T. (2019). A quarter century of system justification theory: Questions, answers, criticisms, and societal applications. *British Journal of Social Psychology*, 58(2), 263–314. <https://doi.org/10.1111/bjso.12297>

Jost, J. T. (2020). A theory of system justification. Harvard University Press.

King, J. S., & Bee, C. C. (2020). Better in the (near) future: Group-based differences in forecasting biases. *European Journal of Social Psychology*, 50(4), 749–765. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2634>

Lasko, E., Dagher, A., West, S., & Chester, D. (2022). Neural mechanisms of intergroup exclusion and retaliatory aggression. *Social Neuroscience*, 17(4), 339–351. <https://doi.org/10.1080/17470919.2022.2086617>

Lau, T., Morewedge, C. K., & Cikara, M. (2016). Overcorrection for social-categorization information moderates impact bias in affective forecasting. *Psychological Science*, 27(9), 1230–1243.

Leonardelli, G. J., Pickett, C. L., & Brewer, M. B. (2010). Optimal distinctiveness theory. In M. P. Zanna & J. M. Olson (Eds.), *Advances in experimental social psychology* (Vol. 43, pp. 63–113). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(10\)43002-6](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(10)43002-6)

Levine, M., & Manning, R. (2013). Social identity, group processes, and helping in emergencies. *European Review of Social Psychology*, 24(1), 225–251. <https://doi.org/10.1080/10463283.2014.892318>

Lickel, B., Miller, N., Stenstrom, D., Denson, T., & Schmader, T. (2006). Vicarious retribution: the role of collective blame in intergroup aggression. *Personality and Social Psychology Review*, 10(4), 372–390. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr1004_6

Liu, J., Thomas, J., & Higgs, S. (2019). The relationship between social identity, descriptive social norms and eating intentions and behaviors. *Journal of Experimental Social Psychology*, 82, 217–230. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2019.02.002>

Lüders, A., & Jonas, E., & Fritsche, I., & Agroskin, D. (2016). *Between the Lines of Us and Them: Identity Threat, Anxious Uncertainty, and Reactive In-Group Affirmation: How Can Antisocial Outcomes be Prevented?* [10.1007/978-3-319-29869-6_3](https://doi.org/10.1007/978-3-319-29869-6_3).

Martiny, S., & Kessler, T. (2014). Managing one's social identity: successful and unsuccessful identity management. *European Journal of Social Psychology*, 44(7), 748–757. <https://doi.org/10.1002/ejsp.2056>

Martiny, S. E., & Rubin, M. (2016). Towards a clearer understanding of social identity theory's selfesteem hypothesis. In S. McKeown, R. Haji, & N. Ferguson (Eds.), *Understanding peace and conflict through social identity theory: Theoretical, contemporary and worldwide perspectives*. New York: Springer.

McGarty, C. (2018, March 28). Social categorization. In *Oxford research encyclopedia of psychology*. Oxford University Press. Retrieved November 10, 2024. <https://oxfordre.com/psychology/view/10.1093/acrefore/9780190236557.001.0001/acrefore-9780190236557-e-308>

Moscattelli, S., Albarello, F., Prati, F., & Rubini, M. (2014). Badly off or better off than them? The impact of relative deprivation and relative gratification on intergroup discrimination. *Journal of Personality and Social Psychology*, 107(2), 248–264. <https://doi.org/10.1037/a0036704>

Moscattelli, S., Hewstone, M., & Rubini, M. (2016). Different size, different language? linguistic ingroup favoritism and outgroup derogation by majority and minority groups. *Group Processes & Intergroup Relations*, 20(6), 757–769. <https://doi.org/10.1177/1368430215625784>

Mummendey, A., Kessler, T., Klink, A., & Mielke, R. (1999). Strategies to cope with negative social identity: Predictions by social identity theory and relative deprivation theory. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), 229–245. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.2.229>

Nesdale, D., & Duffy, A. (2011). Social identity, peer group rejection, and young children's reactive, displaced, and proactive aggression. *British Journal of Developmental Psychology*, 29(4), 823–841. <https://doi.org/10.1111/j.2044-835x.2010.02012.x>

Nesdale, D., Durkin, K., Maass, A., Kiesner, J., & Griffiths, J. (2008). Effects of group norms on children's intentions to bully. *Social Development*, 17(4), 889–907. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9507.2008.00475.x>

Neville, F. G., Templeton, A., Smith, J. R., & Louis, W. R. (2021). Social norms, social identities and the COVID-19 pandemic: Theory and recommendations. *Social and Personality Psychology Compass*, 15(5), e12596. <https://doi.org/10.1111/spc3.12596>

Newheiser, A., & Dovidio, J. (2014). High outgroup entitativity can inhibit intergroup retribution. *British Journal of Social Psychology*, 54(2), 341–358. <https://doi.org/10.1111/bjso.12078>

Otten, S., & Epstude, K. (2006). Overlapping mental representations of self, ingroup, and outgroup: unraveling self-stereotyping and self-anchoring. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 32(7), 957–969. <https://doi.org/10.1177/0146167206287254>

Otten, S., & Mummendey, A. (2000). Valence-dependent probability of ingroup favouritism between minimal groups: An integrative view on the positive-negative asymmetry in social discrimination. In D. Capozza & R. Brown (Eds.), *Social identity processes: Trends in theory and research* (pp. 33–48). Sage Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446218617.n3>

Otten, S., & Stapel, D. (2007). Who is this donald? how social categorization affects aggression-priming effects. *European Journal of Social Psychology*, 37(5), 1000–1015. <https://doi.org/10.1002/ejsp.413>

Penfold, K., & Ogden, J. (2023). The role of social support and belonging in predicting recovery from problem gambling. *Journal of Gambling Studies*, 40(2), 775–792. <https://doi.org/10.1007/s10899-023-10225-y>

Penic, S., Drury, J., & Bady, Z. (2022). Collective resilience. In G. Elcheroth & N. de Mel (Eds.), *The Shadow of Transitional Justice Cross-national Perspectives on the Transformative Potential of Remembrance*.

Rathbone, J., Cruwys, T., Stevens, M., Ferris, L., & Reynolds, K. (2023). The reciprocal relationship between social identity and adherence to group norms. *British Journal of Social Psychology*, 62(3), 1346–1362. <https://doi.org/10.1111/bjso.12635>

Reicher, S. (1982). The determination of collective behaviour. In H. Tajfel (Ed.), *Social identity and intergroup relations* (pp. 41–83). Cambridge, UK: Cambridge University Press, and Paris: Maison des Sciences de l’Homme.

Reicher, S. (1984). The St Paul’s “riot”: An explanation of the limits of crowd action in terms of a social identity model. *European Journal of Social Psychology*, 14, 1–21.

Reicher, S. (1987). Crowd behaviour as social action. In J. Turner, M. Hogg, P. Oakes, S. Reicher, & M. Wetherell, *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Oxford, UK: Blackwell.

Reicher, S. (1996). The crowd century: Reconciling theoretical failure with practical success. *British Journal of Social Psychology*, 35, 535–553.

Reicher, S. (2008). The Psychology of Crowd Dynamics. *Blackwell Handbook of Social Psychology: Group Processes* (pp. 182–208). [doi 10.1002/9780470998458.ch8](https://doi.org/10.1002/9780470998458.ch8).

Reicher, S. D. (n. d.). *Stephen Reicher*. University of St Andrews, School of Psychology and Neuroscience. Retrieved January 19, 2025. <https://www.st-andrews.ac.uk/psychology-neuroscience/people/sdr/>

Reicher, S., Haslam, S. A., & Hopkins, N. (2005). Social identity and the dynamics of leadership: Leaders and followers as collaborative agents in the transformation of social reality. *The Leadership Quarterly*, 16(4), 547–568. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2005.06.007>

Reimer, N. K., Schmid, K., Hewstone, M., & Al Ramiah, A. (2020, March 18). *Self-categorization and social identification: Making sense of us and them*. <https://doi.org/10.31234/osf.io/gub8a> Nk

Robertson, A. (2023). A social identity approach to facilitating therapy groups. *Clinical Psychology Science and Practice*. <https://doi.org/10.1037/cps0000178>

Roccas, S., & Brewer, M. (2002). Social identity complexity. *Personality and Social Psychology Review*, 6(2), 88–106. https://doi.org/10.1207/s15327957pspr0602_01

Rubin, M., Owuamalam, C. K., Spears, R., & Caricati, L. (2023). A social identity model of system attitudes (SIMSA): Multiple explanations of system justification by the disadvantaged that do not depend on a separate system justification motive. *European Review of Social Psychology*, 34(2), 203–243. <https://doi.org/10.1080/10463283.2022.2046422>

Rupar, M. (2024). The link between social norms and reconciliation and behavioral intentions in postconflict societies. *Peace and Conflict Journal of Peace Psychology*, 30(3), 350–360. <https://doi.org/10.1037/pac0000730>

Salfate, S., Páez, D., Oriol, X., Costa, S., Gondim, S., & Techio, E. (2020). Nationalistic collective rituals, intergroup relations, and legitimization of national social systems. *International Review of Social Psychology*, 33(1). <https://doi.org/10.5334/irsp.291>

Schmitt, M. T., & Branscombe, N. R. (2002). The meaning and consequences of perceived discrimination in disadvantaged and privileged social groups. *European Review of Social Psychology*, 12, 167–99.

Smith, J., & Louis, W. (2008). Do as we say and as we do: the interplay of descriptive and injunctive group norms in the attitude-behaviour relationship. *British Journal of Social Psychology*, 47(4), 647–666. <https://doi.org/10.1348/014466607x269748>

Smith, J., & Louis, W. (2009). Group norms and the attitude–behaviour relationship. *Social and Personality Psychology Compass*, 3(1), 19–35. <https://doi.org/10.1111/j.1751-9004.2008.00161.x>

Steffens, N. K., Munt, K. A., Knippenberg van, D., Platow, M. J., & Haslam, S. A. (2021). Advancing the social identity theory of leadership: A meta-analytic review of leader group prototypicality. *Organizational Psychology Review*, 11(1), 35–72. <https://doi.org/10.1177/2041386620962569>

Stroope, S. (2011). How culture shapes community: bible belief, theological unity, and a sense of belonging in religious congregations. *Sociological Quarterly*, 52(4), 568–592. <https://doi.org/10.1111/j.1533-8525.2011.01220.x>

Subašić, E., Reynolds, K. J., Reicher, S. D., & Klandermans, B. (2012). Where To From Here for the Psychology of Social Change? Future Directions for Theory and Practice. *Political Psychology*, Vol. 33, No. 1, 68–74.

Tajfel, H. (1970). Experiments in intergroup discrimination. *Scientific American*, 233(5), 96–102. Reprinted in R. C. Atkinson (Ed.) (1971), *Contemporary psychology*. San Francisco: W. H. Freeman.

Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Social Science Information*, 13(2), 65–93. <https://doi.org/10.1177/053901847401300204>

Tajfel, H., Billig, M. G., Bundy, R. P., & Flament, C. (1971). Social categorization and intergroup behaviour. *European Journal of Social Psychology*, 1(2), 149–178.

Tajfel, H., & Cawasjee, S. D. (1959). Value and the accentuation of judged differences. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 59, 436–439.

Tajfel, H., & Fraser, C. (Eds) (1978). *Introducing social psychology: An analysis of individual reaction and response*. Harmondsworth: Penguin.

Tajfel, H., & Turner, J. (1979). An Intergrative Theory of Intergroup Conflict. In W. G. Austin & S. Worchel (Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations* (pp. 33–49). Monterey, Books Publishing Company.

The University of Queensland. (n. d.). *Alex Haslam*. Retrieved January 19, 2025. <https://psychology.uq.edu.au/profile/3181/alex-haslam>

Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D., & Wetherell, M. S. (1987). *Rediscovering the social group: A self-categorization theory*. Basil Blackwell.

University of Dundee. (n. d.). *Nick Hopkins*. Retrieved January 19, 2025. <https://www.dundee.ac.uk/people/nick-hopkins>

University of Kent. (n. d.). *Dominic Abrams*. Retrieved January 19, 2025. <https://www.kent.ac.uk/school-of-psychology/people/212/abrams-dominic>

University of Sussex. (n. d.) (a) *Henri Tajfel: Publications*. Retrieved January 19, 2025. <http://www.sussex.ac.uk/psychology/henri-tajfel/publications>

University of Sussex. (n. d.). (b) *John Drury*. Retrieved January 19, 2025. <https://profiles.sussex.ac.uk/p92858-john-drury>

Vanhooymissen, T., & Overwalle, F. (2010). Me or not me as source of ingroup favoritism and outgroup derogation: a connectionist perspective. *Social Cognition*, 28(1), 84–109. <https://doi.org/10.1521/soco.2010.28.1.84>

Verkuyten, M. (2021). Group identity and ingroup bias: the social identity approach. *Human Development*, 65(5-6), 311–324. <https://doi.org/10.1159/000519089>

Verkuyten, M., Martinović, B., & Smeekes, A. (2014). The multicultural jigsaw puzzle. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(11), 1480–1493. <https://doi.org/10.1177/0146167214549324>

Wenzel, M., & Mummendey, A. (2011). Positive-negative asymmetry of social discrimination: A normative analysis of differential evaluations of in-group and out-group on positive and negative attributes. *British Journal of Social Psychology*, 35(4), 493–507. <https://doi.org/10.1111/j.2044-8309.1996.tb01110.x>

Wersig, E., & Wilson-Smith, K. (2021). Identity in transition: an interpretative phenomenological analysis of international humanitarian workers' experiences of returning home. *Journal of International Humanitarian Action*, 6(1). <https://doi.org/10.1186/s41018-021-00091-x>

Zomer van, M., Kutlaca, M., & Turner-Zwinkels, F. (2018). Integrating who 'we' are with what 'we' (will not) stand for: A further extension of the Social Identity Model of Collective Action. *Political Psychology*, 39, 243–256. <https://doi.org/10.1111/pops.12485>

Виробничо-практичне видання

Ольга Юріївна КУХАРУК

**СОЦІАЛЬНА ІДЕНТИЧНІСТЬ: СУЧАСНІ ТЕОРІЇ,
ОСНОВНІ ВИМІРИ, МОЖЛИВОСТІ СОЦІАЛЬНОГО
ПРОГНОЗУВАННЯ**

ПРАКТИЧНИЙ ПОСІБНИК

Літературне редагування *Т. А. Кузьменко*

Адреса Інституту: 04070, м. Київ, вул. Андріївська, 15

E-mail: info@ispp.org.ua

Сайт: <https://ispp.org.ua>

Підписано до друку 25.02.2025 р.
Гарнітура Times New Roman. Авт. арк. 7,0.
Електронне видання

Поліграфічно-видавничий центр ТОВ «Імекс-ЛТД»
Свідectво про реєстрацію серія ДК № 195 від 21.09.2000 р.
25006, м. Кропивницький, вул. Декабристів, 29.
Тел./факс (0522) 22-79-30, 32-17-05
E-mail: marketing@imex.net
