

РОЗДІЛ 3. ПСИХОЛОГІЯ

УДК 159.923.2

DOI: 10.31732/2663-2209-2022-69-171-187

АКСІОПСИХОЛОГІЯ ТА АКСІОГЕНЕЗ ОСОБИСТОСТІ В УМОВАХ СОЦІАЛЬНОЇ КРИЗИ

Ольга Петрунко¹

¹Доктор психологічних наук, старший науковий співробітник, професор, ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна, e-mail: olgapv@krok.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9023-5265>

AXIOPSYCHOLOGY AND AXIOGENESIS OF PERSONALITY IN A CRISIS SOCIETY

Olga Petrunko¹

¹Doctor of Sciences (Psychology), Senior Research Fellow, Professorr of the Academic and Scientific Institute of Psychology, "KROK" University, Kyiv, Ukraine, e-mail: OlgaPV@krok.edu.ua, ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9023-5265>

Анотація. У статті проаналізовано сутність феноменів «аксіологія», «аксіопсихологія», «аксіогенез», «аксіпсихіка», «суб'єкт аксіогенезу» та деяких інших, а також існуючі зв'язки між цими феноменами у традиції сучасного аксіопсихологічного підходу. Автор спирається на традиційні уявлення про аксіологію як науку про особистісні цінності людини і разом з цим робить наголос на соціальній та суб'єктній природі цих цінностей та наголошує на міцному зв'язку цінностей із показниками суб'єктності учасників соціального буття. Суб'єктність розглядається як авторство власного життя, яке гарантується системними знаннями суб'єкта про природу і сутність інтелектуальних, духовних, моральних, естетичних та інших цінностей, і міцно пов'язане з традиціями суспільства. Суб'єкт аксіогенезу – як автор і носій суб'єктності – уособлює найважливіші цінності свого суспільства. У зв'язку з цим автор даної статті стверджує, що не існує цінностей та носіїв цих цінностей поза межами соціального діалогу і соціальної взаємодії. Систему цінностей суб'єкта розглянуто як продукт суспільного діалогу, який розуміється як обмін когніціями, емоціями та інтеракціями щодо ідеального, ефективного облаштування суспільства на засадах аксіопсихологічних принципів та аксіологічних практик. Суспільний діалог визначається як чи не єдиний інструмент, який може гарантувати надійність тих чи тих суспільних змін, особливо в часи суспільної кризи. Автор статті приділяє велику увагу одному з найважливіших учасників цього діалогу і найважливішому інструменту його висвітлення – засобам масової комунікації (масмедіа). При цьому висвітлюється питання не так про всемогутність масмедіа, як про ризики, які вони створюють. Йдеться про те, що в сучасних інформаційних суспільствах (медіасуспільствах) відбуваються процеси медіатизації моралі і цінностей, які зачіпають ціннісні структури свідомості практично всіх соціальних суб'єктів і суспільства в цілому. Показано, що роль масмедіа як головного актора суспільного буття в медіасуспільствах істотно посилюється в часи тривалої суспільної кризи. Автор статті посилається на відомі наукові концепції аксіогенезу та дані соціально-психологічних моніторинрів громадської думки, здійснених в Україні впродовж 2013-2023 рр. численними аналітичними інституціями, і показує, що зміни панівних цінностей в умовах тривалої соціальної кризи є неунікними. А відтак ним підтверджено тезу щодо аксіологічного повороту в системах цінностей суб'єктів суспільної кризи. Означається, що найризикованішим результатом цих змін є аксіопатична особистість – особистість, яка стала на хибний, деструктивний шлях власного аксіогенезу.

Ключові слова: аксіологія, аксіопсихологія, аксіогенез, аксіпсихіка, суб'єкт аксіогенезу, суб'єктність, цінності, суспільний діалог, медіасуспільство, медіатизація цінностей, суспільна криза, аксіоматична особистість.

Формули: 0, рис.: 0 табл.: 1, бібл: 13

Annotation. The article analyzes the essence of the phenomena "axiology", "axiopsychology", "axiogenesis", "axipsychics", "subject of axiogenesis" and some others, as well as the existing connections between these phenomena in the tradition of the modern axiopsychological approach. The author relies on traditional ideas about axiology as a science of personal values of a person and at the same time emphasizes the social and subjective nature of these values and emphasizes the strong connection of values with indicators of subjectivity of participants in social life. Subjectivity is considered as the authorship of one's own life, which is guaranteed by the subject's systematic knowledge of the nature

and essence of intellectual, spiritual, moral, aesthetic and other values, and is strongly connected with the traditions of society. The subject of axiogenesis – as the author and bearer of subjectivity – personifies the most important values of his society. In this regard, the author of this article claims that there are no values and carriers of these values outside the boundaries of social dialogue and social interaction. The value system of the subject is considered as a product of social dialogue, which is understood as an exchange of cognitions, emotions and interactions regarding the ideal, effective arrangement of society on the basis of axiological principles and axiological practices. Public dialogue is defined as almost the only tool that can guarantee the reliability of certain social changes, especially in times of social crisis. The author of the article pays great attention to one of the most important participants in this dialogue and the most important tool for its coverage - means of mass communication (mass media). At the same time, the question is highlighted not so much about the omnipotence of the mass media as about the risks they create. It is about the fact that in modern information societies (media societies) there are processes of mediatization of morality and values, which affect the value structures of consciousness of almost all social subjects and society as a whole. It is shown that the role of mass media as the main actor of social life in media societies is significantly strengthened in times of prolonged social crisis. The author of the article refers to the well-known scientific concepts of axiogenesis and the data of socio-psychological monitoring of public opinion carried out in Ukraine during 2013-2023 by numerous analytical institutions, and shows that changes in dominant values in conditions of a prolonged social crisis are inevitable. And therefore, it confirmed the thesis regarding the axiological turn in the value systems of the subjects of the social crisis. It turns out that the riskiest result of these changes is an axiopathic personality - a personality that has embarked on a false, destructive path of its own axiogenesis.

Key words: axiology, asiopsychology, axiogenesis, axiopsychics, subject of axiogenesis, subjectivity, values, public dialogue, media society, mediatization of values, social crisis, axiopathic personality.

Formulas: 0, fig.: 0, tabl.: 1, bibl.: 13

Постановка проблеми. Ціннісна сфера особистості є однією з найважливіших складових її психіки. Цінності відіграють ключову роль у структурі Я-концепції особистості, формуванні її поведінки, її ставлення до навколишнього світу, стилю взаємодії з іншими тощо. Тому дослідження цінностей є надзвичайно важливим і актуальним завданням наук про людину та її поведінку в індивідуальному і соціальному просторах буття.

Одною з найфокусованіших на цінностях сферою психології – як науки про психіку людини та її поведінку – є аксіопсихологія. Ідеї аксіопсихології мають корені в давньогрецькій філософії, а саме аксіології (від грец. *αξια* – цінність) – ученні про цінності, їх духовну, моральну, естетичну природу, їх зв'язок цінностей між собою та їх залежності від внутрішньо особистісних, соціальних, культурних та інших чинників, які зрештою визначають якість буття людини в світі (С.Б. Кримський) [1]. Еволюціонуючи разом з еволюцією людства, учення про цінності набувало нових форм і змістів, та при цьому дана знаннева система, яка нині означається як аксіопсихологія, не втрачає своєї актуальності. Аксіопсихологія – це теорія аксіогенезу особистості, предметом якої є природа, закономірності формування

й перебігу, чинники і механізми аксіогенезу.

До того, як індустріальна цивілізація перейшла в інформаційну, а нині вже й у постінформаційну (постмодерну, мережеву) добу розвитку, вважалось (і це підтверджувалось емпіричним буттям людини), що сформовані в дитинстві цінності є стійкими й неодмінними, які залишаються сталими впродовж усього життя індивіда. Це й була класична теорія аксіогенезу особистості. Проте на сучасному етапі суспільного розвитку і, відповідно, розвитку людства є всі підстави припускати, що аксіогенез і аксіопсихологія (як психологічна теорія аксіогенезу) набули істотних змін через нестабільність і кризу суспільного буття. І значну роль у цьому відіграли масмедіа. Масмедіа – як найважливіший нині посередник соціальних комунікацій – набули надзвичайно великого впливу на індивідуальних і колективних суб'єктів суспільного життя на всіх його етапах та в усіх його ситуаціях, як у часи відносно спокійного його буття, так і в часи серйозних суспільних і соціальних криз.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як показують результати наукових досліджень у царині соціальної, економічної, організаційної психології, психології особистості, медіапсихології

тощо, в останні два-три десятиліття помітно актуалізувалися питання: 1) про якість гуманітарного знання, в т.ч. і з питань устрою і функціонування сучасних інформаційних та постінформаційних (мережевих) суспільств [1; 4; 6; 10]; 2) про роль морально-ціннісних орієнтирів і чинників, які задають масмедіа і в руслі яких ці суспільства розвиваються, функціонують і взаємодіють з іншими суб'єктами суспільної відповідно, а отже про нові концепції ціннісних соціальних комунікацій у цих суспільствах [2; 3; 4; 5; 7; 8; 9]; 3) про роль і значення кризових обставин суспільного буття і те, як тривалі суспільні і соціальні кризи трансформують ціннісні основи суб'єкта і як вони назагал впливають на якість суспільних відносин, ставлень, взаємодій і т. ін. [4; 6; 10].

Означені вище напрямки соціально-психологічних досліджень існують неначе самі по собі, кожний у своїй науковій ніші, автономно – і все це разом не складається в єдину наукову картину світу оптимального соціального буття не тільки для пересічних громадян, а й для науковців.

Мета статті. Метою статті є вивчення аксіопсихології та аксіогенезу особистості в умовах соціальної кризи.

Виклад основного матеріалу дослідження. Нині в дискурс наук про людину та її поведінку активно включаються поняття «цінності», а разом із цим інші, які супроводжують розуміння цінностей. І в науковому сенсі найважливішими серед цих понять є **аксіологія, аксіопсихологія та аксіогенез**. Одне з найвідоміших і найбільш широких визначень аксіопсихології означає її як галузь психологічної науки, що вивчає ціннісно-смыслову сферу особистості, її особливості, структуру, механізми її функціонування і розвитку в онтогенезі. Отже йдеться про: 1) аксіологію як фундаментальну науку про цінності, що є основою аксіопсихології); 2) аксіопсихологію (як прикладну науку, яка вивчає цінності і їх формування в процесі розвитку особистості і її ціннісної сфери (в процесі аксіогенезу); 3) аксіогенез (як процес розвитку ціннісної сфери

індивідуального і колективного суб'єкта), що має свій достойний результат – суб'єкта, створеного і самоствореного на ціннісних засадах аксіопсихології та аксіогенезу [1; 2; 3; 5]. Згодом ці поняття дедалі більше стали екстраполоватися у значно ширший соціальний простір, і науковці почали розглядати аксіогенез не лише стосовно окремої особистості, а й будь-яких інших соціальних суб'єктів, ознакою яких є суб'єктність. Поза розумінням суб'єкта як автора власного життя і суб'єктності як базової якості суб'єкта діалоги на аксіологічну тематику безсмысленні. Наприклад, до колективних суб'єктів які є носіями цінностей, належать «живі» біопсихосоціальні системи, зокрема такі як культура та соціокультурні спільноти, політика та політичні організації, освіта та освітні системи, професійні спільноти тощо. А отже цілком коректно говорити про аксіопсихологію та аксіогенез культури, політики, освіти, соціокультурних спільнот і т. ін. І коли ми говоримо про аксіогенез як про онтологічне явище, то розглядаємо його і як індивідуальну історію поставання людини як суб'єкта власного життя, і як індивідуальну історію поставання колективного суб'єкта спільного соціального буття. Отже, за сучасного розуміння аксіогенез – це цілісний і послідовний процес розвитку ціннісно-смыслові сфери як індивідуального так і колективного суб'єкта, або навіть послідовний процес розвитку будь-якої біопсихосоціальної системи, наділеної відповідними біологічними, психічними, соціокультурними і духовно-трансцендентними можливостями [4; 5; 6].

Продуктом аксіогенезу суб'єкта є аксіопсихіка, або ціннісна свідомість, яка містить ряд складових: 1) мотиваційну (потреби, мотиви, інтереси, ідеали, загальну спрямованість діяльності і поведінки); 2) диспозиційну (перед диспозиції та диспозиції, соціальні установки, смисложиттєві та ціннісні орієнтації); 3) емоційно-ціннісну (переживання, морально-ціннісні колізії, життєві вибори в різних сферах

самовизначення і діяльності). Аксіопсихіка, або ціннісна свідомість оптимально регулює організмичну активність суб'єкта; його нормовідповідну поведінку в пізнавальній, трудовій та інших сферах, орієнтує на освоєння критеріїв істини, користі і справедливості; спрямовує на добродійність як умову спільної продуктивної діяльності, націлену на творче опанування дійсності за критеріями краси і справедливості, на спільні духовні практики та досягнення спільного блага [2].

Предметним ядром аксіопсихіки та загальнопсихологічним механізмом аксіогенезу суб'єкта є **діалог** як спосіб спілкування з іншими (індивідуальними і колективними) соціальними суб'єктами. Через діалог відбувається включення Іншого (як партнера, як авторитета, як взірця для саморозвитку, як зразка неналежного тощо) в духовний світ самого суб'єкта. Основними ціннісними конструктами, які в процесі діалогічної взаємодії фіксують і визначають якість взаємозв'язків і взаємоперетворень у смислових системах учасників, є: 1) ціннісно-смислове ставлення; 2) смислоутворювальний мотив; 3) диспозиції поведінки. Через діалог його учасники усвідомлюють не лише власну мотиваційно-ціннісну сутність, а й мотиваційно-ціннісну сутність інших суб'єктів. Результатом усвідомлення є трансформація особистісних смислів в увідповіднені з іншими ціннісні орієнтації, що і становить найвищий рівень ціннісно-диспозиційної саморегуляції поведінки [2; 3; 4; 5; 6; 8].

За даними теоретичних і прикладних досліджень, де проаналізовано процеси розвитку аксіологічної (ціннісної) свідомості особистості, базові ціннісні орієнтації суб'єкта ціннісної свідомості неодмінно сполучені з контекстом його буття і його життєдіяльності та оцінюються й ієрархізуються відповідно до його включення в суспільні відносини. Так основними цінностями індивідуального рівня буття людини є істина, справедливість, користь, добро, краса, благо (своє і інших) тощо, які досягаються

в пізнавальній та прикладній діяльності, а отже структура індивідуальної ціннісно-смислової свідомості особи уявляється як поєднання духовних практик; суспільно значущої творчості; соціального включення; організмичної, вітальної активності тощо (і це цінності які активно формує мікросоціум). Тож формування цінностей цього порядку переважно покладено на сім'ю і найближчі до дитини соціальні інститути (дитячий садок, школа, дитячі спільноти, організовані і контрольовані дорослими, тощо) [2; 3; 5].

Разом із цим при аналізі цінностей соціального рівня буття людини (рівня включення суб'єкта в соціальний діалог) на перший план виходять не лише ці, а й інші ціннісні маркери, і, відповідно до цих маркерів, інші актори, які активно нав'язують їм мезо- і макросоціум. А для цього одними з найефективніших соціально-психологічних маркерів і, відповідно, інструментів впливу є: 1) груповий соціальний тиск (тиск з боку відносно близького їм соціуму, тобто мезосоціуму); 2) масований тиск макросоціуму (тиск з боку віддаленого соціуму, і інструментом цього тиску є насамперед масмедіа). І в умовах масових соціальних комунікацій ціннісний контекст для суспільного діалогу задають не свідомі громадяни, а спеціальні засоби, що для цього створені, і насамперед – це масмедіа, бо саме масмедіа задають формати **вікон Овертона (вікон дискурсу)**, в межах яких можливе обговорення тих чи тих ідей і тем, ухвалених та прийнятих для дискусії з погляду правлячої еліти і ніби-то більшості населення в даний час [4; 6]. У межах цього дискурсу суб'єкти соціального тиску створюють для підпорядкованих їм об'єктів умови і пропозиції, які здатні свідомо прийняти і від яких здатні свідомо відмовитися лише тільки високо організовані особистості, яких ми означили як суб'єктів власного аксіогенезу.

Суб'єкт аксіогенезу в його ідеальному вимірі, як це представлено в наукових працях З.С. Крпенко, Г.К. Радчук, О.Л. Музики, О.М. Плюща та інших дослідників, є носієм трансцендентальних

соціокультурних духовних цінностей, ноуменальних (апріорних) визначень цих цінностей та феноменальних, атрибутивних їх репрезентацій. До перших належать різнотипні структури психічних інтенцій – потреби, мотиви, смисли, установки тощо, до других – такі прояви інтерсуб'єктних взаємодій, як моральні позиції, стилі життя, типи характеру і т. ін. Основну тенденцію поступального аксіогенезу в напрямку формування суб'єкта аксіопсихіки відображає **принцип інтегральної суб'єктності**, що виражає сходження людини до ціннісної свідомості через п'ять послідовних, еволюційно вмотивованих стадій: 1) стадія індивіда (або відносного суб'єкта); 2) стадія суб'єкта як учасника предметної діяльності (або моносуб'єкта); 3) стадія суб'єкта як учасника соціально розподіленої діяльності (або полісуб'єкта); 4) стадія суб'єкта суспільно корисної творчої діяльності (або метасуб'єкта); 5) стадія абсолютного суб'єкта, що став на шлях само актуалізації і уособлює в собі універсальні, загальнолюдські духовні цінності [2; 3; 5; 6].

Здатність людини поставати як особистість і суб'єкт та розвиватися і набувати абсолютної суб'єктності проявляється у висхідній самоактуалізаційній перспективі. Відносний суб'єкт перебуває у простому і легкому життєвому світі з організмичним типом активності, високою імовірністю стресу в разі появи критичної ситуації і спрямованістю на гедоністичне переживання; моносуб'єкт перебуває у простому і не надто важкому життєвому світі, що забезпечується психічною діяльністю, імовірністю фрустрації, спрямованістю на реалістичне переживання; полісуб'єкт перебуває у складному і легкому життєвому світі, який контролюється свідомістю, ймовірністю внутрішнього конфлікту при переживанні цінносного (тут – морального) змісту; метасуб'єкт перебуває у складному і важкому життєвому світі, що визначається особистою волею, імовірністю кризи в процесі творчого переживання [2; 4; 6].

Інакше кажучи, існує два типи бачення і кваліфікації Світу, в якому перебуває суб'єкт аксіогенезу: 1) цей Світ якісний (доцільний, активний, продуктивний); 2) цей Світ неякісний (недоцільний, кволий, непродуктивний).

Основними чинниками розгортання аксіологічних уявлень суб'єкта про світ і себе в цьому світі, як нині вже загально відомо, є його потреби і мотиваційні тенденції. За ієрархічними моделями потреб рівень функціонування відносного суб'єкта зумовлюють фізіологічні потреби, моносуб'єкта – потреба в безпеці, полісуб'єкта – потреба в прив'язаності, любові, приналежності до групи, метасуб'єкта – потреба в повазі і визнанні, абсолютного суб'єкта – потреба в духовному, в самоактуалізації. Реалізація духовних потреб суб'єкта пов'язана з його життєвими настановами і довірою до світу. За З.С. Карпенко, довіра, як базова духовна здатність моносуб'єкта, корелює з його схильністю до психофізіологічного симбіозу зі світом; віра, що з'являється на основі довіри у моносуб'єкта, пов'язана з егоцентризмом; надія, як здатність полісуб'єкта, відображає соціоцентричну його орієнтацію; любов є ознакою метасуб'єкта, здатного керуватися антропоцентристською настановою; щастя переживає абсолютний суб'єкт, реалізуючи свій космоцентризм [2].

Головною сутністю і кінцевим продуктом аксіогенезу суб'єкта (індивідуального і колективного) є цінності: 1) індивідуальні (сім'я і близьке соціальне оточення, в межах яких потенційна особистість формувалася; 2) соціальні (коли сім'я і суспільство сприймаються як єдиний соціально-психологічний організм, як система в системі, які функціонують в умовах спільного суспільного гіпертексту, у вікні Овертона (в наявному ціннісному дискурсі, де нинішнє і майбутнє нинішніх і прийдешніх поколінь обмежено рамками цього дискурсу. Цінності (індивідуальні і соціальні, реальні й ілюзорні, тривалі і тимчасові, сутнісні і декларовані тощо) лежать в основі суспільного дискурсу і

суспільного діалогу, і саме вони є предметом як егоїстичного інтересу маніпуляторів свідомості, так і предметом макросоціального інтересу реальних суб'єктів соціального буття, що опікуються національними інтересами країни, її суверенітетом, безпекою її кордонів, внутрішньою стабільністю і т. ін. [2; 6; 7; 8]. Не випадково тема цінностей завжди привертала увагу філософів, художників, лікарів, педагогів. Так у Древній Греції учень Аристотеля Теофраст написав трактат «Етичні характери». Мислителі XVI – XVIII ст.: Монтень («Досвіди», 1580), Ларошфуко («Сентенції і максими про мораль», 1665) та ін., і нині ця тема надійно закріплена в мові практично кожного народу і кожної соціокультурної спільноти [1].

Однак маємо визнати, що при цьому «поза дужками» залишаються проблеми того, що такі базові цінності, як свобода і толерантність, демократія і безпека, стабільність і прогрес, правда і кривда тощо, дуже мало, або й на рівні статистичної недостовірності чи й неможливості корелюють одна з одною (проблема мультиколінеарності в математичних вимірюваннях у психології віддавна відома психологам та соціологам, які досліджують соціальні явища). Тож ідеалізація цінностей створює й чимало проблем, особливо коли вона ставить під сумнів і навіть під загрозу фізичні параметри соціальних суб'єктів, в т.ч. безпеку держави, її суверенітет, цілісність території і кордонів тощо), а й їхні цінності, і все це можна емпірично констатувати. Часто загроза цінностям походить не від дій агресора, а від дій об'єкта агресії (його реагування на агресію, ставлення до ситуації агресії, вибору механізмів захисту тощо). Якщо застосовувані державою і суспільством методи захисту від гібридної агресії входять у конфронтацію з базовими цінностями суспільства і цінностями переважної більшості його членів, то завжди існуватиме ризик програти в компромісі, який постійно виникатиме. І відповідальність за це зазвичай покладається не так на державні

(урядові), як на недержавні (неурядові) інститути соціального впливу, які є одним з найважливіших чинників лобі-впливу, і на самих глядачів. Разом і цим неурядові демократичні інститути: 1) апріорі не є ідеальними; 2) вони не можуть самовдосконалюватися і самополіпшуватися – їх поліпшення залежить від широкого загалу (як це свого часу зауважував К. Поппер), і поліпшення демократичних інститутів – це насамперед проблема не цих інститутів, а проблема суспільства і кожного суб'єкта персонально. У нинішній ситуації питання політичного філософа буквально вивертається навиворіт: чи повинні сміливі й хоробрі люди гинути через те, що «джентльмени до таких вчинків не вдаються»? чи вони повинні докладати необхідних зусиль для протидії агресорові, навіть якщо результатом цього стає поведінка, яка за суттю мало відмінна від демонстрованої агресором.

Чимало дослідників працювали над емпіричною верифікацією різних концепцій цінностей і намагалися структурувати цінності, і в результаті багато з них дійшли висновку, що одною з базових ціннісних категорій є конструкт «індивідуалізм-колективізм» і однойменна вимірювальна шкала, яка відображає, наскільки сильно люди відчувають особисту індивідуальність та незалежність (на одному полюсі) та/чи відданість групі, груповий фаворитизм (на другому полюсі). Було запропоновано структурну теорію цінностей, яка включає шість категорій: традиції, влада, досягнення, стимулювання, безпека та самореалізація, а також проаналізовано, які цінності є найтипівішими для різних груп людей (вікових, соціальних, етнічних тощо). У результаті було аргументовано, що певні цінності можуть бути більш важливими для одних груп, ніж для інших.

Одним з емпіричних підходів до дослідження цінностей і ціннісної сфери суб'єкта є застосування тестів, які начебто дозволяють оцінювати різні показники цієї сфери. Одні тести вимірюють цінність позитивного самопочуття та оптимізму

суб'єкта у важких життєвих ситуаціях, інші – дають можливість визначити, наскільки людина здатна розпізнавати й усвідомлювати наявні в неї цінності та ними оперувати в повсякденній соціальній практиці. Є тести, які дають змогу визначати зміст і когнітивну складність ціннісної системи особистості, ступінь її зрілості і те, як усе це корелює з її соціальною поведінкою. Однак, слід зазначити, що більшість відомих тестів з діагностики цінностей, які переважно є опитувальниками, мають досить вузькі межі придатності і не надто відповідають критеріям валідності, надійності, об'єктивності й репрезентативності. Вони дають дослідникові можливість отримати переважно так звані Q-дані і, відповідно, реконструювати суб'єктивні уявлення респондентів про власні цінності та надати узагальнену і досить формальну інформацію про ці цінності, не враховуючи при цьому індивідуальних статусів респондентів та соціального контексту їх буття (згадаймо парадокс Лап'єра). Тому слід поєднувати тести з іншими методами дослідження: спостереженням, інтерв'ю, аналізом поведінки та життєвого досвіду людини та враховувати при цьому ідеї панівних напрямків психологічної науки – біхевіоризму, фрейдизму, когнітивізму, гуманістичної та трансперсональної психології, які центруються на різних аспектах бачення телеологічних зв'язків, в які буттєвісно включена людина [3; 4; 6; 8; 9; 10; 12].

Початок експериментальних досліджень цінностей було покладено Г. Олпортом в рамках відомої під його іменем теорії особистісних рис, які активно тривали у 30-х роках ХХ століття. Досліджуючи аттитюди, що було ключовою ідеєю емпіричних досліджень в експериментальній соціальній психології у першій третині ХХ століття, Г. Олпорт вивчав цінності як складаву аттитюдів, і в результаті ним було визнано, що цінності – це послідовні особисті припущення, які виходять з аттитюдів людини [9]. Далі було розроблено чимало різних теорій цінностей та визначено універсальні цінностей,

характерних для представників усіх культур, а також запропоновано чимало опитувальників, за якими можна робити емпіричні зрізи і отримувати більш чи менш точні уявлення про цінності.

Одне з найвідоміших досліджень цінностей було проведене М. Рокичем в 70-х роках ХХ століття у контексті вивчення авторитарного типу особистості (Rokeach, 1973). За М. Рокичем, людина має тисячі аттитюдів і щонайбільше кілька десятків цінностей, кожна з яких є стійкою і визначеною вірою. Як стверджує М. Рокич, на відміну від аттитюдів цінності є відносно сталими утвореннями, які визначають вірування людини та трансформують їх у дію та в поведінку. Цінностям притаманна «трансцендентальність» – якість, завдяки якій вони діють практично і послідовно і мало залежать від обставин, а якщо вони й зазнають змін, то ці зміни відбуваються дуже повільно – тижнями, місяцями або й роками. Цінності є загальними і є фундаментальними в організації пізнання, спонукань та поведінки, а також забезпечують реалізацію функції щодо ідентичності й поваги. Аналізуючи цінності, М.Рокич поділяв їх на інструментальні (цінності способів поведінки) та термінальні (цінності домагань, цілей, прагнень). Він описував також моральні цінності, які при трансгресії (порушенні) спричинюють почуття провини (такі, наприклад, як чесність, любов тощо); цінності компетентності (наприклад, розум, логічність, образність); цінності особистісних кінцевих цілей, що стосуються власних цілей (спасіння, душевний спокій); цінності соціальних кінцевих цілей, що стосуються цілей співтовариства особи, країни, людства (братерство, мир в усьому світі тощо). На основі аналізу праць М.Рокича і крос-культурних досліджень цінностей можна поділяти цінності на дві групи: 1) цінності індивідуалізму з низьким рівнем поваги до начальників та колективізм з високим рівнем такої поваги, а також визначив чотири головні виміри, за якими цінності змінюються від однієї культури до іншої:

вимір інтеграції (індивідуалістичний або колективний); вимір людяності (раціональна, або емоційна); 2) цінності моральної дисципліни (гедоністична, або старанна) та вимір конфуціанського динамізму праці, який стосується продуктивного (або непродуктивного) використання часу [10].

Нині ані серед відданих послідовників Г. Олпорта та М. Рокича, ані серед жорстких їх критиків мало тих, хто вважає, що «особистістю народжуються» і вживають словосполучення «особистість немовляти», або розглядає особистість – як формального носія загальнолюдських та індивідуальних (персональних) цінностей. А на порядку денному як стояло, так і стоїть нині питання про закономірності, умови, чинники, механізми тощо, за якими з немовляти постає зріла особистість, суб'єкт славного життя. Серед цих чинників в інформаційних суспільствах не можна не означити вплив засобів масової комунікації, або масмедіа. Як висловився свого часу видатний письменник, філософ, класик О. де Бальзак, соціальна зіпсованість набуває ознак і забарвлення того соціального середовища, де ця зіпсованість виникає і розвивається. І нині в розвиток цієї тези додамо, що важливу і неодмінну роль у формуванні змістів і масштабів «соціальної зіпсованості» відіграють масмедіа та створений ним медіаконтент. Масмедіа і створений ними медіаконтент здійснюють планові інформаційно-психологічні диверсії, а отже вони є інструментом систематичного психологічного впливу на свої цільові аудиторії та тим універсальним маркером, який оцінює ефективність цього впливу. Адже, як висловився свого часу відомий футуролог у сфері масових комунікацій М.Маклюєн, – Усе довкола – медіа! [7; 8].

Суб'єктам суспільного буття і простим його учасникам потрібні орієнтири чи бодай квазіорієнтири, які ті й ті сприймають як орієнтири. І, сприймаючи державну систему з її інститутами як певну єдину модель захисту цінностей суспільства, виникає питання стосовно того, що слід робити, коли виявляється, що

методи, застосовувані цією системою, не те що не захищають її власних цінностей, а й активно їх руйнують. Тобто система де-факто (і в кращому випадку) «не працює», тобто працює нерезультативно (м'який вплив), або працює на збитки суспільству (жорсткий вплив). Проблема в тому, що в поточних умовах ця логіка позбавлена сенсу: якщо державі не вдається забезпечити збереження цінностей і забезпечити безпеку своїх жителів, то в продуктивній медійній красі немає жодного сенсу. І реагувати на все це в рамках «нормальності», джентльменської поведінки та стандартних правил практично неможливо. Автор медіадискурсу спеціально використовує «сіру зону» ніби-то норм і правил, щоб реалізувати свою агресію якнайповніше і якнайефективніше. Для того, щоб відповісти на агресію й захистити свої цінності, держава змушена вдаватися до таких самих «сірих методів». На жаль, дуже часто ті методи, які має застосовувати держава для інформаційної безпеки і захисту цінностей суспільства, суперечать уявленням суспільства про державну систему, яка за ідеєю існує не для того, щоб створювати видимість краси бюрократичної конструкції та задовольняти абстрактні уявлення про те, як має виглядати гарна держава, а для захисту державних цінностей і національних інтересів [6; 12].

В інформаційних (медіатизованих) суспільствах створюються об'єктивні і суб'єктивні умови для порушення цілісності, «розмивання» фундаментальних норм і цінностей, які становлять ціннісні основи суспільної моралі та уявлень про світ на всіх рівнях існування цих суспільств як соціальних систем. Продукуючи множинні ціннісно-нормативні світи, масмедіа, з одного боку, закладають ідею тривіальності і необов'язковості цих світів, а отже ставлять під сумнів їх значення і доцільність, а з другого – створюють конкуренцію «усіх з усіма»: конкуренцію між уже сформованими й усталеними ціннісно-нормативним системами та конкуренцію кожної з них з новими,

альтернативними системами, що зрештою послаблює авторитет традиційних систем при тому, що авторитет нових систем є приголомшливим, хоч і сумнівним. На думку О.Т. Баришпольця, Л.А. Найдьонової, О.В. Петрунько, Б.В. Потятиника, П.Д. Фролова, множинність у сфері моралі, створюючи спектр думок і оцінок, знецінює мораль як таку, руйнує межі між моральним і аморальним, належним і неналежним. Мораль є найуразливішою до множинності сферою, де плюралізм морально-ціннісних смислів не означає демократичність, толерантність чи гуманізм, а означає руйнування ієрархії, хаос, вульгаризацію моральних цінностей. Світоглядно-ціннісний хаос, який зароджується в нетрях індивідуальних свідомостей з подачі впливових соціальних акторів (масмедіа), спричинюється як об'єктивними, так і суб'єктивними чинниками. А в результаті такого впливу відбувається хаос і створюється глобальна ситуація, за якої: 1) практично відсутня відповідальність масмедіа через надання їм права на майже цілковиту їх уседозволеність; 2) відсутній контроль за ними з боку суспільства і його недержавних лідерів; 3) слабшає і майже втрачає своє значення такий регулятор особистої та соціальної поведінки, як морально-ціннісні норми [7; 8; 11; 12].

Усім віддавна і досі відоме «Що за часи?! І що за безсоромність!?» тлумачиться саме так, як у часи В. Шекспіра. І ця одвічна сентенція означає не стільки визнання того, що суспільна мораль вочевидь занепадає і люди, а особливо молодь, стають дедалі аморальнішими, скільки природне занепокоєння даною проблемою осіб, відповідальних за виховання і соціалізацію прийдешніх поколінь (батьків, педагогів, суспільної еліти, вчених тощо). Отже, ідея про базові моральні цінності (Альфа й Омега) суспільного буття завжди становила і наразі становить його базис, який є дуже сталим і мало змінюється. З одного боку, вони – як моральні маркери, є досить сталими психологічними і соціокультурними утвореннями, а з іншого

– вони є чи не найуразливішим елементом соціальної системи в умовах масованого медійного впливу. Тож не випадково питання щодо впливу мас-медіа на світоглядні й морально-ціннісні настанови дорослих і дитячих медіааудиторій так часто постають предметом наукових і громадських дискусій [7; 8; 12].

За даними численних локальних і масових опитувань учнівської молоді, які здійснювалися на початку нового тисячоліття, дві третини респондентів підліткового віку мали досвід аморальних вчинків з боку інших людей, а майже кожний другий з них були переконані, що в суспільстві «замовляють музику» кримінал і мафія, і це цілком є очевидним світоглядним ефектом медіавпливу. Станом на 2020-2021 рр. чимало старшокласників і студентів характеризували сьогодення як часи злодіїв (35,5%), часи жебраків (33,3%), часи політиканів (25,9%), часи бюрократів (24,4%), часи споживачів та пристосуванців (23,8%) тощо. Отже, в свідомості учнівства сформовано негативні ціннісні уявлення про світ, ініційовані не так їхніми батьками чи вчителями, як масмедіа. З цієї ж причини зростає й кількість випадків скоєння насильницьких дій неповнолітніми, нехтування ними усталених у суспільстві норм і цінностей, заперечення цінності моралі, ідеології, освіти, інтелекту, поваги до праці і людей праці тощо. За даними моніторингових досліджень, майже кожний третій представник вітчизняної учнівської молоді (школярів старших класів, учнів ПТНЗ, студентів) переконаний, що найдієвішими регуляторами стосунків між людьми є сила, влада і гроші, а кожний третій вважає, що цілком можна прожити без дітей, кохання і т. ін. Причому найчастіше мас-медіа ініціюють певні проблеми (духовні, моральні, статеві та ін.), активно їх поширюють, а потім презентують їх як проблеми суспільства. Емпірично досліджено і уявлення молоді про такі цінності, як свобода та ступені свободи. Зростання ступенів свободи, характерне для медіасуспільства і посилене завдяки втручанням медіа, з

одного боку, створює умови для формування зрілої особистості, орієнтованої на універсальні етичні принципи і власне сумління, а з другого – детермінує появу нової особистості, чие життєве завдання полягає не у творенні своєї ідентичності, а в уникненні фіксованих місця, соціальної позиції (ролі), відповідальності, фіксованого часопростору і т.п., тобто особистості маргінальної, такого собі маргінального туриста, гравця, який уникає сталих прихильностей, спеціалізацій, зобов'язань і відповідальності за все це і для якого не існує соціальних норм і приписів. [2; 3; 7; 8; 11; 12].

Одною з ознак деструктивних змін у сфері моралі є санкціонування й узвичаєння множинної моралі, тобто визнання щонайменше двох (некомплементарних, тобто не відповідних одна одній та суперечливих, таких, що в принципі виключають одна одну) моральних систем: першої – «моралі для себе» (або егоїстичної моралі), не завжди належної, але практично придатної й доцільної; другої – «моралі для інших» (належної, схвалюваної соціальним оточенням, але мало придатної для практичного вжитку). Прихована у глибинах особистості «мораль для себе» часто залишається «чорною скринькою», а експлікована назовні «мораль для інших» часто виявляється як «неживі» ментальні конструкти, тобто як «мораль без моралі», яка майже не перетинається з реальним соціальним досвідом її носіїв і не виконує своєї функції з регуляції соціальної поведінки [2].

Подвійність моралі створює об'єктивний конфлікт цінностей і загрозу накопичення дистресового досвіду на всіх рівнях соціальної системи. Неможливість розв'язати цей конфлікт спричинює «відмову від моралі», або відтворення чогось середнього між багатьма наявними. І найскоріше люди як члени суспільства оберуть шлях узалежнення материнського типу, що об'єднує їх за спільними емоціями й почуттями у невеликі соціальні групи, кожна з яких має «свою» мораль. Подвійна мораль вноормує й ставлення до агресії і

насильства: вони начебто не схвалюються, але реально застосовуються (у т.ч. і в практиці виховання дітей) і при цьому подаються як доцільні та обмежені лише віковими і статусними нормами (з досягненням повноліття індивід має моральне право лихословити, бути агресивним, застосовувати фізичне насильство щодо власної сім'ї, в т.ч. дітей, вживати заборонені речовини, купувати зброю тощо) [2; 3; 7; 8; 10; 11; 12].

Множинність і омасовлення моралі є важливою ознакою деструктивних змін у сфері індивідуальної і колективної свідомості. Мораль медіасуспільства як суспільства масової культури проростає на ґрунті створеного медіа мас-культурного дискурсу і ґрунтується на розтиражованих і прийнятих більшістю нормам і цінностях. Феномен розмивання моральних норм і цінностей та відхилення їх від норми до критичної її межі, коли соціальна ситуація вже не є нормою і ще не є патологією, Е.Дюркгейм описав як аномію. Аномія означає брак надійних ментальних, у т.ч. й моральних опорних конструктів та чітких і прийнятних для критичної більшості керівних інструкцій. За Е.Дюркгеймом, суспільна аномія як нормальний перманентний стан індустріального суспільства передається у спадок постіндустріальному, інформаційному суспільству, де існують об'єктивні умови для поглиблення і поширення цього стану аж до соціальної дезорганізації й хаосу. Це виявляється на всіх рівнях соціальної системи як втрата орієнтирів, неадекватне реагування на соціальні зміни, слабка соціальна згуртованість, відчуження, руйнування соціальних зв'язків і т. ін. [13].

За переконанням багатьох дослідників медіа і медіасередовища, створена екранними медіа «культура медіаіндустрії» (власне, «медіаіндустрія масової культури», масовий «техноарт») активно і навіть агресивно визначає стиль мислення і характер буття споживачів медіа, їх мовний сленг («ново мову»), зовнішній вигляд, манери поведінки, поведінку тощо. Позбавлена глибокого змісту, естетичного смаку й художньої

цінності «культура медіа індустрії» помалу руйнує культурний дискурс суспільства, вихолощує з нього такі поняття, як драматизм життя, гармонія, етика, естетика тощо, руйнує традиції, утворює пріоритет вульгарно-матеріального над інтелектуальним та моральним. Екранна культура – як взірць масової культури є справжньою «м'ясорубкою» індивідуального і соціокультурного дискурсу. Не в останню чергу під впливом медіадискурсу виникає і формується новий психологічний феномен, відомий у загальній, диференціальній та клінічній психології як безпорадність (медіабезпорадність), тобто ресурсна дезорієнтованість людини у віртуальному світі – альтернативній реальності, де стикаються продукований масмедіа віртуальний світ та реальний життєвий світ особистості і відбуваються процеси медіатизації свідомості і медіатизації моралі, що є серйозною ознакою суспільної кризи, в результаті якої формується так звана аксіоматична особистість – особистість з нерозвиненими чи викривленими цінностями, яка свідомо чи несвідомо стала на хибний, деструктивний шлях власного аксіогенезу [2; 7; 8; 11].

Медіатизація свідомості (як кризовий стан суспільства неекономічного, неполітичного невоєного характеру) активно резонує з будь-якими іншими суспільними кризами та істотно їх посилює. В умовах суспільних криз економічного, політичного, воєнного характеру масмедіа отримують особливе непохитне право на першість у висвітленні кризи і кризових подій, а їх вплив на свідомість масових аудиторій, у тому числі на морально-ціннісні настанови, істотно зростає. І хоч традиційно дослідники морально-ціннісних феноменів вважають, що ці феномени є досить ригідними, адинамічними і мало чутливими до впливу зовнішніх чинників (навіть таких, як соціальний тиск, драматичні життєві події, війна тощо), однак є чимало емпірично доведених фактів, які свідчать про протилежне. У

зв'язку з цим, наприклад, доцільно пригадати вже згадуваний нами поділ цінностей на реальні («для себе») та декларовані («для інших») або, інший приклад, цінності термінальні та інструментальні. Очевидно, що різні типи цінностей мають різну динаміку і різний діапазон змін. Візьмемо за приклад динаміку ціннісного ставлення до відомих усім подій на Майдані під час помаранчевої революції, стосовно яких проводилося багато різноманітних моніторингових різними дослідницькими агенціями та інститутами як до війни, так і вже під час війни. Наведемо кілька фрагментів:

Чи підтримуєте Ви Євромайдан? (опитування проведене в грудні 2013 р. компанією Research & Branding Group): так – 49%; ні – 45%; не визначились із відповіддю – 6%.

Чи підтримали би ви зараз події Революції Гідності? (опитування проведене в січні 2021 р. компанією «Active Group»): так – 39,6%; ні – 41,2%; не визначились із відповіддю на запитання – 19,2%.

За результатами дослідження, здійсненого компанією «Active Group» за допомогою онлайн-панелі «SunFlower Sociology», станом на 25 лютого 2023 р. відповіді респондентів на запитання «**Чим, на Вашу думку, були події, які отримала назву Революція Гідності?**» розподілилися наступним чином (у порівнянні з попереднім роком):

- 1) боротьбою громадян за власні права (лютий 2022 р. – 44,8%; лютий 2023 р. – 68,5%);
- 2) стихійним протестом населення (лютий 2022 р. – 8,8%; лютий 2023 р. – 18,2%);
- 3) боротьбою еліт за владу (лютий 2022 р. – 20,0%; лютий 2023 р. – 19,0%);
- 4) державним переворотом населення (лютий 2022 р. – 16,1%; лютий 2023 р. – 13,7%);
- 5) інша думка, важко сказати (лютий 2022 р. – 10,3%; лютий 2023 р. – 20,0%).

**Таблиця 1. Результати опитування респондентів на питання:
 «Чим, на Вашу думку, був Євромайдан?»**

та «Чим, на вашу думку, була Революція Гідності, яка відбулась 2014 року?»

Чим, на Вашу думку, був Євромайдан? (станом на питування жовтень 2014 р., Фонд «Демократичні ініціативи імені Ілька Кучеріва»)		Чим, на вашу думку, була Революція Гідності, яка відбулась 2014 року? (січень 2021 р., компанія «Active Group»)			
Державним переворотом, здійсненим за підтримки Заходу	15,5	31,2	Державним переворотом	21,2	35,9
Державним переворотом, що був підготовлений політичною опозицією	15,7		Боротьбою еліт за владу	14,7	
Стихійним протестом населення	17,2	37,9	Стихійним протестом населення	20,6	11,3
Усвідомленою боротьбою громадян, що об'єдналися на захист своїх прав	37,9		Боротьбою громадян за свої права	32,3	
ВАЖКО СКАЗАТИ	13,8		ВАЖКО СКАЗАТИ	11,3	

Таким чином, ставлення населення України до події на Майдані залишаються досить сталими, а отже Революція гідності є для нього сакральною національною цінністю, яка не змінилася за часи війни.

Ще один приклад – ставлення молоді до майбутнього як до цінності. Опитування студентів на тему «Уявлення про власне майбутнє», яке було проведене навесні 2022 р., тобто в перші місяці військової операції в Україні (у ньому взяли участь понад 200 студентів КНУ імені Тараса Шевченка та Університету економіки і права КРОК, м. Київ), виявило досить суперечливі факти. Наприклад, з одного боку, 87% опитаних студентів впевнені в тому (відповіді: «однозначно згоден», «скоріше згоден»), що «більшість громадян вірять у світле майбутнє України». Однак, з іншого боку, – 29% опитаних вважають, що їхні уявлення про майбутнє України не збігаються з уявленнями цієї більшості. Така тенденція виявляється і при зіставленні відповідей на ряд інших подібних запитань, у тому числі і щодо нинішньої війни та віри населення країни в швидку перемогу у війні (риторика «Захід нам допоможе», «весь світ з нами» і т. ін. змінюється на риторику з приводу того, що «Захід втомився від України і війни»). Та оскільки віра в перемогу неодмінно має бути присутня в медійному дискурсі і навіть є примусово обов'язковою, то чимало публічних (медійних) осіб усіяло її демонструють Хіба що інколи, час від часу

окремі з них припускаються таз званих «обмовок за Фрейдом» (наприклад, автоматично озвучують гіпотезу «а якщо ми програємо в цій війні...»), однак швидко виправляються, виправдовуються і пояснюють, що вони не це мали на увазі, адже кожний з них усвідомлює, що за такі обмовки вони отримають «батогів» (їх відсторонять від ефіру або покарають в інший, можливо й значно жорстокіший спосіб).

Нинішня кризова ситуація, спричинена війною, є досить показовою і дає чимало матеріалу для роздумів про цінності. Створений не в останню чергу засобами масмедіа та медіатехнологій суспільний дискурс і відповідне вікно Овертона настільки безмежні («лікарі без кордонів», «репортери без кордонів», «громадянське суспільство» тощо), що кожний може «вичіпити» з нього все що завгодно і так чи так пояснювати свою поведінку! Вже і не йдеться про «ігри без правил», бо для будь-яких ігр та ігроків знайдуться «підходящі» правила!

Очевидно, що одна й та сама спільна для всіх ситуація, в тому числі суспільна криза чи війна, неоднаково сприймається і переживається різними людьми, а отже й неоднаково на них позначається. Різні люди – як носії термінальних та інструментальних цінностей, як цінностей реальних («для себе») та декларованих («для соціуму») – неоднаково адаптуються в кризовій ситуації, особливо в ситуації

тривалої кризи. Наведемо спостереження, яке ілюструє питання про цінності в ситуації воєнної кризи та поведінку людей у кризовій ситуації, – спостереження за вимушено переміщеними особами (переселенцями. біженцями. «перебіженцями» тощо) і тим, як це позначається на цінностях їхніх носіїв. Ідеться про випробовування наявних цінностей, їх адаптацію до нових умов буття, погодження власних цінностей з цінностями інших, вироблення нових цінностей у відповідь на проблеми, що у переміщених осіб неодмінно виникають.

Перша проблема: очікування, що «світ і нове оточення їм усіляко «зобов'язані», що позначається на поведінці і поводженні біженців у приймаючих країнах. Незадоволені тим чи іншим біженці зверхньо спілкуються з місцевими жителями, псують майно господарів, які їх прихистили, скаржаться на неоперативність місцевих органів влади у наданні їм допомоги тощо. У тематичних групах, створених самими біженцями, що виїхали за кордон, активно обговорюються ці питання і виказується розчарування через незбіг очікуваного і отриманого і про те, де може бути краще, щоб туди переїхати. Не випадково з'явився новий термін – «перебіженці» (люди, які змінюють країну свого «біженства», бо до них надійшла інформація, що десь є там краще, і нічого не треба робити – головне туди перебраться. Позитивний результат цього – випробовування на міцність наявних цінностей.

Друга проблема – пережитий «культурний (культурно-ціннісний) шок» через нові обставини життя та труднощі, з якими довелося зіштовхнутися (незнання місцевої мови, необхідність освоювати нові правила співбуття з місцевими мешканцями, нові комунікації, нові форми поведінки тощо). Позитивний результат цього – адаптація до нових соціокультурних умов буття, навчання і самонавчання, розвиток і саморозвиток, освоєння нової мови, опанування нових законів а правил соціальної взаємодії, інтеграція в новий соціум, вироблення та

прийняття нових цінностей. Тож у цьому разі криза стає фундаментом для самоперетворення, масштаб яких корелює з оцінкою масштабу самої кризи.

Третя проблема – ціннісне самовизначення, ціннісний вибір, пошук відповіді на запитання, куди, в якому напрямку «тікати» від кризи: «тікати» якнайдалі від неї, «тікати» назустріч їй, чи намагатися розпізнати й усвідомити її, навчитися жити разом з нею і зрештою – повернення додому («бо я патріот своєї країни, бо, як кажуть: де народився – там і знадобився, бо мій дім тут і т. д.). Тут є небезпечний «підводний камінь»: погані люди можуть поставити тобі різні запитання: а чи не колаборант ти часом? а чи ти не «ждун» (нове слово, яке під час війни вигадали «злі» блогери)? На кого чекаєш – зізнавайся! Тож виходить, що найнебезпечніше тим, хто повертається додому. Позитивний результат цього – зміцнення і загартовування цінностей. Негативний результат – формування стокгольмського синдрому, про який зараз, в часи, коли чимало людей почувуються жертвами тривалої агресії, часто згадують, та комплексу (синдрому) вивченої безпорадності (коли багато хто відчувається загнаним у глухий кут і будь-які спроби вибратися звідти – безуспішні).

Стокгольмський синдром – це несвідомий психологічний захисний стан, який характеризується прив'язаністю жертви до насильника, і саме таке розуміння робить цей відомий у психології феномен досить широко вживаним для широкого спектру ситуацій, де є жертва і агресор, які взаємодіють тривалий час. При цьому формується неусвідомлений травмівний зв'язок між жертвою й агресором, що має для жертви захисний характер. Класичний приклад формування цього синдрому описано шведським психіатром-криміналістом Н. Бейрутом, відомим своїми дослідженнями наркотичної залежності, – це приклад захоплення, викрадення людини (людей) і/або застосування при цьому погрози та насильства. Під впливом сильного переживання заручник починає

виправдовувати дії насильника і зрештою ототожнює себе з ним, переймає окремі його ідеї, виправдовує його цілі і вважає, що в того не було іншого виходу, ніж полонити заручника чи заручників тощо. Розвиток цього синдрому відбувається в чотири послідовних стадії; 1) стадія нерозуміння і неприйняття реальних подій (жертва психологічно паралізована, фактично знерухожена, позбавлена будь-яких комунікацій і пояснень, вона шокована, не розуміє, чому і як це все сталося, а при цьому її занурюють в декларативну комунікацію, психологічно і фізично тиснуть на неї і навіть завдають фізичного болю, при цьому вона не отримує їжі, води та випорожнюється під себе); 2) стадія упокорення, прийняття неunikності реальних подій; 3) стадія дресури (тут з'являється рятівник-дресувальник, а відтак її б'ють трохи рідше і виключно тоді, коли вона не слухається дресувальника і не сприймає його як господаря ситуації); 4) стадія ідентифікації з агресором (жертва готова служити дресувальнику в обмін на отримання винагороди і зменшення своїх страждань, а також виправдовує всі його дії і навіть приписує йому позитивні якості і наміри).

Стокгольмський синдром не є психологічним парадоксом чи ознакою розладу нормального (з позиції статистичної психологічної норми) реагування і функціонування людини в ситуаціях, коли вона не здатна вплинути на ту чи ту психотравмівну подію і усвідомлює цю нездатність. Це нормальна реакція здорової людини на ненормальну, насильницьку ситуацію життя, в яке вона занурена попри її власну волю. Одним з виявів цього синдрому є стокгольмський синдром покупця, що виявляється як раціоналізація після небажаної покупки, коли покупець дорогого продукту чи послуги після здійснення покупки шукає раціональні аргументи і переконує себе, що покупка того вартувала.

Комплекс (синдром) вивченої безпорадності (англ. *learned helplessness*) відкрив і описав у 1967 р. М. Селігман. Це

набута або завчена безпорадність, а саме – негативний стан людини або тварини, коли вона не робить жодних спроб для поліпшення цього стану (не намагається уникнути негативних стимулів або отримати позитивні), хоча й мала б таку можливість за умови вияву активності. Зазвичай цей реактивний стан з'являється після кількох невдалих спроб вплинути на негативні обставини середовища (або уникнути їх) і характеризується пасивністю, відмовою від дії, небажанням змінювати несприятливе або й вороже середовище чи уникати його, навіть тоді, коли така можливість з'являється. Вивчена безпорадність у людей супроводжується втратою почуття свободи і контролю, зневірою в собі та в своїх можливостях щось змінити, пригніченістю, депресією тощо. Одним з виявів цього синдрому є вже згадувана нами медіабезпорадність, тобто цілковита ресурсна дезорієнтованість у віртуальному світі, створеному масмедіа. В умовах суспільної кризи, коли більшість фізичних, інтелектуальних, духовних та інших ресурсів людини зосереджена переважно на питаннях виживання, а сама вона відчувається безпорадною і не здатною якось впливати на ситуацію, масмедіа набувають особливо великого впливу на неї і її свідомість – людина безпорадна перед масмедіа [7; 8; 11].

Психологічний аналіз життєвих стратегій людей у складних життєвих обставинах передбачає необхідність виділення ряду параметрів, які, по-перше, суттєво впливали б на продуктивність реалізації сенсу життя, а по-друге, закономірним чином залежали б від психологічних особливостей особистості як стратега власного життя. Нагадаємо, що будь-яке емпіричне дослідження базується на розумінні стратегії життя як характерного для особистості способу структурної організації індивідуальної життєдіяльності. При такому підході диференціальні характеристики стратегії життя необхідно ототожнювати, насамперед, з тим, як структуровані, співорганізовані та скоординовані доступні для особистості види діяльності в

її повсякденному житті. Якщо говорити про оптимальність життєвої стратегії, то її слід пов'язувати з тим, наскільки склалася, специфічна для даної особистості структура діяльностей сприяє продуктивному здійсненню сенсу життя, сприяє підтримці високого рівня осмисленості і задоволеності життям, дозволяє уникати смисложиттєвих та інших криз.

Параметри оцінювання структури життєвих ситуацій у складі життєдіяльності людини:

1. Широта-вузькість репертуару діяльностей, опосередковують реалізацію сенсу життя і включених до операціонального складу життєдіяльності. Велика кількість і різноманітність освоєних видів діяльності дозволяє особистості будувати з них різні стратегічні комбінації, збільшує число «ступенів свободи» при прокладці динамічних маршрутів реалізації сенсу життя, підвищує можливості «лавірування» і «маневрування» в потоці життєвих обставин. Тому з розширенням діяльнісного репертуару індивідуальна стратегія життя стає більш гнучкою, багатоваріантною і, як наслідок, більш ефективною.

2. Ієрархічність-гетерархічність репертуару життєвих діяльностей, що роблять можливою реалізацію сенсу життя «тут і тепер». Цей стратегічний параметр характеризує ступінь диференціації видів діяльності з їх операціональному глузду, інструментальної значущості, прагматичної корисності. При вираженій ієрархізації на одні види діяльності припадає високе навантаження з реалізації смисложиттєвих цінностей особистості, а інші діяльності мало пов'язаними з вирішенням цієї задачі. При вираженій гетерархії всі види діяльності, інтегровані в структурі життєдіяльності суб'єкта, є однопорядковими і майже рівноцінними з погляду внеску в практичну реалізацію сенсу життя на даному етапі буття.

3. Усвідомленість-неусвідомленість репертуару та інструментального значення діяльностей, включених в процес реалізації

сенсу життя. В одному з наших досліджень було показано, що операціональні життєвий сенс діяльності може існувати на різних рівнях усвідомлення. У прямому самозвіті він може «вислизати» або «заглушатись» поверхневими оцінними характеристиками, наприклад, соціальної желательністю або тимчасовою затратністю діяльності. Більш глибоке і точне усвідомлення досягається шляхом розгорнутої рефлексії інструментальних відносин між смисложиттєвими цінностями і різними видами діяльності, що склалися в практиці повсякденного життя. Усвідомленість операціонального сенсу сприяє раціональному, прагматичному використанню відповідної діяльності як засоби здійснення сенсу життя та побудови гармонійної й несуперечливої композиції діяльностей, які входять в доступний для особистості репертуар.

4. Структурованість репертуару діяльностей, що відображає ступінь організованості і впорядкування структури, її здатність до виживання і розвитку і є показником ступеня досконалості стратегій життя та їх функціональної спроможності. Структурованість виявляється у з'єднанні різних діяльностей, коли це з'єднання виявляється в успішній взаємодії соціальних суб'єктів і створює синергетичний ефект у спільному пошуку істини і сенсу життя. Іншим проявом структурованості виступає просторово-тимчасове розділення, ізоляція таких видів діяльності, які інтерферують між собою, перешкоджають один одному [5].

Принципово важливим моментом є й те, що кожен з виділених параметрів може мати різну міру виразності, допускає широку мінливість. Завдяки своїй континуальності та варіативності ці параметри цілком придатні для розрізнення загального, особливого і одиничного в індивідуальних стратегіях життя. Це переводить їх у розряд конкретно-психологічних змінних, що підлягають операціоналізації і квантифікації звичними для психології дослідними методами [2; 5].

Висновки.

1. Аналіз фахових джерел, де висвітлюються питання аксіогенезу (як онтогенетичної еволюції ціннісно-смыслові сфери суб'єкта), аксіопсихології (як теорії етногенезу) та даних численних емпіричних досліджень дають підстави стверджувати, що цінності мають очевидну суб'єктнісну природу. Вони є ознакою особистості, яка стала на шлях розвитку власної суб'єктності. Суб'єктність є важливою ознакою морально-ціннісної зрілості особистості як автора власного життя. Не існує суб'єктності поза її зв'язком з системою цінностей так само, як того й іншого не існує поза межами соціальної взаємодії та соціального діалогу.

2. Соціальний діалог – як умова формування цінностей – розуміється як обмін когніціями, емоціями та інтеракціями щодо ідеального, «правильного» облаштування суспільства на засадах аксіопсихологічних принципів та аксіологічних практик. Соціальний діалог – це чи не єдиний інструмент, який, з одного боку, ініціює, формує і формулює цінності, а з другого боку – це інструмент соціального контролю, здатний гарантувати надійність тих чи тих особистісних, соціальних і суспільних змін на ціннісних засадах.

3. У сучасних інформаційних суспільствах (медіасуспільствах) одним найголовнішим актором суспільного буття є масмедіа, які формують порядок денний, задають тематику для обговорення, в тому числі і морально-ціннісні орієнтири, та формулюють напрямки для їх обговорення, а отже вони істотно впливають на свідомість своїх аудиторій і суспільства в цілому. Масмедіа здатні впливати на перебіг суспільних криз («ослаблювати» чи «посилювати» за допомогою менеджменту новин та інших медіатехнологій). У результаті під їх впливом відбуваються процеси медіатизації свідомості, моралі і цінностей, які зачіпають ціннісні структури свідомості практично всіх соціальних суб'єктів і суспільства в цілому.

4. Зміни цінностей в умовах соціальних криз є неунікними, а в медіасуспільствах це підтверджується особливо виразно. Чим тривалішою є суспільна криза, тим очевиднішим є трансформація, в тому числі й різноманітні деформації ціннісних систем індивідуальних і колективних соціальних суб'єктів, а отже підтверджується відома в аксіопсихології теза щодо аксіологічного повороту в системах цінностей суб'єктів кризи. Логіка і динаміка змін наразі не є вичерпно дослідженою, однак можна впевнено говорити про найризикованіший їх наслідок – формування аномійної, аксіопатичної особистості, що стала на хибний, деструктивний шлях власного аксіогенезу, і насамперед через брак конструктивного соціального діалогу.

Перспективою подальших досліджень є вивчення специфіки ціннісних систем різних груп населення України в різних ситуаціях соціального буття, у тому числі і в умовах тривалої суспільної кризи.

Література:

1. Кримський С.Б. Практично-духовне освоєння світу. Філософський енциклопедичний словник. Київ : Інститут філософії імені Григорія Сковороди НАН України : Абрис, 2002. 742 с.
2. Карпенко З.С. Аксіологічна психологія особистості. Монографія. Івано-Франківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника», 2018. 720 с.
3. Радчук Г.К. Аксіопсихологія вищої школи. Монографія. Тернопіль: ТНПУ ім. В. Гнатюка, 2014. 380 с.
4. Петрунько, О.В. & Плющ, О.М. (2021). Перспективи застосування екологічного підходу в сучасних психологічних дослідженнях. *Вчені записки Університету «КРОК»*, 4 (64), 205-216.
5. Музика О.Л. Аксіогенез особистості і розвиток обдарованості: теоретична модель і підходи до дослідження // *Актуальні проблеми психології*. Психологія обдарованості, 14 (6). С. 60-76.
6. Плющ О.М. Соціально-психологічні механізми інформаційного впливу в постіндустріальному суспільстві : дис. ... доктора психолог. наук : 19.00.05. Київ : Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, 2018. 400 с.
7. Медіа-культура особистості: соціально-психологічний підхід: навчальний посібник / за ред. Л.А. Найдюнової, О.Т. Баришпольця. К.: Міленіум, 2010.
8. Петрунько О.В. Діти і медіа: соціалізація дитини в агресивному медіасередовищі. Ніжин, 2011. 480 с.
9. Allport G.W. Mental health: a generic attitude. 1964. № 4. P. 7-21.

10. Rokeach M. Beliefs, Attitudes and Values. San Francisko, 1972. 214 p.
11. Потятиник Б., Лозинський М. Патогенний текст. Львів: Місіонер, 1996. 296 с
12. Інформаційний вплив: теорія і практика прогнозування / за ред. П.Д. Фролова; Національна акад. пед. наук України, Ін-т соц. та політ. психології. К.: Міленіум, 2011. 304 с.
13. Durkheim É. La educación moral. Print Book, Spanish, 2002. 296 p.

References:

1. Krymskyi S.B. Praktychno-dukhovne osvoinnia svitu // Filosofskyi entsyklopedychnyi slovnyk. Kyiv : Instytut filosofii imeni Hryhoriia Skovorody NAN Ukrainy : Abris, 2002. 742 s.
2. Karpenko Z.S. Aksiolohichna psykholohiia osobystosti. Monohrafiia. Ivano-Frankivsk: DVNZ «Prykarpatskyi natsionalnyi universytet imeni Vasylia Stefanyka», 2018. 720 s.
3. Radchuk H.K. Aksiopsykholohiia vyshchoi shkoly. Monohrafiia. Ternopil: TNPU im. V. Hnatiuka, 2014. 380 s.
4. Petrunko, O.V. & Pliushch, O.M. Perspektyvy zastosuvannia ekolohichnoho pidkhodu v suchasnykh psykholohichnykh doslidzhenniakh. Vcheni zapysky Universytetu «KROK». 2021. № 4 (64). S. 205-216.
5. Muzyka O.L. Aksiogenez osobystosti i rozvytok obdarovanosti: teoretychna model i pidkhody do doslidzhennia. Aktualni problemy psykholohii. Psykholohiia obdarovanosti. 2018. T. VI. Vyp. 14. S. 60-76.
6. Pliushch O.M. Sotsialno-psykholohichni mekhanizmy informatsiinoho vplyvu v postindustrialnomu suspilstvi : dys. ... doktora psykholoh. nauk : 19.00.05. Kyiv : Instytut sotsialnoi ta politychnoi psykholohii NAPN Ukrainy, 2018. 400 s.
7. Media-kultura osobystosti: sotsialno-psykholohichni pidkhid: navchalnyi posibnyk /za red. L.A. Naidonovoi, O.T. Baryshpoltsia. K.: Milenium, 2010.
8. Petrunko O.V. Dity i media: sotsializatsiia dytyny v ahresyvnomu mediaseredovyshchi. Nizhyn, 2011. 480 s.
9. Allport G.W. Mental health: a generic attitude. 1964. № 4. P. 7-21.
10. Rokeach M. Beliefs, Attitudes and Values. San Francisko, 1972. 214 p.
11. Potiatynyk B., Lozynskyi M. Patohennyi tekst. Lviv: Misioner, 1996. 296 s.
12. Informatsiinyi vplyv: teoriia i praktyka prohnozuvannia / za red. P.D. Frolova; Natsionalna akad. ped. nauk Ukrainy, In-t sots. ta polit. psykholohii. K.: Milenium, 2011. 304 s.
13. Durkheim É. La educación moral. Print Book, Spanish, 2002. 296 p.