Послідовники біхевіоризму найчастіше розглядають об'єкти власності, як те, що може спонукати людину до дії чи навпаки її загальмовувати. Водночас Олпорт Дж. (Allport, 1955) критикував як психоаналіз, так і біхевіоризм. Він не використовує в своїх міркуваннях поняття «самість», натомість позначає її як пропріум, тобто особиста власність. Він стверджував, що протягом усього життя індивіда діють так звані пропріативні функції, які забезпечують становлення «Я» особи і ведуть її до зрілої, самодостатньої особистості (Boerre, 2006). І хоча його ідеї не були прийняті колегами і багато в чому критикувалися, все ж, на нашу думку, він максимально наблизився до пояснення ролі суб'єктивного переживання належності собі певних об'єктів власності як таких, що визначають самість людини. Ще Гегель зазначав, що «з поваги до приватної власності починається повага до особистості» (Гегель, 1992).

Напевно найбільш близьким напрямом до вивченням психологічної основи власності були представники символічного інтеракціонізму, які пояснювали її як певний символ для набуття статусу, побудови соціальних взаємин та спонукання інших до взаємодії (Cicala, Fryer & Spenkuch, 2018; Mead, 1934).

За Московічі С. (1998) свідомість людини будується (конструюється) як матриця ідентичностей, з поміж яких виділяється ключова, домінантна у певний проміжок часу. Саме через призму цієї ідентичності особа сприймає і структурує навколишній світ, добирає потрібну інформацію, приймає рішення, конструюючи соціальні репрезентації. Левицька Н. (2014) емпірично доводить, що уявлення про власність впливають на індивідуальну економічну та професійну активність і визначають мотиви бути власником.

Дітмар Х. обґрунтовує соціально-конструктивістський підхід, який передбачає, що значення матеріальних надбань соціально конституюються та поділяються. Власність визначається як символи ідентичності, який може відображати та ретранслювати суспільну позицію та особистісні риси особи. Матеріальний контекст може зіграти значну роль у різних сферах суспільного пізнання (Dittmar, 1992).

Інстинкт власності або, як його називає Джеймс У. (1991), потреба у власності є динамічною і змінюваною, але так чи інак-

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ ПЕДАГОГІЧНИХ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ СОЦІАЛЬНОЇ ТА ПОЛІТИЧНОЇ ПСИХОЛОГІЇ

Ірина Губеладзе

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ ВЛАСНОСТІ

Монографія

Київ
Талком
2021

УДК 316: 159.942
Г93

Рекомендовано до друку Вченою радою
Інституту соціальної та політичної психології НАПН України
(протокол № 06/21 від 13 квітня 2021 р.)

Рецензенти:
Гошовський Я. О., доктор психологічних наук, професор;
Климчук В. О., доктор психологічних наук, доцент;
Кочубейник О. М., доктор психологічних наук, старший науковий співробітник.

Ірина Губеладзе
Г93 Соціальна психологія власності : монографія / Губеладзе Ірина. — К.: Талком, 2021. — 406 с.
ISBN 978-617-8016-18-0

Монографію присвячено вивченню психологічних особливостей реалізації почуття власності в соціальних практиках. Представлено основні положення адаптивно-конструювальної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках. Наведено результати досліджень соціальних репрезентацій власності в уявленнях українців. Визначено соціальні практики, в яких реалізовується почуття власності. Описано мотиви, типи, етапи, механізми та закономірності реалізації почуття власності в соціальних практиках. Запропоновано засоби гармонізації почуття власності у сучасному суспільстві.

Монографія адресується фахівцям із соціальної, економічної та політичної психології, викладачам та студентам закладів вищої освіти, психологам, які працюють з темою стосунків власності.

УДК 316: 159.942

ISBN 978-617-8016-18-0
© Ірина Губеладзе, 2021

оскільки він сам включений в систему знакових стосунків на рівні з іншими знаками.

Навіть в межах психологічного підходу, питання власності і володіння мають доволі відмінне тлумачення. При цьому варто зазначити, що питання власності не було безпосереднім предметом вивчення різних психологічних шкіл. Проте описуючи і пояснюючи ті чи ті психологічні процеси, механізми і явища, психологи так чи інакше зверталися до питання володіння, власності, задоволення, яке воно може приносити, чи конфліктність, яку може породжувати. Деякі дослідники навіть пов'язують власність, а скоріше навіть її обсяг та право володіння майном з рівнем сексуального задоволення (Do, Khuat & Van Nguyen, 2018). Так Фройд З. (2006) зазначав, що однією з найпотужніших рушійних сил розвитку особистості є прагнення відчуття задоволення, а отже несвідомі потяги людини автоматично спрямовуються на джерела отримання задоволення, у тому числі привласнення і користування об'єктами власності.

Ненсі МакВільямс (2007) пояснює суть переживань, що схожі на втрату частини себе, власного Я, коли особа втрачає щось чи когось, до чого/кого вона була прихильна і мала емоційну прив'язаність.

Відчуття спустошеності особистості після втрати, як обґрунтовує Мирончак К. (2019), насамперед пов'язане із рівнем ототожнення особистості себе із об'єктом втрати. Перебуваючи у тісних взаєминах зі значущими об'єктами, людина гостро переживає біль, страждання, горе, коли ці зв'язки послаблюються або взагалі руйнуються чи зникають. У такій ситуації людині скоріше хочеться цю прірву чимсь заповнити, поєднати розірвані втратою частки життя, відновити неперервність життєвого шляху, повернути рівновагу у життя та стабілізуватися.

Водночас, незважаючи на домінування негативної конотації у розумінні втрати, зокрема як позбавлення, збиток, недолік, брак, вада, зникнення, руйнування, згуба, страта, загибель, смерть, шкода, втрачання, загублення), як стверджує Мирончак К. (2019), у глибинно-смисловому значенні втрати є і позитивний аспект, що дає змогу розглядати її як ресурс: очищення, звільнення від усього непотрібного, зайвого.

науці ще не знайшла свого спеціального формулювання і вивчення. Внаслідок її складності і практичного значення це питання вимагає комплексного, міждисциплінарного розгляду і передбачає науковий пошук не тільки на теоретичному, а й на емпіричному і прикладному рівнях.

Однак почуття власності не може залишатися виключно в галузі економічної психології. Науковцями доведено, що власність фактично є продовженням особи, а почуття власності стає частиною її самосвідомості. А це у свою чергу визначає соціально-психологічний контекст взаємодії суб'єктів, що реалізовується у соціальних практиках.

Власність відіграє важливу роль у повсякденному житті людей, у способах сприйняття і оцінки особою самої себе та інших людей, формуючи складну систему соціальних символів, що несуть інформацію про їхніх власників. Наприклад, власність символізує не тільки особистісні якості індивіда, але і групи, до якої він належить, її загальний соціально-економічний стан. Люди не лише виражають свої особистісні і соціальні риси через власність, але також роблять висновки про ідентичність інших людей на основі їхньої власності (Семененко, Лапкин & Пантин, 2010; Gentry, Baker & Kraft, 1995).

Застосовуючи «закон психічного об'єднання через цілісність», Джеймс У. (1991) стверджував, що завдяки живим стосункам з об'єктами власності особа добре пізнає їх, і завдяки цьому розвивається почуття власності щодо цих об'єктів.

Зі зміною суспільних устроїв, змінювалися і уявлення про власність і її роль у життєдіяльності людини. Якщо Маркс К. (1927) визначав матеріальні чинники суспільно-історичного розвитку, розглядаючи власність виключно як об'єкт і результат виробництва, що є рушієм економічного розвитку. То в подальших наукових пошуках власність постає і об'єктом комунікації, побудови стосунків, і засобом самоствердження (McVeigh, 2017). Враховуючи, що сучасні дослідження пішли значно далі від суто матеріальних об'єктів власності і вивчають фактично все, що може бути позначене особистістю чи групою як «моє» чи «наше».

Бодріяр Ж. у своїх працях (2001, 2004, 2006) критикує марксистську теорію і обґрунтовує, що сам феномен капіталістичного виробництва вже не є центральним і визначальним,

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА 6

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ В СОЦІАЛЬНІЙ ПСИХОЛОГІЇ 14
1.1. Теоретико-методологічні підходи до дослідження власності й почуття власності у сучасному науковому знанні 14
1.2. Власність як психологічний атрибут особистості 27
1.3. Соціально-психологічна природа почуття власності: сутність, функції та особливості конструювання 52
1.4. Виникнення і розгортання почуття власності в онтогенезі 63
1.5. Почуття індивідуальної, колективної і спільної власності: особливості переживання і конструювання 79
Висновки до першого розділу 91

РОЗДІЛ 2. ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИКАХ . . . 93
2.1. Виміри психологічного простору особистості, в яких реалізовується почуття власності 93
2.1.1. Територіальність 98
2.1.2. Тілесність 106
2.1.3. Фінансова сфера 107
2.1.4. Матеріальні речі 112
2.1.5. Соціальні контакти 117
2.1.6. Ідеї, цінності, думки 118
2.1.7. Часовий режим 120
2.1.8. Віртуальний простір 122
2.1.9. Організаційна сфера 126
2.1.10. Громадянська сфера 129
2.2. Соціальні практики як простір реалізації почуття власності 130
2.3. Адаптивно-конструювальна концепція реалізації почуття власності в соціальних практиках 137
Висновки до другого розділу 150

РОЗДІЛ 3. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ 153
3.1. Стратегія дослідження реалізації почуття власності в соціальних практиках 153
3.2. Соціальні репрезентації власності і грошей у свідомості українців 160
3.3. Мотивація психологічного привласнення 169
Висновки до третього розділу 180

РОЗДІЛ 4. ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЗМІСТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИКАХ . . . 182
4.1. Соціальні практики, в яких реалізовується почуття власності 182
4.2. Емпірична верифікація типів реалізації почуття власності в соціальних практиках 187
4.3. Варіативність прояву почуття власності 219
4.3.1. Реалізація почуття власності в контексті психологічного тяжіння до бідності 219
4.3.2. Особливості прояву почуття власності в соціальних мережах 223
4.3.3. Структурно-динамічні особливості проживання почуття власності в умовах карантинних обмежень під час пандемії COVID-19 229
4.3.4. Колективне почуття власності щодо своєї країни та міжнаціональна напруженість 238
Висновки до четвертого розділу 250

РОЗДІЛ 5. СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ 254
5.1. Соціокультурні тенденції трансформації почуття власності 254
5.2. Соціально-психологічні аспекти реалізації почуття власності у просторі індивідуалізму і колективізму . . . 258
5.3. Засоби гармонізації почуття власності у сучасному суспільстві 268
5.3.1. Тренінгова програма гармонізації почуття власності 268

Власність, поширюючись і стаючи продовженням Я особи, суттєво впливає на різні сфери життєдіяльності особи, а не тільки економічну. З огляду на це постала гостра необхідність вивчення особливостей реалізації, прояву почуття власності особи у різних сферах життєдіяльності та соціальних практиках. Відповідно необхідною є розробка соціально-психологічної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Кірюхіна М. (1999), вивчаючи ставлення до власності, виокремлює його соціально-психологічний аспект, що має такі характеристики: власність є суб'єктивною формою присвоєння особою матеріальних і нематеріальних об'єктів; проявляється у вигляді психологічної зв'язку з якимсь об'єктом; власність — це феномен соціальний, що включає взаємини між людьми, і є суттєвою характеристикою суб'єкта-власника, соціальною цінністю і цінністю особистості. Дослідниця наголошує, що ставлення до власності є центральним, базовим компонентом особистості, що визначає її ціннісні орієнтації, світогляд, життєві стратегії, особистісні постави, соціальні практики і мотивацію соціальної поведінки. При цьому вона описує потребовий, когнітивний і конативний компоненти ставлення до власності, повністю ігноруючи афективний компонент і відповідні переживання особи в межах трикутника стосунків власності. Показовим також є те, що розробляючи авторську методику «Топіка Я», що спрямована на вивчення саме почуття власності, змістовно авторка говорить не про почуття, а про ставлення до власності, що, на нашу думку, є методологічно некоректним і тільки вносить низку суперечностей у розуміння поняття.

Незважаючи на усепроникність власності у людське життя і поведінку, у сучасній соціально-психологічній науці робіт, які присвячені розгляду проблеми власності, почуття власності, відносно небагато, оскільки аналіз її соціально-психологічної природи розпочався значно пізніше. Науковці визнають, що власність є вихідним і головним поняттям економічної психології, і обґрунтовують доцільність та необхідність вивчення психології власності. Разом з тим на сьогодні бракує не тільки емпіричних досліджень у цьому напрямі, а і концептуальної розробленості феномену почуття власності. Проблема виникнення та реалізації почуття власності у сучасній психологічній

Психологічний аспект власності відображає наявність чи брак у людини відчуття себе господарем відносно об'єктів власності, тобто ставлення до нього як до «свого» чи «чужого» (Карнышев, Бурменко, Иванова, 2006, с. 100).

Аналіз літературних джерел показав, що більшість робіт з питань власності належить економістам і юристам, при цьому переважно піддаються аналізу економічні аспекти даної проблеми і лише в деяких побіжно розглядаються питання впливу психології особистості на економічну поведінку. У сучасній психології робіт, які присвячені розгляду проблеми власності, почуття власності, відносно небагато, оскільки аналіз психологічної природи власності розпочався значно пізніше.

Науковці визнають, що власність є вихідним і ключовим поняттям економічної психології, і обґрунтовують доцільність та необхідність вивчення психології власності. Тож у полі зору економічних психологів виявляються явища, які у той чи інший спосіб пов'язані з власністю, потребою у власності (Бурменко & Карнышев, 2003; Луценко, 2012; Хазратова, 2009) або почуттям власності: психологія підприємця як активного економічного суб'єкта і власника (Карамушка & Паршак, 2018); залежність між почуттям власності і ставленням працівника до праці (Avey, Avolio, Crossley & Luthans, 2009; Jussila, Tarkiainen, Sarstedt & Hair, 2015; Noguti & Bokeyar, 2014; Pierce, Jussila & Li, 2018; Pierce, Kostova & Dirks, 2002), особливостей ставлення до грошей (Зубіашвілі, 2018; Карамушка & Ходакевич, 2017; Панга, 2013; Паршак, 2020; Сімків, 2010), психологія реклами і споживацької поведінки (Зоська, 2011; Коваліско & Домбровська, 2012; Кузьмук, 2015; Куцепал, 2019; Набруско, 2010; Овчар, 2016; Kirk, Peck & Swain, 2018; Peck & Shu, 2018), що будується на потребі у володінні речами і їх привласненні. Однак на сьогодні бракує емпіричних досліджень у цьому напрямі, концептуальної розробленості феномену почуття власності та його реалізації в соціальних практиках як особи, так і спільноти. Переважна більшість психологічних досліджень власності виконувалася в межах економічної психології, і найчастіше зводиться до вивчення ставлення до власності, зокрема приватної, як елемента економічної культури (Китова & Шаков, 2017; Павленко, 2012).

5.3.2. Використання метафоричних асоціативних карт для опрацювання стосунків власності . . . 280
5.3.3. Психологічні засоби попередження і протидії стигматизації і булінгу через майнову нерівність в освітньому середовищі 289
5.4. Реалізація почуття власності в соціальних практиках: перспективи досліджень і впровадження в практику 296
Висновки до п'ятого розділу 305

ПІСЛЯМОВА 307

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ 313

ДОДАТКИ 359

АНОТАЦІЇ 398

ПЕРЕДМОВА

«З поваги до приватної власності починається повага до особистості»

(Г.В.Ф. Гегель)

«Людина є те, що вона має. Її майно складає її сутність, її власність поглинає її особистість... Важко провести межу між тим, що людина вважає собою, і тим, що вона вважає своїм. Те, що людина вважає своїм, в значній мірі визначає і те, чим/ким вона сама є»

(С. Рубінштейн)

Власність... Вона пронизує усе наше життя: її прагнуть, за неї боряться, її відстоюють, через неї виникають конфлікти. Вона може об'єднувати чи роз'єднувати людей, викликати інгрупову прихильність, фаворитизм чи, навпаки, аутгрупову дискримінацію і протистояння. Але, так чи інакше власність не залишає людей байдужими. Психологи доводять, що володіння є соціально-психологічним атрибутом особистості, оскільки без соціального оточення, поза соціальним контекстом втрачається сама суть володіння.

Сучасні тенденції розвитку суспільства, що характеризуються посиленою споживацькою складовою, індивідуалізацією та віртуалізацією, а з ними й видозміни певних соціальних практик, зумовлюють необхідність концептуального оновлення усталених уявлень про психологічну природу власності, її роль у житті і формуванні самосвідомості особи та взаємозумовленість соціальними практиками. Усвідомлення відповідних тенденцій у розумінні і ставленні до власності, проживанні самого почуття власності та його реалізації в соціальних практиках є передумовою створення нової парадигми соціальної психології власності, в основі якої лежить адаптивно-конструювальний підхід до розуміння реалізації почуття власності в соціальних практиках.

За радянських часів із почуттям власності, особливо приватної, індивідуальної, «моєї» велась нищівна боротьба. Натомість

Речі вже не є необхідними матеріальними об'єктами, які слугують задоволенню конкретних потреб. Все частіше гроші і матеріально цінні об'єкти розглядаються символічно, як інструменти для «купівлі», здобуття поваги, визнання, входження до певного кола.

Водночас наукові розвідки психологів стосуються як матеріальних, так і нематеріальних об'єктів власності, проте щодо яких можливе застосування правових і економічних впливів (Григорьев, 2015; Журавлева & Купрейченко, 2004; Rachlinski & Jourden, 1998). І навіть дослідження психологічних аспектів володіння більшою мірою зосереджуються на ставленні до власності або мотивації привласнення. Проте емоційні переживання щодо володіння, їхня роль у формуванні Я-концепції особистості, особливостей її самопрезентації у соціальному світі, побудові взаємин з іншими суттєво розширюють горизонт можливих досліджень (Turner & Stets, 2005). Так, Шварц Н. та Бохнер Дж. вказували на мотиваційні наслідки почуття, що може провокувати певні настрої та соціальні дії (Schwarz & Bohner, 1996). З огляду на це введення і наукове обґрунтування поняття «почуття власності» принципово змінює акцент і напрям дослідження.

Прояв «ефекту володіння» доводить, що суб'єктивне сприйняття людиною вартості, цінності об'єкта є набагато важливішим при прийнятті певних рішень, ніж його об'єктивна ринкова вартість (Brunera, Calegarib & Handfield, 2020; Fritze, Eisingerich & Benkenstein, 2019; Hood, Weltzien, Marsh & Kanngiesser, 2016; Morewedge & Giblin 2015; Reb, Connolly, 2007; Shu & Peck, 2011).

Результати узагальнення, здійсненого на основі теоретичного аналізу робіт, присвячених вивченню власності в межах різних дисциплін, розкривають основні відмінності у її розумінні і дослідженні з точки зору різних підходів. Це дає змогу поглянути на проблему вивчення власності та визначити можливі точки перетину і перспективи міждисциплінарних досліджень.

З юридичної точки зору володіння надає фізичній особі три основні права: право на отримання частки від фізичної або фінансової вартості об'єкта, що належить, право розпоряджання (контроль за впливом) та право отримувати інформацію.

забезпечувати дотримання прав власника і уникнення ситуацій порушення інтересів власника та інших людей. Способами привласнення в такому випадку можуть бути, наприклад, купівля, дарунок, виграш, крадіжка і т.д. Однак з психологічної точки зору, психологічне володіння забезпечується принципово іншими механізмами: ідентифікація, самоінвестування, персоналізація і т.д. (детальніше в підрозділі 2.3). Наприклад, художник, що намалював картину і продав її на аукціоні. З погляду правових і економічних законів, картина належить покупцю. А з позиції психологічного привласнення — художнику, і тільки певною мірою покупцю.

Часто дослідники розглядають власність у контексті владно-підвладної взаємодії, а відтак як ресурсу політичних впливів (Ахвледиани & Ковалев, 1996; Васютинський, 2005; Гайдар, 2009; Емельянов, 2003; Korenok, Millner & Razzolini, 2017; Soederberg, 2009). Власність розглядається як системотвірний «інструмент» соціально-економічних стосунків людей і суспільства в цілому. Економічний аспект вивчення власності пов'язаний з матеріальною, фінансовою вигодою, можливістю мати прибуток, яку може забезпечувати чи не забезпечувати власність. ЛіБар А. та Шеден Дж., описуючи когнітивні процеси реалізації почуття власності, наголошують на тому, що мозок людини фактично вибудовує асоціації між тими об'єктами, які особа вже має і які хоче мати, або щойно привласненими як такими, що є або особливо привабливими і бажаними, або, навпаки, вимушеними (LeBarr & Shedden, 2017). Однак кожен об'єкт володіння має свою цінність, яка не завжди може відповідати вартості об'єкта і далеко не кожен об'єкт власності має свою фінансову ціну (Ложкін, Комаровська & Воленюк, 2008).

Якщо довгий час економісти вважали людину істотою раціональною, яка діє розважливо і передбачувано заради отримання найбільшої користі, то дослідники поведінкової економіки говорять про те, що поведінка людини, як правило, є ірраціональною, хоча часто таки повторюваною у своїй ірраціональності (Бункина & Семенов, 2000; Kahneman, Knetsch & Thaler, 1990). Отже нівелюється лінійність впливу економічних факторів, а фокус уваги зсувається у бік саме психологічної природи людських рішень і дій.

активно формувалося почуття колективної власності. Таке нівелювання і знецінення потреби у власності протягом тривалого періоду призвело до послаблення почуття власності і несформованості економічного мислення та позиції відповідального власника. Водночас власність є не лише елементом економічної свідомості людини. Вона відіграє важливу роль у повсякденному житті людей, у способах сприймання та оцінки особою самої себе та інших людей, формуючи складну систему соціальних символів, що несуть інформацію про їхніх власників. Власність можна розглядати і як засіб забезпечення базових потреб, і як спосіб самопрезентації у соціальному світі, і як основу, підґрунтя конструювання самосвідомості особи, і як рушій боротьби і прагнення до влади.

Говорячи про розвиток суспільства, неможливо обійти питання власності і, насамперед, її психологічного змісту через її вагому роль у житті особи, спільноти, суспільства через впливи, які почуття власності справляє на соціальні стосунки і взаємодії. Таке почуття щодо різних об'єктів дістає відображення і конструюється в різних соціальних практиках — як економічних, так і неекономічних.

Соціально-психологічна природа власності ще недостатньо досліджена, зокрема на теренах пострадянських країн. Існує потреба чіткого визначення почуття власності, вивчення його структури та особливостей прояву, вироблення адекватних методів дослідження в різних сферах життєдіяльності людини і варіативних соціальних практиках, розробки практичних інструментів та засобів гармонізації прояву почуття власності, що особливо актуально в умовах сучасного суспільства, що стрімко змінюються.

Як показав аналіз літературних джерел, проблемі власності присвячено дослідження в різних галузях знань, зокрема економічній і правовій науках, філософії, соціології, культурології, антропології, соціальній та економічній психології тощо. Та попри зміну парадигм проблема зберігає свою актуальність. У питаннях психології власності дослідники розглядають підсвідоме прагнення до привласнення, накопичення (Летурно Ш., Пайпс Р., Фрейд З., Фромм Е.); представленість власності в структурі особистості (Джеймс У., Allport G., Bokeyar A.,

Dittmar H., Noguti V., Rudmin F.); почуття власності як складову економічної свідомості (Дейнека О., Дембицька Н., Кітов А., Корокошко І., Малахов С., Москаленко В., Подляшаник В., Попов В., Спасенніков В., Gallagher S.); зміст і структуру ставлення до власності і грошей (Дембицька Н., Зубіашвілі І., Кітова Д., Козлова О., Мясищев В., Павленко О., Паршак О., Смірнова О., Суханова М., Фенько А., Шаков А., Rudmin F., Furby L., Furnham A.), прагнення володіння в контексті вивчення психологічних аспектів бідності і багатства (Васютинський В., Коробка Л., Муздибаєв К., Мяленко В., Овчар О., Haushofer J., Fehr E., Lewis O., Lister R., Smith L.), потребу у власності (Бурменко Т., Іванова О., Карнишев О., Луценко М., Пайпс Р., Хазратова Н., Friedman O.), психологічні основи ефекту володіння (Benkenstein M., Brunera J., Calegarib F., Connolly T., Giblin C., Eisingerich A., Fritze M., Handfield T., Hood B., Kahneman D., Kanngiesser P., Knetsch J., Marsh L., Morewedge C., Peck J., Reb J., Shu S., Thaler R., Weltzien S.), почуття власності і культура споживання, споживацька поведінка (Домбровська Н., Дорошкевич А., Зоська Я., Коваліско Н., Куцепал С., Лоленко К., Набруско І., Овчар О., Посипанова О., Kirk C., Luangrath, Peck J., Shu S., Sinclair G., Swain S., Tinson J.), почуття власності як засіб підвищення мотивації персоналу організації (Jussila I., Li D., Olkers Ch., Pierce J., Shukla A., Singh S., Van der Vaart L., Van Zyl L.); практичні аспекти ставлення до власності представників різних соціально-професійних груп (Журавльов А., Позняков В.).

Природу власності в її класичному положенні обґрунтовували такі мислителі як Спіноза Б., Гоббс Т., Локк Дж., Фіхте І.Г., Лейбніц Г.В., Макіавеллі Н. Багато праць із питань власності належить економістам і юристам, які переважно піддають аналізу економічні аспекти проблеми і лише побіжно розглядають питання впливу психології особистості на економічну поведінку (Ложкін, Комаровська & Воленюк, 2008; Петровська, 2004; Сухарев, 2013; Han, 2007). Незважаючи на всепроникність власницької поведінки людини, маловивченим є питання соціально-психологічної природи власності, зокрема реалізації почуття власності. Власність розглядають як: соціально-психологічний феномен, що ґрунтується на базовій інстинктивній потребі у власності, задоволення якої тісно пов'язане з формуванням

природу соціальних практик вказує і Дембицька Н. (2018), підкреслюючи зростання кількості як об'єктів власності, так і її суб'єктів, тобто осіб і груп, ускладнення системи зв'язків між ними та укріплення взаємності (с. 109–110).

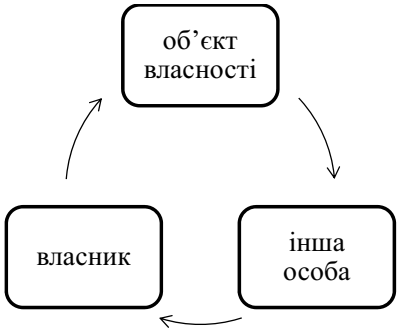


Рис. 1.1. Трикутник стосунків власності

В основу цього трикутника може бути покладено пояснення Мясіщєва В. (1995) щодо пов'язаності людини з усіма сторонами дійсності, зокрема: об'єкти, явища природи або світ речей; інші особи, групи і суспільні явища; сам суб'єкт володіння — особистість. Грунтуючись на виокремлених категоріях, можна визначити основні структурні елементи ставлення до власності: ставлення до власності як об'єкта чи явища; оцінка інших людей, груп і суспільства в цілому з точки зору власницьких постав і мотивації володіння; взаємини з іншими людьми або групами з приводу дотримання норм володіння і соціальної легітимації власності; ставлення до самого себе як власника і суб'єкта ставлення до власності.

На нашу думку таке зображення є доволі спрощеним і не зовсім коректно відображає навіть найелементарніші зв'язки стосунків власності. Більш інформативним, на нашу думку, є така схема, яка включатиме, щонайменше, ще один об'єкт власності і третю особу.

З погляду правознавців стосунки власності передбачають щонайменше три основні дії: володіння, користування і можливість розпоряджатися. В правовому аспекті власності і її правомірним гарантіям відводиться центральне місце. І такі гарантії мають

підвищення рівня персональної і колективної відповідальності у різних сферах життя тощо. Дослідники давно дійшли згоди, що сучасний економічний світогляд передбачає оволодіння не тільки суто економічними, а й соціально-психологічними знаннями (Соколинский, 1999; Троицкая, 2008).

Питання власності привертало увагу дослідних з давніх часів. При цьому аналіз джерел засвідчує зміну інституту власності і підходів до його розуміння науковцями і мислителями залежно від етапів трансформації суспільства, оскільки кожна епоха характеризується своїми правилами і нормами поведінки. Зокрема, Платон (IV–V ст. до н.е.), розглядаючи індивідуальну і суспільну власність, наголошував на владній функції, яку вона виконує, наділяючи власника особливою впливовістю (Платон, 2016). Арістотель (IV ст. до н.е.) надавав перевагу приватній власності у побудові ефективного державного устрою. Обоє мислителів особливу увагу приділяли питанням соціальної нерівності, що ґрунтується на питаннях власності, зокрема основні відмінності між бідними і багатими.

Подальші розвідки і дискусії точилися навколо приорітету приватної і колективної власності і їхньої ролі в державних та економічних процесах (Локк Дж., Іноземцев В., Маркс К., Оуен Р., Trigilia C. та ін.).

Низка дослідників аналізують ґенезу інституту власності, розглядаючи саме роль держави в трансформації відносин власності (Зузь, 2017; Лопатинський, 2010). В основі філософських, економічних і правових концепцій щодо розуміння власності лежить пояснення принципів розподілу влади, майнових прав і обов'язків, а також визначення суспільного устрою та можливостей економічного розвитку (Ахвледиани & Ковалев, 1996; Бетелл, 2008; Бутенко, 2016; Васильєв, 2002; Винославська & Спасенніков, 2007; Войтович, 1998; Тамм, 2010; Biggart, 2002; Korenok, Millner & Razzolini, 2017). Змістовно, так чи інакше, мова йде про взаємини суб'єктів власності по відношенню до об'єктів і до інших потенційних власників, утворюючи «трикутник стосунків власності», який неможливий поза соціальним контекстом (рис. 1.1). Стосунки власності можуть бути як джерелом єднання на утворенні спільної або колективної власності, так і причиною конфліктів і непорозумінь. На інтерсуб'єктивну

особистості і функціонуванням групової свідомості; психологічний атрибут особистості, який виділяє її з-поміж інших осіб; підставу категоризації і диференціації, що можлива тільки в соціальній взаємодії (Бурменко Т., Іванова О., Луценко М., Карнишев О., Пайпс Р., Хазратова Н., Хейне П., Klein S.).

Власність водночас є й основою суспільних відносин, визначаючи її особливості, та об'єктом ставлень людини, її переживань, цінностей, економочної соціалізації (Анкудинова О.) та формування її економічної суб'єктності (Москаленко В.). Однак почуття власності не може залишатися виключно в галузі економічної психології. Доведено, що власність фактично є продовженням особи, а почуття власності стає частиною її самосвідомості (Подляшаник В.). А це, своєю чергою, визначає соціально-психологічний контекст взаємодії суб'єктів, що реалізовується в соціальних практиках.

Теорію соціальних практик у соціології розвивали Бурдьє П., Бергер П., Лукман Т., Гіденс Е., Парсонс Т., Шюц А. Бурдьє П. визначав соціальні практики як здатність соціальних суб'єктів перевіряти свої соціальні дії на відповідність до усталених уявлень про навколишню реальність. Ці практики визначають спосіб мислення і дії відповідно до певних індикаторів, наприклад, «моє» — «не моє», «для нас» — «не для нас». У психології зроблено акцент на вивченні соціально-психологічних практик (Баліч Н., Бочкова О., Вахштайн В., Ганаба С., Дембицька Н., Кочубейник О., Титаренко Т., Черемних К.). Титаренко Т. вводить і використовує конструкт «соціально-психологічні практики» на позначення повторюваних, фонових актів конструювання особистістю простору власного життя. Кочубейник О. говорить про практики буденності — консервативні, вимушені, знеособлені, постійні — та соціальні практики трансформації, що, навпаки, забезпечують численні зміни та переконструювання старого і створення нового.

Тож соціальні практики разом із суспільством історично розвиваються й трансформуються і включені в систему людських взаємин. З одного боку, вони створюються людською діяльністю, а з другого — регулюють цю діяльність. Соціальні практики мають просторово-часову локалізацію і можуть різнитися залежно від історичного періоду, культурних особливостей країни

чи регіону, державного устрою та географічного розташування. Габітус дає змогу пов'язувати в соціальних практиках минуле, теперішнє і майбутнє.

Водночас проблема виникнення та реалізації почуття власності в сучасній психологічній науці ще не набула спеціального формулювання і вивчення. З огляду на її складність і практичне значення проблема почуття власності вимагає комплексного, міждисциплінарного розгляду і передбачає науковий пошук на прикладному та емпіричному рівнях. Таким чином, актуальність теми дослідження зумовлено як необхідністю розв'язання низки проблем теоретико-методологічного характеру, так і потребою осмислення специфіки психологічного змісту реалізації почуття власності особистості в соціальних практиках.

У монографії здійснюється спроба розробити та обґрунтувати адаптивно-конструювальну концепцію, яка розкриває психологічні закономірності реалізації почуття власності в соціальних практиках в процесі міжособової та групової взаємодії. У фокусі нашої уваги були психологічні мотиви, чинники, механізми та типи реалізації почуття власності в соціальних практиках.

З огляду на це перед нами постала низка завдань, які були успішно реалізовані:

1. Здійснити міждисциплінарний аналіз концептуально-методичних основ дослідження та окреслити основні напрями вивчення реалізації почуття власності в соціальних практиках особистості і спільноти.

2. Розробити структурно-функціональну модель реалізації почуття власності в соціальних практиках та здійснити системний соціально-психологічний аналіз мотивів, чинників, механізмів та типів реалізації почуття власності в соціальних практиках як складових відповідної концептуальної моделі.

3. Визначити особливості почуття власності як соціально-психологічного феномена; виокремити його структурні компоненти, етапи розгортання в онтогенезі.

4. Розробити та верифікувати типи реалізації почуття власності в соціальних практиках.

5. Виробити й обґрунтувати засоби гармонізації проявів почуття власності в процесі надання індивідуальної та групової психологічної допомоги.

Їм властивий низький рівень мотивації прийняття нових форм власності і здійснення інакших стратегій економічної поведінки, що може призвести до трансформації відповідних соціальних практик, а також брак бажання бути власниками через несформовану психологічну культуру ринкових відносин.

Ще наприкінці 90-х — початку 2000-х рр. вітчизняні дослідники констатували важливість і цінність для особи можливість володіння статусними речами, які демонструють їхню позицію в суспільстві, натомість користь речей втрачала своє значення. На сьогодні загалом у світі відбуваються трансформації економічної системи, насамперед, збільшується попит на послуги, сервіс, знання, інновації. При цьому спостерігається різке зниження попиту на товари, особливо коштовні. Частішим є обмін і спільне користування. Акцент зміщується з володіння об'єктом на його використання. Ціннішим стає отримати враження, досвід, знання, можливість подорожувати, ніж купівля нерухомості чи автомобіля. Таке ставлення до об'єктів власності знаходить своє відображення у різних соціальних практиках, як економічних, так і неекономічних. Говорячи про розвиток суспільства практично неможливо обійти питання власності і, насамперед, її психологічного змісту через її вагому роль в житті як особи, так і спільноти, будь-якої соціальної групи чи суспільства в цілому через впливи, які переживання почуття власності має в соціальних стосунках і взаємодії. Івлєва Г. (2001) вказує на появу нового постекономічного суспільства, що характеризується зниженням залежності від речей і збільшення ухилу на здібності та творчість особистості.

Такі зміни посилюють потребу у міждисциплінарному підході до вивчення проблем власності, де науковці різних спеціальностей зможуть об'єднати свої зусилля для вирішення актуальних запитів. Зокрема щодо питань визначення легітимності володіння (як правового, так і психологічного), суспільного та персонального ставлення до власності, переживання і потреби у власності, визначення способів привласнення, готовність оберігати об'єкти свого володіння, ділитися ними з іншими. Це, у свою чергу, впливатиме на процеси прийняття економічних та неекономічних рішень, прояв стилів споживацької поведінки, розвиток процесів побудови миру та неконфліктної комунікації,

РОЗДІЛ 1
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ В СОЦІАЛЬНІЙ ПСИХОЛОГІЇ

1.1. Теоретико-методологічні підходи дослідження власності і почуття власності у сучасному науковому знанні

Протягом останніх десятиліть у суспільстві відбувається трансформація соціально-економічних стосунків, яка характеризується змінами в системі цінностей, життєвих пріоритетів і проявляється у різкому зростанні значущості для особистості матеріальних благ, майнової диференціації, а також у втраті моральних і духовних орієнтирів. Курс на створення сучасної ринкової економіки, що базується на свободі вибору напряму економічного мислення та діяльності, актуалізував потребу в науково-практичних дослідженнях, у тому числі, і з питань психології власності.

Власність є системотвірним чинником економічних, правових і соціальних стосунків, що визначає етапи і напрям розвитку суспільства та особливості соціальних комунікацій. Однак стрімкі зміни в системі соціально-економічних відносин, що відзначаються появою різних форм власності, зниженням ролі держави в процесах регулювання економіки, різкою зміною її структури, формуванням нових соціально-економічних груп населення, нівелюванням необхідності обов'язкової зайнятості тощо, зумовлюють трансформації в ціннісних орієнтаціях громадян, у тому числі у ставленні до власності, у відносинах власності, спостерігаються зміни в економічній самосвідомості і формуванні нового типу економічного мислення. Сучасні умови соціально-економічного розвитку вимагають від особистості відповідальної і визначеної позиції у сфері власності. Однак нівелювання і знецінення потреби у власності протягом тривалого історичного періоду, призвело до ослаблення почуття власності і несформованості економічного мислення сучасних українців.

Маємо надію, що представлені в монографії результати стануть основою для подальших досліджень та будуть використані в різноманітних галузях психологічної науки і практики. Виявлені закономірності й артикульовані положення адаптивно-конструювальної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках сприятимуть гармонізації стосунків власності в різних сферах життєдіяльності та вимірах психологічного простору людини; стануть основою для розробки рекомендацій щодо подолання негативного досвіду колективної власності та актуалізації позитивних наслідків індивідуального володіння, що сприятиме усвідомленню громадянами України себе як ефективних господарів свого дому, своєї країни та свого життя; забезпечать можливість прогнозів розвитку як особистості, спільноти та суспільства загалом; дістануть реалізацію в практичній діяльності фахівців психологічного профілю під час викладання соціальної, економічної, політичної психології, психології особистості та соціальної роботи. Впевнена, що представлена праця знайде своє продовження у подальших теоретичних та емпіричних розвідках та виллється у практичні напрацювання і рекомендації для фахівців.

Тож запрошую до прочитання і сподіваюсь, що попри науковий стиль викладу, знайомство з темою буде корисним і захопливим для вас.

* * *

Висловлюю щиру і глибоку вдячність усім, хто надихав, підтримував, надавав консультативну допомогу та усіляко сприяв у здійсненні цієї роботи. У першу чергу хочу подякувати за дружню, теплу і науково творчу атмосферу неймовірно привітному і професійному колективу Інституту соціальної та політичної психології НАПН України під керівництвом шановного Миколи Миколайовича Слюсаревського — за можливість наукової комунікації з колегами, за публічні дискусії та не менш плідні неформальні обговорення, без чого створення наукового продукту є просто неможливим.

Глибока вдячність усім колегам, спілкування з якими збагатило мене професійно, а особливо моїй рідній лабораторії психології мас і спільнот за віру і усіляку підтримку, спільний

творчий простір, в якому хочеться і можеться творити та досліджувати. Також хочу подякувати нашим іноземним партнерам, завдяки яким став можливим збір дослідницького матеріалу серед іноземних студентів і магістрантів та за можливість апробувати свої напрацювання в іншому соціокультурному середовищі.

Глибока вдячність за підтримку та неоціненну допомогу у підготовці рукопису монографії шановним рецензентам — Ользі Миколаївні Кочубейник, Віталію Олександровичу Климчуку і Ярославу Олександровичу Гошовському.

Окрема вдячність моїм Вчителям, дякуючи яким я зростала як науковець. Моїй першій науковій керівниці — Олені Олександрівні Осюхіній, яка фактично познайомила мене, ще старшокласницю, з дивовижним світом психології, як практичної, так і наукової. Разом з нею були перші сльози розчарування і врешті перші сльози перемоги. Після спільної роботи з нею я була точно впевнена, що хочу стати психологом-дослідником. Глибока вдячність моїй натхненниці і науковій мамі, Ларисі Миколаївні Коробці, без якої, можливо б, і не відчинились для мене двері дорослого наукового життя. Вона була не тільки найулюбленішим викладачем і науковим керівником магістерської роботи, але й тією людиною, яка м'яко і турботливо своїми підказками і порадами вела мене протягом написання двох дисертацій. І, безумовно, глибока вдячність Вадиму Олександровичу Васютинському, моєму науковому керівнику, а потім консультанту, моєму науковому батьку, за цінні наукові ідеї, за неоціненну підтримку і розуміння, за довіру і мудрість. За те, що можна завжди обговорити будь-які питання: чи то наукова дискусія у пошуках істини чи просто потреба поділитися своїм особистим і наболілим.

Щиро дякую своїй сім'ї, моєму чоловіку Сергію і мамі Любов Василівні за їхню терплячість, підтримку і віру. За те, що прощали мою тривалу відстороненість, заглибленість у роботу і текст і забезпечували надійний тил на цьому непростому шляху. Це надавало мені сил та наснаги працювати. Дякуючи їм, а часом і всупереч, я робила крок за кроком на своєму науковому шляху. А особливо подяка моїй донечці Софійці — головній

натхненниці і помічниці — за те, що мужньо ділила маму з роботою та з розумінням ставилася до моїх потреб. Врешті решт вона додала неабиякого колориту цьому процесу.

Невимовно глибока вдячність моїм друзям за їхнє надійне плече, за те, що вірили, підтримували, надихали і не давали опускати руки навіть тоді, коли я вже зовсім втрачала надію, коли цей шлях вже здавався мені занадто важким і нездоланним. Вони повертали мене до ресурсного стану, вдихали нові сили: словом, ділом і просто своєю присутністю. Пам'ятаю і ціную усіх, хто у той чи інший спосіб долучився до цього процесу і простягнув руку допомоги.

Так, цей шлях не був простим. Та всупереч усім перешкодам, завершую цей науковий продукт і маю надію, що він буде цікавим і спонукатиме до роздумів, обговорень і подальших досліджень.

здоров'я, такі як компульсивне накопичення (Holmes, Whomsley & Kellett, 2015; Steketee & Frost, 2003; Preston, Muroff & Wengrovitz, 2009) та клептоманія. Це також стосується злочинних дій, таких як крадіжки, грабежі, корупція, вандалізм тощо. Ритуалізованість покупок передбачає тимчасовий порятунок від хвилювань і переживань.

Розлад накопичення — це поведінковий шаблон, який характеризується надмірним придбанням та нездатністю або небажанням позбавитися певних об'єктів за умови надмірної їх кількості, що заповнюють житлові приміщення будинку та спричиняють значний дистрес або порушення поведінки і умов проживання. Нав'язлива накопичувальна поведінка може мати ризик для здоров'я, погіршення функціонування, економічне навантаження та несприятливий вплив на членів сім'ї та друзів. Люди, що схильні до надмірного накопичення можуть усвідомлювати свою ірраціональну поведінку, але їхня емоційна прихильність до накопичених предметів значно перевищує мотив позбавитися чи відмовитися від об'єкту власності. Компульсивне накопичення частіше зустрічається у людей з такими психологічними розладами, як депресія, тривожність та розлад гіперактивності з дефіцитом уваги. Цей розлад може спричинити значний дистрес або порушення у соціальній, професійній чи інших важливих сферах, включаючи підтримку безпечного середовища для себе та інших.

Найбільш корисним та успішним методом подолання компульсивного накопичення є когнітивно-поведінкова терапія. Слід з'ясувати, що змушує людину накопичувати. Навчитися організовувати речі, щоб вирішити, від чого можна позбавитися, та розвивати навички прийняття рішень дуже корисні. Також людина повинна набути та виконувати релаксаційні навички. Бажано відвідувати сімейну та/або групову терапію.

Надмірні витрати є звичним явищем для людей, яким потрібно задовольнити свої потреби та бажання, не обмежуючись. Зазвичай, це люди, які стали власниками в результаті отримання спадщини чи виграшу. Психологічним джерелом такої поведінки є низька самооцінка і потреба бути позитивно оціненими, поміченими та схваленими.

Розуміння причин формування почуття власності, його нормального прояву та розладів матиме вплив на соціальну

ше глибинна її сутність постійна, константна і пов'язана з процесом відчуження чи присвоєння обмежених благ. Летурно Ш. (2012) обґрунтовував, що власність виникла не в наслідок праці, як стверджують економісти, а як наслідок чи закономірний результат інстинкту самозбереження. Продукти, речі, які людина віднімала у інших під час воєн, інші люди, які ставали рабами. В основі приватної власності лежить агресія і насильство. Рушійною силою розвитку приватної власності був індивідуалізм, який властивий людині. Він сприяв спочатку руйнації спільнотної власності, а потім і феодалізму. Саме індивідуалізм, на думку Летурно Ш., спровокував появу і розвиток капіталістичних стосунків (там само).

Проте власність має не тільки об'єктивний (правовий) вимір, а й суб'єктивний (психологічний), що пов'язаний із суб'єктивним переживанням людини, що щось належить саме їй.

Власність і стосунки власності визначають особливості функціонування суспільства, забезпечуючи його свободу чи узалежненість (Леонтьев, 2000; Чернобровкіна, 2012; Ataria, 2015; Westin, 1967). Психологічна природа власності визначає поведінкові патерни громадян (Friedman & Ross, 2011; Ye & Gawronski, 2016). Право власності, що забезпечується правовими нормами, сприяє структуруванню соціального і фізичного середовища, регулює соціальну взаємодію і передбачає нормативні і моральні права, привілеї та обов'язки. Право власності зумовлює і визначає спосіб ставлення до об'єктів власності, ресурсів, артефактів і товарів; спрощуючи взаємодію і сприяючи ефективній комунікації людей завдяки розумінню та прогнозуванню їхньої поведінки (Bandura, 1986). Власність допомагає вибудовувати нормативні і моральні основи взаємодії в середині спільнот і суспільства, щоб уникнути таких порушень як крадіжки, вторгнення, вандалізм, що пов'язані саме із стосунками власності.

Науковці, обговорюючи поняття власності та володіння, визначають, що основною ознакою особистої, персональної власності є особистий контроль над матеріальними (речами, місцями) і нематеріальними (ідеями, аргументами) об'єктами, які є «моїми», а не «твоїми», «вашими». Коли особа володіє чимсь, від неї, а не від когось іншого залежить, що робити з об'єктом

власності. Право власності передбачає: право користування (право використовувати чи не використовувати те, що є власністю, відповідно до свого бажання і потреб); право передачі (власник має право вирішувати, чи зберігати об'єкт власності, чи віддавати його, продавати, ділитися тощо); і право на виключення (право самостійно вирішувати, чи дозволено іншим користуватися об'єктом чи мати доступ до нього) (Etzioni, 1991). Визначальною ознакою права власності є право регулювати доступ інших осіб або їх використання. Стосунки власності вказують не тільки на те, що можна чи не можна робити, але й визначають, що дозволено чи не дозволено робити іншим відносно об'єкту власності.

Як бачимо, власність і стосунки власності можуть бути об'єктом вивчення як окремих дисциплін, так і успішно досліджуватися на перетині кількох наукових царин, що зробить результати дослідження об'ємнішими і змістовнішими, з відповідними інтерпретаціями. Отримані у такий спосіб результати дослідження можуть стати вагомим підґрунтям у розробці навчальних програм і окремих курсів для підготовки фахівців суспільно-гуманітарного профілю, зокрема економістів, юристів, економічних і соціальних психологів, фахівців з міжнародних відносин тощо.

Проведений аналіз існуючих теоретичних підходів до вивчення проблеми власності засвідчив міждисциплінарний ухил у дослідженні природи цього явища, яке лежить в основі багатьох досліджень різних галузей. Водночас очевидною є необхідність зміни фокусу уваги з правових, філософських, економічних і психолого-економічних досліджень у бік вивчення соціально-психологічної природи власності, яка, на нашу думку, найвиразніше може бути описана через феномен почуття власності. Концептуалізацію даного поняття буде здійснено у наступних підрозділах.

для заздрісника цінностях, матеріальних або духовних, та бажання бути на її місці (Меліхова, 2011).

Почуття власності можна охарактеризувати і з позиції його валентності або тону — тобто воно може бути приємним, неприємним або амбівалентним. Насправді почуття власності може проживатися і проявлятися по-різному, залежно від того, в якому емоційному стані людина перебуває на даний момент. Так, воно може у різний час супроводжуватися емоціями радості, задоволення, інтересу, заздрості, образи, сорому та гніву. Безумовно кожна особа по своєму проживає почуття власності, оскільки у кожної людини є свій унікальний набір особистісних рис, свій неповторний досвід, які впливають на формування і прояв цього почуття.

«Нормальність» та порушення прояву почуття власності, на нашу думку, залежить від особливостей розуміння та почуття власності певних людей. У нормі почуття власності є основою формування особистості. Воно включає відносини між людиною та об'єктом, людиною та іншою людиною щодо цього об'єкту, ставлення людини до себе. Водночас, як показують результати дослідження, більше 75% людей визначають власність і майно головним джерелом свого стресу (Карнышев, Бурменко, Иванова, 2006).

Порушення нормального проживання почуття власності може проявлятися як агресивність та конфліктність щодо володіння об'єктом та надмірною турботою щодо його статусу та належності. А також викликати тривалу образу, озлобленість, ворожість, ненависть, істерики, напади люті та часто — словесні та фізичні зловживання.

На думку Карнишева А., існує кілька типів власників, але двоє з них є неунормованими. І накопичення грошей, і марнотратство перебувають у протилежних полюсах від нормальної поведінки власника (Карнишев, 2002). Як психологічний розлад у них постійно спостерігається дисфункційний характер думок, емоцій та поведінки, що викликає значний дистрес і який вважається девіантним у культурі та суспільстві цієї людини (Butcher, Mineka & Hooley, 2007; Zharikova, 2019). Як і медичні проблеми, вони мають як біологічний, так і екологічний характер.

Незвична поведінка, що ґрунтується на проживанні почуття власності, може характеризувати певні стани психічного

приватності відбувалася саме через брак житлової площі, території для можливого усамітнення людей, які живуть на спільній території (див. параграф 4.3.3). Вимушене скупчення на невеликій території, неможливість усамітнитися тощо зумовлюють постійне емоційне напруження у стосунках, неприязне ставлення чи неуважність одне до одного. Депривація «домашньої» приватності означає не лише пригнічення інстинкту територіальності, вона означає посилений контроль з боку соціуму і обмеження свободи особи (Хазратова, 2018, с. 12; Manturuk, Lindblad & Quercia, 2017).

Гошовська Д. і Гошовський Я. (2016) визначають кумулятивні індекси депривації через майнові питання для пояснення психологічних причин бідності та психологічного дискомфорту особистості. Низка науковців у своїх дослідженнях фіксують доволі серйозні тенденції до соціально-економічного відторгнення та економічної депривації серед українців, що є негативним чинником психогенези особистості (Ліхоносова, 2018; Шмарова, 2020; Kharchenko, 2010).

Тож, психологічний простір і приватність особистості формується через її контакт з потенційними об'єктами власності та появу почуття власності до них. Означуючи певні предмети як «свої», особа розширює своє «Я» і у такий спосіб розширює психологічний простір, який потім стане платформою, простором, основою для прояву приватності чи то інтимності, автономії. Вибудовування власного психологічного простору та відчуття приватності є вагомими чинниками психологічного благополуччя людини та зумовлює її проактивну життєву позицію, відповідальність і ефективність (Hudson, Russell & Holland, 2017; Klein, 2015; Yeung, Chan, Yau, Lok, Lun & Chan, 2020). Відповідно, підтримка формування почуття власності дитини з ранніх років, сприятиме кращому розгортанню її психологічного простору і формуванню почуття власності, що позитивно відобразиться на її життєвій активності та успішності.

За своєю структурою почуття власності складається з двох або більше фундаментальних емоцій і логічного алгоритму, який зв'язує їх в єдине ціле. Наприклад, почуття заздрості складається з емоцій гніву, образи і презирства, а об'єднавчим алгоритмом є порівняння з людиною, яка досягла успіху в значущих

1.2. Власність як психологічний атрибут особистості

Як було показано вище у сучасній науковій літературі власність розглядається не лише як економічне та правове явище, але і як соціально-психологічний феномен, що ґрунтується на базовій інстинктивній потребі у власності, задоволення якої тісно пов'язане з формуванням особистості і функціонуванням групової свідомості. Це психологічний атрибут особистості, який виокремлює особу з-поміж інших. Власність є основою для категоризації і диференціації, що можливо тільки у соціальній взаємодії (Пайпс, 2008; Хазратова & Луценко, 2011; Beaglehole, 2015; Noguti & Bokeyar, 2014). Водночас в науковій психологічній літературі зустрічаються різноманітні поняття, що так чи інакше пов'язані з власністю.

У полі зору дослідників психологічних аспектів власності виявляються явища, які у той чи інший спосіб пов'язані із психологією володіння — потреба у власності, відносини власності, ставлення до власності та почуття власності. Разом з тим важливо розрізняти ці поняття.

Досвід приватного життя генетично пов'язаний з такою давньою, базовою формою емоційної сфери, як потреба у власності. Так, Луценко М. та Хазратова Н. (2011) визначають *потребу у власності* як інстинктивну потребу у ресурсі для суб'єктного самоздійснення особи в наколишній дійсності, яка сприяє її самозбереженню, самовизначенню, саморозкриттю та самоствердженню. Задоволення потреби у власності, переживання власності тісно пов'язане зі всіма рівнями функціонування особистості, а, отже, є важливим чинником формування як особистісної, так і суспільної свідомості, та їх ядра — ціннісно-смислової сфери (Луценко, 2013). Вихідною підставою існування і саморозвитку особистості є особливий життєтвірний початок — її потреба, яка є суперечливою і складною єдністю біологічної і соціальної природи особистості. Дія потреби спрямована на іншу людину, а відтак зумовлює розуміння як самої сутності життя особистості, так і закономірностей її генезису та здійснення, що знаходить відображення у конструюванні взаємин з іншою людиною (Максименко, 2006). Власницькі потяги і потреби

мають глибокий, інстинктивний характер. Однак в процесі соціалізації вони трансформуються у почуття власності, модифікуються в онтогенезі, набувають просоціальних форм, але не зникають, змінюючи лише свою інтенсивність.

Для кращого розуміння поняття «почуття власності» проаналізуємо близькі до нього за змістом поняття.

Загалом науковці доходять згоди щодо інстинктивної, вродженої природи потреби у власності (Джеймс, 1991; Луценко, 2013; Пайпс, 2008; Хазратова, 2011; Dittmar, 1992; Friedman, 2010 та ін.). Поряд з іншими інстинктами Джеймс У. виокремлює також і «прагнення до привласнення». Він переконує, що існує вроджена необхідність власного простору та території. Потреба у власності є одним з інстинктів людини і виражається як прагнення до привласнення (Джеймс, 1991). Натомість Біглхоул Е. та Чадха М. стверджують, що не існує ніякого власницького корисливого інстинкту, а почуття власності виникає через перенесення почуттів самосвідомості на об'єкти володіння, що розглядаються як розширення Я особи (Beaglehole, 2015; Chadha, 2018).

Карпенко З. (2018), описуючи аксіопсихіку, виокремлює кілька ціннісних диспозицій, що мають відповідні суб'єктні складники: афективний («хочу»), когнітивний («можу») і конативний («маю», «є», «вмію») компоненти, що забезпечують функції смисло-породження, прямування і функцію реалізації актуалізованого смислу.

Продовжуючи себе в інших членах суспільства, як стверджує Петровський А. (2012), людина зміцнює своє існування. Забезпечуючи свою активну участь в житті інших людей, особа об'єктивно підтримує власну потребу в персоналізації. Це може знаходити відображення в мотивації досягнення, прагненні уваги, славі, дружбі, повазі, статусі лідера і може бути чи не бути відрефлексована та усвідомлена. Потреба індивіда бути особистістю стає умовою формування здатності інших людей бачити в ній особистість, що є вкрай необхідним для підтримки єдності, спільності, спадкоємності та встановлення довіри один до одного. Без цього, як стверджує автор, важко сподіватися на успіх спільної справи.

Відносини власності відображають стосунки людей щодо розподілу й присвоєння певних об'єктів власності, що є джерело

групою; 3) фактор адаптації до нового середовища, можливість взяти з собою у новий світ частинку старого (іграшку в садок, пам'ятні речі при переїзді), полегшуючи пристосування до неї (Gill, 1974). Чим більше персоналізованих об'єктів, території, тим гостріше реакція на порушення її меж. А використання різних термінів для позначення порушень меж свідчить про сензитивність до вторгнення і тонкощі нюансування реакцій на нього.

Персоналізоване середовище Хейдметс М. (1988) визначає як основну форму структурування навколишнього світу, що виходить від людини. Персоналізація середовища — це регуляція своєї «відкритості-закритості», обсягу інформації «від себе до інших»; контроль над середовищем і такі стосунки людини з навколишнім, де вона виявилася суб'єктом; ідентифікація з середовищем, відчуття зовнішніх об'єктів як «своїх» або «чужих».

Прояв приватності, її розвиток і динаміка значною мірою залежить від соціокультурного контексту, сили і напряму особистісного зростання, якості соціальної взаємодії, життєвого циклу особистості та внаслідок певних життєвих подій, що може підвищувати чи знижувати сензитивність до збереження приватності, міри контролю і свободи вибору, ритуалізації приватності (Wolfe, 1978).

Як стверджує Хазратова Н., однією з трансформацій приватності є «витягування» особистості з домашнього усамітнення в простір публічності, що пов'язано з фрустрацією власності на територію та істотною медіїзацією домашнього життя та поширенням соціальних мереж (Хазратова, 2018). Особливе посилення таких трансформацій ми зафіксували у період карантинних обмежень пандемії COVID-19, що суттєво відобразилося і на проживанні почуття власності щодо різних об'єктів володіння, і щодо проживання та відстоювання приватності і власного психологічного простору. Такі дані дають підстави стверджувати, що в загрозливих нестабільних умовах, психіка людини схильна шукати певні основи для безпеки і стабільності, у тому числі через переконструювання ієрархії значущості певних об'єктів психологічної власності. Людина шукає психологічну опору за рахунок контролю тих об'єктів, до яких вона має доступ і щодо яких може проявити почуття власності в актуальних умовах, що склалися. Під час карантинних обмежень депривація

речами без дозволу тощо. У взаємодії з іншими у дитини починає формуватися і проявлятися почуття власності щодо різних об'єктів (мама, іграшки, речі тощо). Дитина контролює, розпоряджається, вчиться стежити за ними і брати на себе відповідальність за них. У такий спосіб дитина наче поширює, екстраполює своє Я на ці об'єкти власності. Так формується почуття власності щодо об'єктів, самоідентифікація щодо них і відчуття належності та територіальності, що є основою для конструювання приватності і психологічного простору особистості. Те, що особа вважає своїм, стає частиною її психологічного простору. На основі соціальної категоризації наколишній світ людини ділиться на «своє» і «чуже». На основі формування простору «своє» власне, яке відмінне від «чужого», і утворюється відчуття приватності. А основна функція почуття власності — регулювання, створення меж між своїм/чужим; моїм, приватним — чиїмсь (Gineikiene, Schlegelmilch & Auruskeviciene, 2017).

При цьому емпіричні дослідження розглядали об'єкти приватності в основному як просторово-територіальні, а об'єкти персоналізації — як соціальні, що вносить додаткові смислові відтінки у співвіднесені поняття: приватність спочатку відповідає адаптаційним цілям і тільки потім потребам зростання, персоналізація — екзистенційним потребам. Інші складові середовища (цінності, ідеї, матеріальна культура, тілесність) у якості об'єктів приватності-персоналізації в дослідженнях не розглядалися.

Важливою ознакою прояву почуття власності є персоналізація і демонстрація як спосіб позначення свого. Людина не тільки персоналізує, маркує особисту власність, вона позначає і демонструє свій зв'язок з певними людьми (вивіска фотографій близьких людей чи знаменитостей); свої цінності і життєві пріоритети (політичні, філософські, духовні) шляхом вивішування плакатів, ікон та інших знакових маркерів; свої естетичні смаки і уподобання через експозицію картин та інших творів мистецтва; схильності людини і якість її дозвілля, значущі події тощо.

Джилл А. визначає наступні функції персоналізації об'єктів: 1) проекція особистості в середовище, яка дає відчуття захищеності, перебування у своєму, а не чужому середовищі; 2) наступність, почуття постійності, що пов'язані зі своїм минулим, своєю

лом самореалізації особи, яка виявляється як у її діяльності, так і у ставленні до інших людей (Москаленко, 2018; Дембицька, 2018; Хазратова & Луценко, 2011).

Ставлення до власності розуміється як когнітивний конструкт, сукупність постав, стереотипів щодо власності і володіння загалом як до суспільного явища, так і до конкретних об'єктів власності як своїх, так і чужих (Дембицька, 2020; Кирюхина, 1999).

Одним з широкодосліджуваних нині явищ є так звана *психологічна власність,* яка може бути описана як афективно-когнітивний конструкт, стан, в якому особа відчуває, що наче об'єкт чи його частина належить особі (Beggan, 1992); або як відчуття володіння чи психологічного зв'язку з об'єктом (Morewedge, 2020; Pierce, Kostova & Dirks, 2002; Vandewalle, Van Dyne & Kostova, 1995; Van Dyne & 2004).

У зарубіжній психології відносно недавно було розроблено теорію психологічної власності, автором якої є Пірс Дж. (Pierce J.). А його послідовники розвивають цей напрям досліджень в межах організаційної психології та маркетингових досліджень (Ariely, Gneezy & Haruvy, 2018; Jussila, Tarkiainen, Sarstedt & Hair, 2015; Noguti & Bokeyar, 2014; Pierce, Kostova & Dirks, 2002). Пірс Дж. розглядає психологічну власність як когнітивно-афективний конструкт, що будується на основі почуття, переживання, які відчуває особа до певних об'єктів власності, які у свою чергу можуть бути як матеріальними («моя квартира», «моя книжка»), так і нематеріальними («моя подруга», «моє робоче місце») і навіть абстрактними («мій досвід», «мої знання») (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). Згідно цієї теорії психологічне володіння за своєю суттю полягає в управлінні та необхідності контролювати щось. Таким чином почуття власності виникає на основі: контролю (те, над чим особа здійснює контроль, стає частиною її самосвідомості), інтимного знання (чим більше особа знає щось, тим імовірніше, вона відчуває, що це належить їй), самоінвестування (витрачаючи енергію і час на щось, особа починає відчувати сильніше почуття власності). Належність людині чогось переживається як суб'єктивно значущий зв'язок з цим об'єктом, можливість контролювати його та здійснювати на нього вплив. Цей об'єкт несе на собі відбиток Я

особи, а його втрата або ушкодження рівнозначні порушенню Я. Особа сприймаючи предмети своєї власності як продовження свого «Я», прагне до постійного їх збільшення і накопичення.

Водночас феномен «почуття власності» є маловивченим. Він зрідка зустрічається в науковій літературі, часто як синонім ставлення до власності, і навіть насильницької поведінки власника щодо жертви як об'єкта власності. Відносно наближеним до нашого розуміння є визначення Луценко М. (2013), яка тлумачить *почуття власності* як конкретно-суб'єктивну форму існування потреби у власності й містить в своїй основі переживання належності людині певних атрибутів власності (речей або об'єктів). Останнє ґрунтується на властивості людини поширювати своє Я на все те, що хоча б певною мірою їй належить, на що вона має право, про що може сказати «моє». Однак, на нашу думку некоректним є зведення почуття власності до потреби. Тому ми визначаємо *почуття власності* як суб'єктивне емоційне переживання людини щодо належності їй певних об'єктів власності, що відображає зміст та значення, яке мають для неї реальні або абстрактні, конкретні або узагальнені об'єкти власності, тобто все те, що може назвати своїм.

Одне із ключових завдань нашої роботи — дати поняттю «почуття власності» наукове обґрунтування і окреслити можливості його використання.

Переживання почуття власності, на думку дослідників, має важливе значення для формування внутрішнього світу особистості, що знаходить своє відображення у системі цінностей, почутті власної гідності, самоцінності, у спроможності досягти певного результату (Джеймс, 1991; Луценко, 2013; Тиллих, 1995; Хазратова, 2011).

Почуття власності — основа людської самості, її «Я». Однак її природа мінлива і трансформується з плином часу, залежно від соціокультурних, економічних, психологічних, особистісних, ситуаційних та інших чинників. Важливою ознакою розвитку особистості за Мамардашвілі М. (1996) є спосіб самоконструювання і наповнення себе смислами, який зумовлює розвиток у особи рис, що надають їй суб'єктності.

Робочий алгоритм формування почуття власності полягає у порівнянні людини з тими, хто досяг успіху в сферах та цін-

ність, звичність, повторюваність, стабільність; сегмент перетворень, тобто трансформації переходу, долання невизначеності, апробування, експериментування, інакшість, перевтілення; та сегмент належності, тобто безпосередні чи опосередковані контакти, діалоговість, співпрацю, залученість та причетність (Кочубейник, 2011, с. 14). Означені сегменти не є відокремленими і самостійними, а скоріше є множинами, що перетинаються. Відтак, ті чи ті практики соціальності можуть належати як до одного із сегментів, так і до двох чи навіть трьох з них. Автентичність формується і реалізовується в процесі соціальної взаємодії й реалізує діалогічність конструювання через співавторство та інтертекстуальність. Містить переконання, котрі визначають інтерпретацію життєвих подій, і водночас залишається відкритою до «зворотнього зв'язку».

Чим вище рівень приватності і суверенності, тим відповідальнішою стає людина у власному життєтворенні. Разом з тим, чим інтенсивніше і насиченіше контакт людини зі світом, тим актуальнішим для неї є завдання збереження власної приватності, не публічності у всіх сферах існування (Нартова-Бочавер, 2008, с. 11; Хазратова, 2018). Особливо гостро це питання стоїть для мешканців села, які знаходяться у тіснішій комунікації з оточенням. У них вища потреба переживання власної приватності, яка, як правило, порушується. Містяни знаходять серед великої кількості людей у щільному фізичному контакті, але більше усамітнюються, створюючи і оберігаючи приватність власного житла та простору тощо (Губеладзе, 2012, 2016 б, 2021).

Особистий простір може розглядатися як простіший і онтогенетично більш ранній спосіб територіальності. На відміну від тварин, людина вибудовує власні межі не тільки фізично і соціально, але й символічно через вербальну комунікацію, експресію і, навіть, метафору (Нартова-Бочавер, 2008, с. 77).

Відчуття приватності не з'являється само собою із народженням немовляти, а вибудовується і захищається, зберігається протягом життя людини. В ранньому дитинстві у особи приватності ще немає: і час, і простір її існування визначають і контролюють дорослі. Дітям бракує відчуття власних меж і меж інших, що може проявлятися в нав'язливій поведінці, обіймах, спільному спанні із батьками, користуванні спільними

тих вимірів, що вже існують, і наповнення їх різним психологічним змістом у відповідності з досвідом і завданнями дорослішання. Визначення «свого», встановлення відповідних меж між собою й іншими є найбільш гострим, непростим, часом навіть болісним і одночасно ресурсним питанням розвитку особистості на шляху до суверенності. Проте у такий спосіб людина може і мусить вести діалог зі світом. Приватність, автономність, інтимність, суверенність є не тільки особистісною, а й соціальною цінністю. Згідно позиції Зімеля А., життєвий цикл особистості — це чергування конфліктів і примирень з суспільством, і кожен індивід будує і руйнує межі між собою і світом, чергуючи приватність і взаємодію (Simmel, 1971).

Інтерсуб'єктний простір має складну композицію, завдяки якій життя особистості синхронізується з життям спільноти, світ соціальних взаємодій — з жорсткими соціальними структурами, багатство людського досвіду — з науковими абстракціями. Це не тільки «місце перебування» особистості, а й те, що структурує її суб'єктність, і в свою чергу структурується нею. Єднальною ланкою між загальним, суспільним освоєнням і перетворенням дійсності та індивідуально створюваною реальністю є наскрізна наявність інтерсуб'єктивності, що віддзеркалила розуміння соціально-конструктивістської природи практик. Конструювання автентичності здійснюється через ті чи ті практики.

Інтерсуб'єктивність є не лише простором взаємодії, а контекстуальним процесом взаємодії, засобами і «сировиною» конструювання якого є наявні у культурі мотиви, норми, цінності. Саме їх особистість трансформує у власні життєві історії, інтеріоризує, створюючи таким чином певну цілісність із суб'єктивно відібраних фактів. Конструювання автентичності, за Кочубейник О., відбувається внаслідок або як результат необхідності впорядкування двох дихотомій. По-перше, прагнення до стабільності та невпинною змінюваністю практик соціальності. По-друге, між потенційною необмеженістю виборів, наданих особистості, та скінченною обмеженістю фактичності як результатом здійсненого вибору (Кочубейник, 2011, с. 13).

Дослідниця пропонує розглядати таку структуру інтерсуб'єктивного простору: сегмент інваріантності, тобто буден-

ностях (матеріальних чи духовних), суб'єктивно важливих для неї, бажання бути на їхньому місці. Однак одне і те саме почуття може існувати і проявлятися по-різному, залежно від того, у якому емоційному стані перебуває на даний момент людина. Отже, почуття власності може супроводжуватися емоціями радості, зацікавленості, заздрості, образи, сорому та гніву в різний час.

Почуття власності передбачає необхідність віддавати, причому не лише матеріальні ресурси, але й свій час, турботу, емоції. Піклуючись про об'єкти своєї власності (будинок, власну справу, про домашніх тварин або кімнатну рослину) й певним чином розвиваючи їх, особа приймає на себе відповідальність за їхній стан, захист і подальшу долю (Муздыбаев, 1983; Мэй, 2005). В свою чергу, почуття відповідальності спонукає особистість до визначення пріоритетів своєї діяльності, до кращої самоорганізації й раціонального розподілу своїх сил і часу. Воно сприяє формуванню більш розвиненої ціннісної системи, яка, окрім задоволення власних потреб і бажань, орієнтована також і на допомогу іншим, турботу про них. Водночас, почуття відповідальності надає відчуття власної значущості й необхідності іншим людям, яке підвищує самооцінку й віру в себе та спонукає до подальшого розвитку, до нових досягнень. Сам процес проживання життя стає при цьому більш усвідомленим і цілеспрямованим.

Однією зі складових почуття власності за теорією психологічної власності є відповідальність, яка має розвиватися із розвитком самого почуття власності (Мэй, 2005; North, 2002; Pierce, Kostova & Dirks, 2002). В умовах посилених випадковостей, невизначеності, і навіть, ризикованості, виникає надпроблемна, ускладнена ситуація, а відмова від відповідальності (чи її порушення) призводить до дисгармонії і конфлікту (Свєчаревська, 2012, с. 94). Як зазначає Тернопільська В. (2004, с. 47) міра відповідальності визначається співвідношенням свободи і необхідності, що є соціально зумовленим і визначає можливість реалізації особистістю своїх функції як суб'єкта життєтворення і конструювання реальності. Фактично людина може усвідомити свою свободу тільки через відповідальність (Леонтьев, 2000).

У науці тривають дискусії щодо рівня суб'єктності і відповідальності особистості, індивіда щодо власного життєконструю-

вання. Найдьонов М. (2010) розглядає потенціал і актуалізацію суб'єктності з позицій переосмислення її як ресурсу. А представники біхевіоризму наполягають, що ніякої свободи і відповідальності людини не існує, оскільки її поведінка так чи інакше зумовлена зовнішніми стимулами, що викликають, спонукають чи навпаки загальмовують певні поведінкові реакції.

Як обґрунтовує низка авторів, природа відповідальності пов'язана із особистісною свободою, наполегливістю, чесністю, обов'язковістю, активною життєвою позицією, самостійністю, самоорганізованістю, хоча й не зводиться до них, а поєднує їхній зміст (Йонас, 2001; Кузьмина, 2007; Свєчерська, 2012; Palamar, Le & Friedman, 2012).

Відповідальність має два вектори спрямованості: відповідальність за щось чи когось, і відповідальність перед кимось. Тобто вона описує спрощену систему взаємодії у трикутнику стосунків власності: суб'єкт — об'єкт володіння — інша особа (рис. 1.1).

Поділяючи базову ідею філософії Йонаса Г. (2001), ми вважаємо необхідним і критично важливим формування, плекання відповідального зрілого покоління перед майбутніми за наслідки власної діяльності заради збереження життя, природи і людського буття. Для цього важливим є фомування почуття власності щодо різних об'єктів.

Згідно положень синергетики почуття власності як жива система має три важливі риси: складність, множинність і темпоральність. Складність полягає у багатокомпонентній структурі та складній взаємозумовленості елементів і взаємозв'язків між ними. Множинність розкриває шляхи розвитку, розгортання, становлення, а темпоральність — чутливість до фактору часу та наявність сензитивних періодів.

Для пояснення поняття «почуття власності» ми використали загальнонаукові принципи. Принцип системності передбачає наявність складної структури почуття власності і його включеність в індивідуальний і соціальний контексти. Принцип детермінізму передбачає наявність причинно-наслідкових зв'язків між актуальним станом почуття власності і досвідом його проживання раніше, в тому числі у кризових умовах

ідентичності та відчуття безпеки, що проявляється через контроль над об'єктом власності, здатність розпоряджатися, впливати (за рахунок чого формується відповідальність чи безвідповідальність щодо об'єкту власності), унікальне, виняткове знання про нього та самоінвестування в нього (чим більше власних ресурсів людина вкладає в цей об'єкт, тим сильніше проявляється її почуття власності) (Chen, Gully & Eden, 2001; Noguti & Bokeyar, 2014; Pierce, Kostova & Dirks, 2002). У такий спосіб утворюється психологічний простір особистості. Важливо відмітити, що людина відчуває психологічний простір як свій, самозконструйований, персоналізований, присвоєний або створений нею самою, а отже як те, що має індивідуальну цінність. Вона має змогу контролювати і захищати все, що знаходиться всередині психологічного простору особистості. Однак останнє, як і почуття власності, не рефлексується без виникнення складних чи навіть загрозливих ситуацій. Вони прозорі, а отже важко піддаються позитивному опису (Нартова-Бочавер, 2008).

Психологічний простір особистості — суб'єктивно значущий фрагмент буття, який визначає актуальну діяльність і стратегію життя людини. Він включає комплекс фізичних, соціальних і суто психологічних явищ, з якими людина себе ототожнює (територія, особисті речі, соціальні прив'язаності, постави). Ці явища стають значущими в контексті психологічної ситуації, набуваючи для суб'єкта особистісний смисл, і починає оберігатися усіма фізичними і психологічними засобами. Ключове місце у феноменології психологічного простору посідає цілісність його меж, тобто фізичних і психологічних маркерів, що відокремлюють зону особистого контролю і приватності однієї людини від такої ж зони іншої людини (Нартовою-Бочавер, 2008, с. 136–137).

Котик І. (2017) обгрунтовує поняття «особистісної надійності», що передбачає здатність особи контролювати, захищати, конструювати і розбудовувати свій психологічний простір. Саме сформована успішна автономія, на думку дослідниці, є запорукою особистісної надійності і відповідних спроможностей.

Психологічний простір особистості розвивається в онтогенезі завдяки появі нових вимірів людського існування і прояву почуття власності щодо них, переносу своїх меж в рамках

тим, кому по-справжньому довіряє як самій собі» (с. 6). Сфера інтимного сприймається людиною як абсолютно істинне та значуще, оскільки відповідає її уявленням про власну сутність, цінність і сенс життя. Сутнісною ознакою переживання інтимності є відчуття спорідненості, близькості, яка, очевидно, формується на основі відчуття належності, сформованої ідентичності, а найперше — на основі почуття любові до самої себе, до власного життя, до іншої людини, до своєї родини, до світу в цілому, що спонукає до самопожертви і виходу із зони комфорту заради збереження і розвитку цих інтимних стосунків. Носіями, суб'єктами, творцями інтимного життя, як стверджує автор, є індивідуальне «Я» та міжіндивідуальне «Ми» (Татенко, 2013), що очевидно є прототипами індивідуального і колективного володіння.

Оскільки сфера інтимного охоплює найбільш значущі для людини, потреби, цінності і смисли, що складають сутнісне ядро її існування, то власне це є сферою, де особа більше ніж будь-де, відчуває себе суб'єктом, автором, здатною вільно творити свій світ і готова брати відповідальність за результати своїх дій чи бездіяльність (там само).

Машталєр А. (2011) розглядає відмінності «Я» і «Ми» в умовах постмодерного суспільства і наголошує на його трансформації від «соціального полімеризму», що характеризується безліччю повторюваних індивідів і їхніх дій, до «соціального молекуляризму», який, з одного боку, звеличує індивідуальність особистості, зберігаючи її автономію, а з другого — зміцнює соціальність. Ленгле А. (2008), пояснюючи взаємодію внутрішнього і зовнішнього, стверджує, що персональне буття особи однією своєю частиною є закритою, прихованою від інших, а другою — відкритою, публічною до зовнішнього світу. Тобто особистість може одночасно бути зверненою до свого внутрішнього світу і видкритою до нього, а також зверненою до зовнішнього світу і відкритою до нього.

Усі форми реалізації прагнення до приватності слугують тому, щоб збільшити можливість контролю над фізичним і соціальним оточенням і забезпечити суб'єкту максимальну свободу вибору (Нартова-Бочавер, 2008, с. 82). Почуття власності забезпечує особі відчуття приналежності, самоефективності,

і в актуалізованому стані, а також варіативність цих зв'язків, що надає почуттю власності функції адаптивності. Принцип розвитку зумовлює становлення і розгортання почуття власності і його переживання з опорою на попередній досвід особи і її здатністю до антиципації наступних переживань.

У стабільні періоди почуття власності прагне до рівноваги, використовуючи вже напрацьовані форми самовираження. Під час критичних подій, життєвих ситуацій воно може дестабілізуватися, а особа регресує до свого минулого, наприклад до імпульсивного оволодіння предметами власності.

Реалізація почуття власності, з одного боку, розглядається як специфічна потреба людини до відтворення власного буття, і другого — як перманентний процес, який збагачується за рахунок зміни об'єкта або динаміки. А також як самодетермінований процес, тому що відповідаючи екзистенційній потребі бути особистістю, вона використовує в якості ресурсу, соціальні зв'язки. Тож, співвідносячи ці ідеї з думками Франкла В. (2018), можна припустити, що фрустрація потреби у власності заважає самореалізації особистості загалом.

Коли матеріальні потреби людини починають переважати над духовними, вона виявляється невільною від себе — своїх меркантильних інтересів і бажань швидше «мати», ніж «бути» (Фромм, 2007). Гармонійне поєднання духовних і вітальних потреб є показником особистості, яка прагне самоактуалізації. При тривалому блокуванні, незадоволення з яких-небудь причин потреб у творчих, комунікативних практиках, активності, потреби бути особистістю виникає внутрішнє протиріччя, що приводить до дискомфорту, стресу.

Річард Пайпс (2008) відстоює тезу, що потяг до привласнення притаманний усім і означає набагато більше, ніж просто бажання володіти фізично відчутними об'єктами, оскільки є міцно пов'язаним з особистістю людини, й розвиває у неї відчуття власної гідності та віру у власні сили. Почуття власності тісно пов'язане з почуттями приватності й інтимності (Schwartz, 1968). Саме це переживання надає можливість відмежування від інших, уособлення, усвідомлення належності чогось лише одній людині. Пізніше багато західних соціологів, економістів і психологів пов'язували поняття власності з індивідуалістичними

проявами людини. До того ж не тільки з матеріальними її аспектами, але й з іншими сторонами особистості, такими як свобода, незалежність, прагнення до самоствердження, рівень самооцінки тощо (Карнышев, Бурменко, Иванова, 2006, с. 101; Нерсесянц, 1992; Фромм, 2019). Власність, як стверджують дослідники, — це свобода, що продовжується, точніше це розширення егоїстичної особистості на річ (об'єкт власності), яка не маючи власної гідності є частиною гідності власника. Тож, у стосунках між людьми, оцінюючи гідність іншої людини іноді до її принад зараховують і її власність.

Водночас слід підкреслити, що почуття власності не може бути зосереджене виключно на економічно-матеріальних об'єктах власності, таких як гроші, майно, коштовні речі тощо. Це стосується всього психологічного простору людини (Нартова-Бочавер, 2008), що поєднує комплекс фізичних, соціальних та суто психологічних явищ, з якими людина ототожнює себе (тіло, територія, приватні речі, режим часу, соціальні відносини, постави). Ці явища можуть бути особливо значущими відповідно до психологічної ситуації, набуваючи для суб'єкта особистісного значення, і починають захищатися всіма фізичними та психологічними засобами.

Беттелхайм Б., Спіро М. та Фьорбі Л. роблять висновок, що почуття власності особи є нерозривно пов'язаним з її особистими почуттями. Спільне користування загальними речами, брак особистих предметів власності сприяє формуванню почуття загальної єдності, неподільності, але при цьому втрачається той емоційний зв'язок, що зумовлює виникнення інтимності почуттів, переживання їх особливості й своєрідності, неповторності, спрямованості лише на щось одне (Bettelheim, 1969; Furby, 1980; Spiro, 1958).

Почуття власності як соціально-психологічний феномен бере свій початок і базується на інстинктивній, вродженій потребі людини у володінні, а от далі реалізовується воно вже залежно від різних соціально-психологічних чинників і може варіюватися у рівнях, формах і способах прояву на різних етапах онтогенезу людини (Beaglehole, 1931; Джеймс, 1991; Pierce, Kostova & Dirks, 2002; Пайпс, 2008; Хазратова & Луценко, 2011).

«обділеною» також і в соціальному плані. Страждає її самоповага, якість спілкування, загальна успішність. Персоналізація — це навпаки винесення себе назовні, наділення особистими рисами того, що попередньо ними відмічено не було. Вона також відповідає глибокій людській потребі екзистенційно-креативного змісту, головний зміст якої полягає в символічному подоланні скінченності індивідуального буття.

Панюкова Ю. (2004) у своїй концепції системно-структурної організації репрезентації просторово-предметного середовища наголошує на існуванні чуттєвого і смислового рівнів, при цьому чуттєвий рівень як фундаментальний і базовий для появи вже рівня смислів. Тобто спочатку виникає відчуття щодо просторово-предметного середовища, особа у певний спосіб його відчуває, формується певне почуття і лише тоді з'являється основа для смислів, значень та інтерпретацій.

Людину можна інтерпретувати як екзистенційно-тілесно-психо-територіальну цілісність в єдності з речовим середовищем як об'єктом ідентифікації. На думку, Сартра Ж.-П. не існує фіксованого, від самого початку заданого фіналу, певних стандартів і норм становлення особистості. Натомість ключовим атрибутом самості людини вважається її свобода (Сартр, 1989).

Близьким до поняття приватного, власного є категорія «інтимного», оскільки інтимне характеризує, на думку Татенко В. (2013), той аспект людського життя, який є глибоко особистісним. Тобто інтимне означає «Моє і тільки Моє» або «Наше і тільки Наше». Переживання приватності генетично пов'язане з таким прадавнім, базовим утворенням емоційної сфери як почуття власності. Власницькі потяги мають глибинну, інстинктивну природу; під впливом виховання вони лише видозмінюються, набувають просоціальних форм, але не знищуються і не зменшують своєї інтенсивності. Власність на свій життєвий час, право структурувати своє життя на власний розсуд — це також різновид почуття власності, який, по суті, є підґрунтям переживання приватності та формування психологічного простору особистості.

Інтимне Татенко В. (2013) визначає як те, «...що реально переживає, про що міркує і що робить людина, залишаючись наодинці із собою, як те, у чому вона може розкритися лише

бажана якість особистості. Конструювання автентичності відбувається внаслідок або як результат необхідності впорядкування двох дихотомій. По-перше, прагнення до стабільності та невпинною змінюваністю практик соціальності. По-друге, між потенційною необмеженістю виборів, наданих особистості, та скінченною обмеженістю фактичності як результатом здійсненого вибору.

Приватність є дуже важливою умовою збереження Я особистості. Переживання власності на територію (свою оселю насамперед), пов'язане з почуттям приватності, є надзвичайно значущим: воно забезпечує особистості почуття власної гідності та самоцінності. Депривація почуття власності, а відтак і приватності особи зумовлює прояв підвищеної залежності, зневіри у своїх силах, необґрунтованої орієнтації на оточення. Хоча у різних людей різною мірою виражена потреба в приватності, її обмеження зазвичай негативно позначається на внутрішньому світі людини і руйнує його. Регулярна депривація потреби в приватності (у повсякденому житті) зумовлює серйозні особистісні аномалії.

Почуття власності тісно пов'язане з переживанням приватності й інтимності. Саме таке переживання надає можливість відмежування від інших, підтримуючи уособлення, усвідомлення належності чогось лише одній людині, що підтверджується дослідженнями ізраїльських кібуців (Bettelheim, 1969; Spiro, 1958). Важливою психологічною ознакою власності є її здатність забезпечити приватність, яка є не тільки поведінковим явищем, а й унікальним психологічним переживанням, без якого неможливе існування особистості (Нартова-Бочавер, 2008; Хазратова, 2009). Згідно методології підходу Нартової-Бочарової С. суб'єкт розглядається в єдності своєї тілесності, територіальності, особистих речей, звичок, соціальних контактів і смаків, що базуються на загальнонаукових принципах системності, розвитку, детермінізму, суб'єкта і цілісності (інтеграція і синергетика) (Нартова-Бочавер, 2008, с. 13).

Приватність передбачає привласнення чогось у своє, персональне користування, тобто виокремлення свого особистого зі спільного або нічийного. Вона співвідноситься з відповідною потребою: брак необхідної міри приватності робить людину

Як зазначають Хазратова Н. та Луценко М. (2011), почуття власності є доволі складним утворенням, яке поєднує такі компоненти: переживання власне належності собі тієї чи іншої речі, її зв'язку з емпіричним Я людини, що дає відчуття її емоційної та сенсової значущості, незамінності; переживання легітимності володіння об'єктом — власне, своїх прав на нього, визнаних іншими; переживання тривоги, страху, що пов'язані з потенційною можливістю втрати цього об'єкта. На нашу думку важливим є й переживання з приводу бажання володіти якимсь об'єктом.

Болісний процес розривання зв'язків і втрати Мирончак К. (2019) пояснює тим, що одразу після формування уявлення про власне Я, починається поступовий і безперервний процес накопичення всього, що набуває статусу «Моє». І чим тіснішими стають зв'язки між «Я» і «Моє», коли людина ідентифікує себе з певними об'єктами, фактами, подіями, тим болючішими є відчуття, які виникають внаслідок втрати цих зв'язків. Рівень міцності і близькості цих зв'язків може бути різний: від простого накопичення до більш серйозного укорінення та злиття з потенційним об'єктом втрати. Починаючи чи не з самого народження, людина перебуває у процесі накопичення: знань, умінь, навичок, інформації, соціальних зв'язків, емоцій, вражень, матеріальних речей тощо. Все це поступово диференціюється, інтеріоризується у життєвий досвід особистості і набуває своєї суб'єктивної цінності. Накопичуючи важливі для себе об'єкти, людина стає володарем певних благ (матеріальних, нематеріальних, соціальних, інформаційних, абстрактних), якими вона може розпоряджатися як своїм особистим капіталом. Накопичення — це один із перших рівнів взаємодії людини зі значущими об'єктами, які вона вносить до власного реєстру ресурсів (Мирончак, 2019).

Рубінштейн С. (1999, с. 640) писав, що «людина є те, що вона має; її майно складає її сутність, її власність поглинає її особистість... Важко провести межу між тим, що людина вважає самою собою, і тим, що вона вважає своїм. Те, що людина вважає своїм, в значній мірі визначає і те, чим/ким вона сама є». Підтвердження цих ідей знаходимо в емпіричних розвідках зарубіжних колег (Turk, van Bussel, Waiter & Macrae, 2011).

Агувія А., Гарг Н., Батра Р. і Макферран Б. обґрунтовують існування такого поняття як гордість власності і його важливості для ідентифікування з об'єктом. Дослідники наголошують на плинності і динамічності цього явища, що гордість за об'єкт власності може посилюватися і послаблюватися з часом, залежно від певних обставин, що у свою чергу визначатиме особливості стосунків із цим об'єктом. Вони виявили, що відчуття гордості за власність пов'язана з побудовою п'яти основних аспектів ідентичності: виховання (культивування, розвиток, становлення) особистого смаку, досягнення незалежності та дорослості, досягнення соціального статусу, побудова тісних стосунків та зв'язок з групами (Ahuvia, Garg, Batra & McFerran, 2018). Ця близькість включає ступінь психічної взаємодії з об'єктом гордості, його повсякденну важливість та емоційну прив'язаність власника щодо предмета гордості. Автори виявили, що гордість щодо подарунків також походить із трьох джерел: 1) власник може пишатися добрими властивостями об'єкта, 2) відчувати гордість лише через те, що знає, що інші можуть бути вражені цим, та 3) власник може відчувати гордість, щоб витримати норму в очах дарувальника. Рівень гордості щодо об'єкту власності може зменшуватися, якщо сам предмет гордості зношується, старішає або з власної вини рідше використовується власником.

Полунін О. (2012) вказуючи на множинність темпоральних процесів щодо одного й того самого об'єкту, виокремлює два часові процеси в минулому: старіння пропозиції (об'єкта), тобто зменшення його привабливості зі збільшенням часового інтервалу, темп якого залежить від абсолютної і відносної цінності об'єкту, та відкритість минулого, що полягає у ментальному розгортанні минулої події до теперішнього моменту і дає змогу зберігати актуальність і цінність об'єкту у теперішньому. Також він виокремлює два часові процеси щодо майбутнього: бар'єр із нульовою імовірністю, що діє за умов принципової неможливості реалізувати наявну пропозицію, проявляється у загальному зниженні привабливості пропозиції незалежно від її початкового рівня привабливості у теперішньому, і старіння у майбутньому описує уявну втрату можливості скористатися пропозицією в перший день початку її дії, тобто кожен наступний день очікування веде до втрати позитивних реакцій на об'єкт (с. 17).

Дослідники виокремлюють три етапи володіння: перед придбанням (привласненням), власне саме володіння та після володіння (втрата, подарунок, продаж) (Ahuvia, Garg, Batra & McFerran, 2018). Виходячи з цього дослідники пояснювали дію гордості щодо матеріальних речей і її вплив на споживацьку поведінку людей (Кузьмук, 2015 б; Посыпанова, 2012). Проте на нашу думку, таке переживання як гордість за об'єкт володіння може бути поширений на різні об'єкти власності з різних сфер життєдіяльності особистості та відповідно різних вимірів її психологічного простору.

Почуття власності до певних об'єктів формує, визначає, утворює, регулює психологічний простір особистості. Тема приватності, психологічного простору і їхньої ролі у функціонуванні особистості не є новою для психологічної науки. Її розробкою займалися низка вчених. Так, теоретико-методологічною основою дослідження психологічного простору особистості є низка теорій: приватності (Altman, 1975; Dembytska, 2017; Simitis, 1987; Westin, 1967; Wolfe, 1978; Хазратова, 2010, 2018, 2021), суверенності (Нартова-Бочавер, 2008), інтимності (Татенко, 2013), автентичності (Кочубейник, 2010). Альтман І. визначає приватність як вибірковий контроль доступу до себе, що досягається шляхом перетворення середовища (Altman, 1975). Вульф М., продовжуючи ідеї Альтмана І. зробила суттєвий крок вперед від середовищної парадигми до гуманістичної, виокремлюючи два основні елементи: регуляцію взаємодії і регуляцію інформації (Wolfe, 1978). Останнє відповідає потребі володіти особистою, «нерозділеною» інформацією, наприклад, знаходитися в такому місці, про яке ніхто не знає (Нартова-Бочавер, 2008, с. 70).

Кочубейник О. (2010) тлумачить автентичність не як інтегральний феномен, а як вільне оперування різнорівневими і різноспрямованими інтерпретаціями, що забезпечує найвищу продуктивність особистісного становлення. Дослідниця наголошує, що конструювання автентичності — це перманентний процес, що пов'язаний з постійним рухом і розвитком особистості її життєвого шляху. Автентичність розглядається як відповідність власній сутності, як важлива складова цілісності і зрілості особистості, як показник її узгодженості і конгруентності, як

між володінням певними речами і розвитком самосвідомості, а також вплив власності на розвиток упевненості у своїх силах. На прикладі жителів ізраїльських кібуців було встановлено, що дорослі, в яких з дитинства виховували байдужість до володіння особистим майном, справді проявляли таку байдужість. При цьому вони проявляли виняткову солідарність з групою, високий рівень конформізму, готовність поставити інтереси групи вище особистих, але у них досить важко виникали почуття особистої прихильності до якоїсь людини (зокрема, дружба і закоханість), вони не могли брати на себе відповідальність ні за своє життя, ні за долю іншої людини. За умови домінування звички до колективізму, колективної власності складаються стосунки, коли близька людина сприймається не унікальною, а такою, яку легко замінити на якусь іншу. Тому надмірна орієнтація на групу не може сприяти розвиткові глибоких міжособових стосунків (Furby, 1980). Варій Ю. (2009) наголошує, що економічна депривація, яка може бути базовою, нормативною і відносною, викликає в особистості зниження настрою, тривогу, напруження, незадоволення, страх, розпач тощо. Рівень її негативного впливу залежить від типу і тривалості депривації.

У цьому контексті почуття власності чи сама власність виступає символом побудови соціальних стосунків. Вона носить символічний характер, завдяки якому дитина навчається вибудовувати взаємини з іншими. На смислоутворюючий характер почуття власності вказував Ричков Д.: речі і відносини стають символом стійкості людини в соціокультурному просторі (Рычков, 2007).

Іграшка як власність для дитини виступає певним символом влади і атрибутом побудови стосунків. Діти дозволять погратися зі своїми іграшками лише тим, хто їм подобається, отже, за допомогою «свого» предмету визначається позитивне чи негативне ставлення до наколишніх, рівень своєї довіри до них. Для дитини дошкільного віку дати власну іграшку це фактично віддати частинку себе. Часто цей акт супроводжується болісними переживаннями, тривогою та страхом втратити «своє». Беззаперечне віддавання «свого» у дошкільному віці призводить до зниження й ослаблення вольових зусиль дитини, її неможливості в майбутньому відстоювати свої інтереси і досягати поставлених цілей.

практику людей, можливості передбачити та виправити свої поведінкові патерни. Почуття власності може мати нормальний, типовий і ненормальний, девіантний прояв у соціальних практиках людей. Може зумовити появу схильності до девіантних соціальних практик. Це залежить як від біологічних, так і від соціальних чинників. Почуття власності визначає особистісні риси та моделі поведінки, які можуть виражатися в різних соціальних практиках.

Розгортання реалізації почуття власності починається від потреби володіння, психологічними витоками якої є прагнення самоефективності, формування самоідентичності і потреба територіальності або свого місця. Основною ціллю чи бажаним наслідком почуття власності є навіть не володіння об'єктом як таке, а очікуване відчуття задоволення. А чітко вибудувані завдяки цьому межі психологічного простору особистості і сформована приватність є запорукою психологічного благополуччя особи, успішного життєконструювання і, врешті решт, відчуття нею щастя.

У своїй теорії Ріфф К. визначає психологічне благополуччя як складний, інтегральний феномен, що характеризує позитивне функціонування особистості та виражається в суб'єктивному відчутті задоволеності життям, реалізації власного потенціалу і залежить від суб'єктивної якості комунікацій особистості з навколишніми. Шестикомпонентна модель психологічного благополуччя включає: самоприйняття (самооцінка) (позитивна оцінка себе і свого життя); контроль над обставинами (здатність керувати своїм життям); позитивні стосунки з іншими; наявність мети у житті (самоефективність) (набуття спрямованості у житті та сенсу); особистісне зростання та автономія (здатність слідувати своїм цінностям і переконанням) (Ryff, 2008). Якщо ми порівняємо структуру почуття власності і складові психологічного благополуччя, то побачимо, що вони сильно взаємопов'язані.

Підвищення психологічного благополуччя зменшує соціальну напругу, попереджає виникнення стресових станів та порушення поведінки, збільшуючи загальний рівень якості життя (Абрамюк & Липецька, 2018). Виникнення таких позитивних ефектів стають можливими через розвинену соціальну мережу взаємозв'язків та соціальну інтеграцію через ці зв'язки

з іншими; через можливості отримувати ресурси для самореалізації та здійснення особистісно значущої діяльності; через побудову чіткої стратегії і лінії поведінки (Павлюк, Шопша & Ткачук, 2018; Burke & Cerven, 2019). Також можна зустріти роботи, які вказують на пряму залежність рівня психологічного благополуччя від емоційного інтелекту особистості (Agu & Nwankwo, 2019).

Титаренко Т. (2018) зазначає, що необхідною умовою досягнення і збереження особистісного здоров'я є тісний зв'язок із відчуттям суб'єктивного благополуччя, задоволеністю життям, переживанням щастя, здатністю і готовністю особистості до творчого конструювання власного життя. Основними індикаторами здорової особистості, яка відчуває психологічне благополуччя є, насамперед, цілісність, потреба у самореалізації та здатність до саморегуляції.

Нерідко суб'єктивне благополуччя пов'язують з поняттям життєвої успішності (Вінков В., 2018; Губеладзе, Боровинська & Мирончак, 2020). Традиційно науковці розглядають суб'єктивне благополуччя як узагальнений психологічний показник, який відображує задоволеність особистості власним життям, переживання позитивних емоцій, щастя і соціальну впевненість. При цьому суб'єктивне благополуччя складається щонайменше з двох компонентів: гедоністичного благополуччя (щастя, задоволення, насолода) і евдомонічного благополуччя (досягнення мети).

Емпіричні дослідження Вінкова В. (2018, с. 21) щодо уявлень молоді про життєвий успіх показують, що найчастіше індикаторами життєвої успішності молодь визначає добрі стосунки (41,3%) та можливість творчої самореалізації (32,6%), і тільки 2,7% і 3,8% визнають показником успіху багатство і соціальне визнання відповідно.

Суб'єктивне благополуччя особистості має свій активний початок, який виражається у спрямуванні активності на досягнення успіху. Життєва успішність часто залежить від усвідомлення своїх результатів у важливих для особистості сферах життєдіяльності, оцінки цих результатів, як значущих. Цей стан супроводжується переживанням суб'єктивного благополуччя, задоволення життям, відчуттям авторства і сенсу життя, самоздійснення і життєконструювання (Титаренко, 2018).

Саме власність і переживання почуття власності стимулюють розвиток самостійності та відповідальності дитини. Остання навчається оберігати «своє», дбайливо ставитися до своїх речей. Коли дитина має речі, які належать тільки їй, важливо, щоб у неї було й право самостійно розпоряджатися цими речами. Можливо вона розмалює столик, зіпсує одяг чи зламає іграшку, проте необхідно дати змогу їй зробити це. Тоді у дитини виникає досвід втрати, втрати «свого», а, отже, формується відповідальність і дбайливе ставлення до речей.

Формування деяких важливих утворень внутрішнього світу особистості, зокрема, почуття власної гідності, системи цінностей, самооцінки та віри у власні сили, у спроможність досягти певного результату тощо тісно пов'язане з переживанням почуття власності, належності собі певної речі. Власність допомагає людині виразитись у зовнішньому світі, а також є важливим джерелом психологічних ресурсів становлення та розвитку особистості.

Як було показано, власність надає людині не лише матеріальні ресурси для життя та розвитку, але й, шляхом переживання почуття власності, належності собі певної речі, сприяє формуванню внутрішнього світу особи, її системи цінностей і самооцінки, віри у власні сили, у спроможність досягти певного результату. Вона допомагає особі проявити себе у зовнішньому світі, ідентифікувати себе по відношенню до інших. Таким чином, власність є також важливим джерелом психологічних ресурсів становлення та розвитку особистості.

Формування почуття власного «Я» тісно пов'язане з почуттям власності. Це почуття є основою самоствердження дитини у соціумі, окреслення нею своєї території, своїх меж, які ніхто не має права порушувати. І питання не в тому, що дитині конче необхідна саме зараз і саме ця іграшка, однак у такий спосіб вона демонструє своє «Я», своє право на власність, а, отже, і право самоствердження, у такий спосіб, керуючись, визначаючись чи обмежуючись поведінкою інших.

Почуття власності є дуже важливим і забезпечує особистості почуття власної гідності, самоцінності. Якщо його немає, то посилюється залежність, зневіра у своїх силах, а також сліпа орієнтація на оточення. Фьорбі Л. простежила цікавий зв'язок

вибудовуватиме соціальні стосунки у дорослому житті. З іншого боку, дитина оцінює та розподіляє власне оточення та однолітків на «друзів», «своїх» і «не друзів», «чужих» відповідно до того, хто дає їй змогу покористуватися власними речами, погратися іграшками. Власність у даному випадку постає як символічне мірило і показник дружби та добрих взаємин. Уміння ділитися є основою дипломатичних і конструктивних взаємин дитини з оточенням, а в майбутньому і дорослої людини.

В цей період поряд з появою відчуття «свого» з'являється почуття «чужого». Часто поява і розведення цих понять не збігаються у часі. Дитина спочатку визначає, відмежовує та відстоює своє, а вже пізніше починає розуміти, що інші теж мають «своє», а, отже, для неї це «чуже», те, що не можна брати без дозволу, те, на що не поширюється її право власності. Як правило, це почуття формується під впливом дорослих, які активно намагаються контролювати та спрямовувати процес усвідомлення дитиною понять «своє-чуже», навчати дитину ділитися.

Тож до 4–5 років формується перше уявлення про поняття власності, володіння, диференціація «свого» і «чужого». Це перший етап економічної соціалізації. Незважаючи на те, що дошкільники ще не проявляють такої активної економічної поведінки, і лише деякі з них мають можливість отримувати власні гроші (від батьків, родичів у подарунок) та розпоряджатися ними тільки у старшому дошкільному віці, саме ранній та дошкільний вік, на наш погляд, є ключовими у процесі економічної соціалізації людини (Berti, Bombi & Duveen, 1988; Blake, 2010; Rossano, Fiedler & Tomasello, 2015).

Поява почуття власності є одним з важливих новоутворень дошкільного віку, що хронологічно випереджає появу елементарних уявлень про гроші, фінансову та економічну поведінку, про фінансову цінність речей. Це базове почуття, яке в подальшому лягає в основу самооцінки людини, особливостей побудови нею соціальних взаємин, визначає її позицію в соціуму і стратегії поведінки. Це важливий і неминучий етап розвитку кожної людини. Водночас почуття власності до різних об'єктів формується з різним рівнем значущості і може з'являтися і проявлятися по різному, зумовлюючи активну, відповідальну життєву позицію, або, навпаки, пасивно-очікувальну.

Переживання належності собі певної речі, території, матеріального чи нематеріального об'єкта є особливими. Почуття та дії стосовно них дуже нагадують почуття і дії особи стосовно самої себе — вони дорогі їй, і вона їх ревно охороняє. Причина в тому, що згадані об'єкти багато в чому утворюють зміст емпіричного Я людини. Це не залежить від міри контролю, який реально здійснюється над таким об'єктом, а також від міри прихильності до нього. Так, наприклад, «мій шеф» може значно більше контролювати мене і впливати на мене, ніж я на нього, а «моя хвороба» викликати виключно негативні емоції. Тим не менше вони також стають частиною емпіричного Я, а їх втрата позбавляє людину чогось істотного.

Почуття власності щодо певного об'єкту нерозривно пов'язане з переживанням легітимності цієї належності, — це річ, на яку власник має право. Отже, інші повинні визнати це право, інакше переживання власності буде «неповноцінним». Легітимність цього права може бути зафіксованою як юридичними приписами, так і громадською думкою (так, наприклад, у народі прийнято вважати, що знайдена річ має належати тому, хто перший її помітив; автор має право на продукт своєї праці; дарунок належить обдарованому, а не дарувальнику тощо). Легітимність дає змогу не лише обгрунтувати, а й соціально утвердити, закарбувати своє володіння об'єктом, пролонгувати його в часі. Загроза, що об'єкт буде вилученим з нашої власності, спонукає дві тенденції поведінки: з одного боку, агресію, а з другого — активні спроби ще раз обгрунтувати свої права на об'єкт власності. Отже, переживання «моє» грунтується на переживанні цілковитої виправданості відносин належності.

Особливо яскраво це виявляється у випадку, коли легітимність відносин власності є низькою. Зокрема, це має місце в сучасній Україні: наявність законів, що захищають права власності, не можуть позбавити людей відчутного страху за свою власність. Брак віри в те, що ніхто ніколи не конфіскує власність всупереч наявним законам. Брак віри у свої права на власність і визнання чужих прав на неї. Внаслідок цього юридичний захист власності є лише частковим. Страх втратити свою власність спричинює готовність до агресивної поведінки, яка часто і реалізовується в нашому суспільстві у відносинах

власності. Безумовно, це радикальним чином підриває консолідованість суспільства і стабільність його економічної системи.

Відчуження частини власності, розставання зі старим другом або побутова крадіжка приводить людину у стан дезінтеграції, близьке до переживання насильства (Нартова-Бочавер, 2008, с. 128), а Мак-Віл'ямс Н. (2007) порівнює цей стан з втратою частини себе.

Оскільки почуття власності є психологічним атрибутом особистості, який виділяє її з-поміж інших, важливим є обгрунтуання її соціально-психологічної природи.

1.3. Соціально-психологічна природа почуття власності: сутність, функції та особливості конструювання

Почуття власності як соціально-психологічне явище має дуальну природу, з одного боку визначаючись через соціокультурний контекст, з іншого боку, відтворюючи і продукуючи його. Науковці доходять згоди, що власність проникає в різні сфери життєдіяльності особи і має вплив на її активність, комунікацію і соціальні практики.

Почуття власності не завжди грає лише адаптаційну чи мотиваційну роль у житті людини. Воно тісно пов'язано з особистістю, її ставленням до життя, до людей, з її переконаннями та поглядами (Емельянов, 2002). Почуття власності — це один із видів моральних почуттів, у якому проявляється стійке особисте ставлення до соціальної дійсності, інших людей і самого себе через призму ставлення до певного об'єкту власності і до власності загалом. Воно формується в соціальній взаємодії та спільній діяльності людей у процесі їх спілкування і є важливим інструментом оцінки вчинків і поведінки, а також регулювання індивідуальних відносин.

Однією з особливостей почуття власності є те, що воно має низку рівнів прояву, починаючи від безпосередніх почуттів щодо певного об'єкта і закінчуючи вищими соціальними формами, пов'язаними з соціальними цінностями, ідеалами та поставами особистості. Соціальні інститути, зокрема, соціальні символи, що підтримують їх стійкість, деякі традиції, норми

воно виявляє себе у так званому територіальному інстинкті — захопленні, «привласненні» (шляхом відповідного «позначення») певної території, а також посиленого її відстоювання у випадку зазіхань з боку інших представників свого біологічного виду (Carpenter, 1958). Така потреба в території, як і багато інших вітальних потреб, має біологічну основу: своя територія необхідна для виживання і продовження роду.

Остапенко Т. (2015) обґрунтовує відносно нову економічну категорію «бебі-економіка», що передбачає соціалізацію дитини через входження до глобалізованої економічної системи з використанням певних ресурсів, таких як природні дані дитини (спадковість), перетворення її на об'єкт освітньої системи в процесі виховання та навчання. Тобто інтернаціоналізація освіти передбачає формування та використання бебі-економіки з метою виховання та навчання дитини у такий спосіб, щоб вона могла скласти у майбутньому конкуренцію подібним фахівцям із різних країн світу. Це, як наголошує автор, поряд з іншими вагомими чинниками, стає основою глобалізації інновацій та створення світової інноваційної системи.

Почуття власності відноситься до багатьох аспектів психічного розвитку дитини. Особисте майно часто є складовою образу самого себе і визначає мотивацію людської поведінки, її ефективність і компетентність. Проблема власності часто постає як центральна у розвитку взаємин з однолітками і соціальним оточенням. На прикладі дітей-сиріт Радіна Н. та Сурніна О. (2009) показують депривацію ставлення до власності та особливості економічної соціалізації, що вирізняються порушеннями сприйняття не тільки власності і грошей, а й проблемами у комунікації, вмінні адекватно відстоювати свою власність, домовлятися, ділитися тощо.

З віком діти починають ділитися, і це є показником наступного етапу — формування на основі почуття власності взаємин з іншими. Дитина дозволяє користуватися своїми речами виключно тим особам, з якими вона товаришує та яким довіряє. Часто діти дають свої іграшки лише в обмін на якусь іншу річ, що є запорукою того, що її повернуть. У такий спосіб дитина наче уникає прояву жадібності і водночас послаблює страх втрати «свого». Цей момент є ключовим у тому, як дитина

займенниками, що виражають стосунки власності (наприклад, «татова книга», «Іванкова панамка»).

Дорослішаючи, діти починають ділитися. Якщо вони роблять це за власною ініціативою, то це ніяк не суперечить власницьким потягам. Перший крок до готовності поділитися — запрошення до гри, де інший малюк може розділити радість від улюбленої іграшки і в такий спосіб подвоїти радість її маленького власника. Якщо ж інший малюк спробує забрати цю іграшку, то викличе сильний спротив, обурення і можливий прояв агресії чи розпачу. Це — нормальний вияв власницьких почуттів; набагато гірше, якщо дитина настільки переймається контролем над своїми іграшками, що не може грати з іншими дітьми. Вона тримає свої іграшки, боїться відпустити їх від себе. Навчити дітей ділитися буває дуже складно. Однозначно, що для досягнення успіху в цій справі не потрібно вимагати, щоб дитина ділилася тим, що справді для неї є дорогим і становить цінність — наприклад, цукерками, улюбленими іграшками. Примушувати дитину ділитися тим, що для неї найдорожче, означає піти проти її власницьких потягів і посилити, актуалізувати їх, внаслідок чого може виникнути жадібність, агресивність, відчуження.

Старші дошкільники і молодші школярі вже, як правило, вміють ділитися, але дух власника і пристрасть до накопичення лише зростають. Пайпс Р. (2008) вважає, що ближче до дев'ятирічного віку власницькі потяги великою мірою спрямовуються на гроші: виникає виражений інтерес до них і намагання назбирати їх якомога більше.

Сказане вище переконує, що накопичувальні прагнення виникають не під впливом культури, а є вродженими інстинктами, які культурою відшліфовуються, викристалізовуються, надають їм соціально прийнятних форм. Дитина не є створінням, що легко пристосовується до постав як колективної, так і приватної власності. Навпаки, її перші потяги, спрямовані на приватну власність, культурне середовище лише пом'якшує, «розмиває» цю орієнтацію (Meyer, Stanley, Jackson, McInnis, Maltin & Sheppard, 2012). Переживання власності бере свій початок ще від інстинктів, притаманних тваринному світу. Тому можна говорити про філогенез почуття власності. У тварин

та соціальні практики, відіграють важливу роль у значенні формування та розвитку власності як одного з найвищих людських почуттів. По мірі емоційного процесу почуття власності розвивається і, хоча воно має свої біологічно детерміновані підстави, є продуктом життя людини в суспільстві, її спілкування, навчання і соціалізації.

Як слушно зауважує Дембицька Н. (2008), власність водночас є і основою суспільних відносин, визначаючи особливості всієї системи, і об'єктом відносин людини, її переживань, цінностей, основою формування її економічної суб'єктності (с. 55). Однак почуття власності є значно ширшим поняттям, ніж в розумінні економічних психологів. Як було показано вище, власність фактично є продовженням особистості, а почуття власності стає частиною її самосвідомості. А це у свою чергу визначає соціально-психологічний контекст взаємодії суб'єктів, що реалізовується у соціальних практиках.

Виходячи з цього перед нами постало завдання обґрунтувати концептуальні засади дослідження почуття власності як соціально-психологічного феномену, систематизувати та узагальнити наукові погляди та критерії його аналізу.

Хащенко В. (2011), обґрунтовуючи теорію суб'єктивного економічного благополуччя, стверджує, що власність відіграє важливу роль у повсякденному житті, у способах сприйняття і оцінки людиною самої себе та інших людей, формуючи складну систему соціальних символів, що несуть інформацію про їхніх власників. Наприклад, власність символізує не тільки особистісні риси людини, але і позначає, до якої групи вона належить, її загальний соціально-економічний стан. Люди не лише виражають свої особистісні і соціальні якості через власність, але також роблять висновки про ідентичність інших людей на основі їхньої власності (Радина, 2012). Як і у випадку зі ставленнями, реалізація почуття власності має когнітивний, емоційний та поведінковий компоненти і може існувати на індивідуальному або груповому рівні (Pierce, Kostova & Dirks, 2002).

Деякі західні дослідники розглядають символічне значення речей як баланс між двома динамічними силами: диференціації (виділення власника із соціального контексту, підкреслення його індивідуальності) та подібності (інтеграція власника

в соціальний контекст: люди, що мають певні однакові чи схожі речі об'єднуються у певні соціальні групи).

Виходячи із соціально-психологічної природи власності Прентіс Д. виокремлює символічні й інструментальні функції володіння. Інструментальні дають змогу керувати середовищем у відповідності до власних потреб. Символічна функція власності полягає в тому, щоб підтримувати власну ідентичність, мати чи будувати власну історію, ідеальний образ себе та значущих інших, самовираження через об'єкт власності, фактично наділяючи його функціями суб'єкта діалогу (Prentice, 1987).

Ідентичність, на думку Фукуями Ф. (2020), виникає із розмежування між внутрішнім «Я» і зовнішнім світом спільних правил і норм, який не визнає належним чином внутрішніх цінностей особистості. Але тоді виникає питання, що таке саме «внутрішнє Я». На думку багатьох дослідників, це і є ідентичністю.

Для повнішого розуміння психології власності, доцільно розглянути поняття гідності, яке великою мірою залежить і визначається особливостями стосунків у «трикутнику взаємин власності». Зокрема гідність ґрунтується на внутрішній цінності особистості, наділеної суб'єктністю. Також вона може бути зумовлена належністю особи до певної групи зі спільною пам'яттю і досвідом. Але так чи інакше відчуття власної гідності потребує зовнішнього визнання або так званої психологічної легітимації. Поняття гідності історично виникає тільки тоді, коли виникає питання рівності усіх людських істот. В епоху інформаційного суспільства, Інтернет ще більше зрівняв можливості людей з різних соціальних прошарків.

Невдоволення матеріальним становищем стає значно болючішим і відчутнішим, якщо до нього додається відчуття приниження. Більше того, часто те, що ми звикли визначати як економічну мотивацію, насправді є не просто відображенням прагнення до багатства і ресурсів, а прагненням мати гроші як маркер статусу і можливостей, індикатора самовпевненості і засобу «купити повагу» (Фукуяма, 2020, с. 23).

Усі люди прагнуть оцінки їхньої значущості і гідності. Одним з найпотужніших стимулів людської поведінки є те, щоб її вважали «не гірше» за інших і надавали рівне право для всіх

Спираючись на основи епігенетичної теорії і періодизації психосоціального розвитку особисті Еріксона Е. (1996), можна пояснити етапність розгортання почуття власності в онтогенезі.

У дошкільному віці відносини власності і почуття власності стосуються, насамперед, неживих, матеріальних об'єктів («моя іграшка»), які часто переносяться на живі об'єкти («моя мама»). При цьому володіння нематеріальними об'єктами не є характерним для дошкільнят. Наочно-дійове та наочно-образне мислення дітей дошкільного віку не дає змоги відчувати власність на нематеріальні об'єкти. Все те, що вони визначають як «своє», можна відчути, його можна торкнутися (Жилина, 2005, 2009; Rossano, Fiedler & Tomasello, 2015).

Дитина стає вередливою і вимогливою у відстоюванні свого права на власність. Ніхто не має права торкнутися її мами чи взяти її іграшку. Як зазначає Пайпс Р. (2008), діти 1,5–2-річного віку вирізняються високим рівнем агресивності щодо інших дітей у боротьбі за право володіння певними речами. При цьому спостерігаються не лише власницькі потяги щодо уподобаних предметів, а й заздрісне ставлення до речей однолітків. Це саме той період, коли володіння предметом постає як критерій категоризації, диференціації та самоствердження дитини в соціальному світі.

Приблизно у дворічному віці у дітей формується доволі сильно виражене почуття власності, що здебільшого стосується іграшок. Якщо раніше воно проявлялося інстинктивно, то тепер дитина усвідомлено і цілеспрямовано заявляє власні права на ту чи іншу річ. Це реалізовується за допомогою займенника «моє», який стає важливою складовою дитячого лексикону. Вислів «Це моє!» можна чути постійно (Пайпс, 2008). Одночасно дитина розуміє під цим: «це не твоє», а отже, проводить чітку демаркаційну лінію між своїми правами і чужими зазіханнями на цю річ, підкреслюючи легітимність перших і неправомірність других. Щодо чужих речей, то тут розмежувальна лінія не настільки чітка, а інстинкт привласнення підштовхує до їх захоплення, якщо вони подобаються. З приводу чужих речей заява «Це моє!» звучить не менш категорично. Водночас формуються перші поняття про власність; навчившись складати речення з двох слів, діти часто називають предмети із

шести років дитина має сформоване «Его» та «Супер-Его». І якщо «Его» забезпечує розумний контакт особи із зовнішнім світом, соціальним контектом, то «Супер-Его» вже є інтеріоризованим варіантом соціальних норм і цінностей у внутрішній світ особи. Виходячи з цього можна припустити, що почуття власності вже має зароджуватися у віці до 5–6 років. Однак більшою мірою ми поділяємо підхід епігенетичної теорії Еріксона Е., який виокремлював вісім стадій психосоціального розвитку особистості (Эриксон, 1996).

Дослідники проблем економічної соціалізації визначають, що усвідомлення власності відбувається на межі між молодшим та дошкільним віком (Дембицька, 2008; Москаленко, 2013; Фенько, 2000). Діти переспрямовують поняття «моє» з матеріальних речей на соціальні об'єкти, якими часто є батьки та найближче оточення. Поведінка маленького власника у спілкуванні з однолітками набуває соціальних характеристик, включаючи міжособистісний контроль власності (Анкудинова, 2009; Blake, 2010; Brown, Pierce & Crossley, 2014). На цьому етапі одним із ключових факторів формування почуття власності є ставлення групи до об'єктів, а також внутрішньогрупове та міжгрупове порівняння.

Отже, поява почуття власності — одне з найважливіших явищ, що характеризує економічну соціалізацію дошкільника. Ще до того, як виникають базові знання дитини про гроші, цінні речі та економічні явища, перш ніж її навчать здійснювати елементарні фінансові операції та планувати витрати, головним у цьому процесі навчання є почуття власності. Воно тлумачиться як основне відчуття, яке в майбутньому визначатиме особливості побудови особою соціальних відносин, її самовизначення в суспільстві, формування самооцінки тощо. Виникнення та формування почуття власності є важливим і неминучим етапом розвитку кожної дитини.

Однак, як і більшість економічних концепцій, розуміння власності у дошкільному віці все ще є дещо диференційованим та автономним. І лише в молодшому шкільному віці, з розширенням світогляду, знань та досвіду економічної поведінки дитини, розуміння власності починає диференціюватися, і її зв'язок з такими поняттями, як «гроші», «вартість», «соціальна нерівність» тощо.

у виконанні певних функцій, що в науці називається ізотімією (там само, с. 33).

Платон у своїй праці «Держава» (2016) вперше згадує про Тимос, що позначає начало в душі людини, яке прагне визнання. І якщо в його розумінні воно використовувалося виключно для позначення гідності військових, як людей, які ризикують своїм життям, заради великої кількості інших людей та заради держави. То вже, починаючи із середньовіччя, коли християнські постулати утвердили цінність життя кожної людини, гідність стала загальноприйнятим явищем, яке стосувалося абсолютно кожної людини, а прагнення до визнання — властиве кожній людській душі. Вже згодом Кант Е. утвердив поняття універсальної гідності як раціональний моральний закон, що передбачало, що кожна особа має право на визнання і захист своєї гідності. Тимос — це універсальне явище людської сутності, яке існувало завжди. Однак уявлення про те, що в кожного з нас є гідне поваги внутрішнє «Я» і що навколишнє суспільство може бути несправедливим, визнаючи його — є більш сучасним (Фукуяма, 2020, с. 34–35). Насправді люди часто хочуть визнання не своєї індивідуальності, а своєї тотожності з іншими, а їхні економічні мотиви породжуються із потреби у визнанні (там само, с. 104).

Особиста самоідентифікація в галузі економічних і соціальних відносин базується на міжгруповому та внутрішньогруповому порівнянні. Приналежність людини до тієї чи іншої спільноти зумовлює її самовизначення, включаючи актуалізацію почуття власності на будь-які сфери індивідуального психологічного простору. Відповідно, зміна громади або її статусу в ній, безумовно, впливає на переоцінку та трансформацію почуття власності, її валентність та інтенсивність прояву.

Власність ніби основа людини, де речі та відносини стають символом людської стабільності в соціальному та культурному просторі. Тобто почуття власності — це певний маркер, індикатор, на основі якої виникає межа, що відокремлює Я від «не Я», «ми» від «вони», «свої» від «чужі» (Рычков, 2007, с. 114). Пережитий спільний досвід є основою формування почуття «Ми» і групової, спільнотної ідентичності, а єднання навколо спільного референтного об'єкту власності породжує категорію «свої», що природно є опозиційною до поняття «чужі» (Бєлавін, 2011).

Почуття власності як соціально-психологічний феномен у структурі особистості виконує низку важливих функцій. Зокрема, почуття власності, виконуючи сигнальну функцію, сповіщає особу про значимість, цінність її об'єктів власності і спонукає її спрямовувати на них свою діяльність, реалізовуючись в соціальних практиках. Завдяки координувальній функції те, що важливо для особи, актуалізує її почуття власності, і, як результат, сприймається ясніше і зрозуміліше. Суть мотиваційно-спонукальної функції полягає в тому, що актуалізоване чи деактуалізоване почуття власності може спонукати особу до дії або, навпаки, перешкоджати цьому. Завдяки оцінювальній функції позитивне чи негативне почуття власності відображає, як людина ставиться до об'єктів власності чи інших суб'єктів власності, наскільки успішно, ефективно функціонує, реалізовується в соціальних практиках, наскільки особа сприймає, пізнає, категоризує соціальну реальність. Переживання почуття власності, виконуючи свою інтеграційну функцію, дає змогу особі успішно поєднати, співвіднести внутрішні цінності, переконання особи із соціальним контекстом, адаптуючись до актуальної соціальної реальності. Пізнавальна функція полягає в тому, що переживання почуття власності забезпечує глибше усвідомлення реальності, ніж це може дозволити логічне мислення.

Сич В. М. та Сич В. О. (2015) виокремлюють кілька важливих функцій, які для особи виконує володіння об'єктом. По-перше, це реалізація, задоволення однієї з інстинктивних і базових потреб людини («потреба привласнення»). По-друге, почуття власності сприяє самовизначенню особи в категоріях «маю-не маю», її самоствердженню в соціумі (Сич & Сич, 2015). Почуття власності як ресурс збільшує можливості суб'єктної й особистісної самореалізації людини і сприяє її самозбереженню, самовизначенню, саморозкриттю та самоствердженню. Формуються вольові якості, вміння відстоювати свою позицію, захищати свої інтереси. І на останок, на основі почуття власності особа навчається вибудовувати стосунки з іншими, де власність виконує символічну функцію.

Психологічна власність, будучи основою суспільних відносин, визначає особливості соціальних взаємин людини, її пере-

ність у неї впевненості в тому, що психологічна організація інших людей тотожна її власній (Пиаже, 2008). Егоцентризм заважає зрозуміти, що у інших теж можуть бути свої власні почуття, бажання і потреби. Це означає, що дитині важко усвідомити, що не все навколо належить їй. Є іграшки та речі, в яких інші власники, а деякі з них належать кільком особам. Це яскраво виражається в уявленні про неподільність світу і власного Я. Пізніше егоцентризм долається завдяки соціалізації дитини і набуття нею соціального досвіду.

Досвід рефлексування дає змогу дитині долати егоцентризм. Вчить враховувати точку зору інших людей, краще відчувати їхній внутрішній світ, їхні соціальні постави та очікування, що сприяє налагодженню взаєморозуміння та збагаченню «Я» (Заграй, 2015, с. 33; Зімовін, 2017; Радина, 2009; Khmil & Popovych, 2019; Weiss & 2013).

Інші дослідники відмічають, що почуття власності виникає разом з появою і розвитком самосвідомості, що з'являється (формується) у віці 1–2 років (Выготский, 1982; Пайпс, 2008; Рубинштейн, 2007; Фройд, 2013; Rizzo & Killen, 2016). Представники психоаналізу вважають, що почуття власності виникає як наслідок несвідомих процесів накопичення, що починаються на анальній стадії розвитку. Дитина сприймає фекалії як своє власне багатство, оскільки за них вона отримує схвалення від дорослих. Пізніше це почуття переходить на більш «соціально значущі об'єкти»: камінці, іграшки, референтні дорослі тощо. Як відомо, діти, починаючи з півторарічного віку, засинають легше, якщо поряд є улюблена іграшка чи ковдрочка (Ross, Friedman & Field, 2015). Можна тлумачити цей феномен як прагнення захисту і відчуття безпеки, оскільки улюблена іграшка замінює близьку людину, що зазвичай турбується про дитину. Водночас важко не помітити, що в якості такого предмета може виступати лише добре знайома, звична, справді своя річ. Своя саме для дитини, а не для людини, яку вона гіпотетично замінює. Отже, наявне прагнення до розширення зони власного контролю, збільшення, нарощування свого Я, що відбувається завдяки переживанню почуття власності щодо певних об'єктів.

Фройд З. (2006) говорив, що основний етап формування особистості дитини відбувається у ранньому дитинстві і вже до

зміст почуття власності та особливості його появи і прояву, починаючи із раннього та дошкільного віку.

Почуття власності виникає на основі ставлення людини до об'єкта власності або до інших людей у контексті ставлення до речей (Смирнова & Суханова, 2014). Таке пояснення цікаве з точки зору соціально-психологічної теорії, оскільки за більшістю взаємодій людей, що реалізують різноманітні економічні і соціальні ролі, прихована власність. Остання відображає певні взаємини між людьми з приводу привласнення чи відчуження різноманітних благ.

Почуття власності починає зароджуватися дуже рано. Деякі дослідники (Кепрару & Кепрару, 1992; Хазратова, 2011) вважають, що перші його ознаки в онтогенезі можна зафіксувати вже у 2–3 місячному віці, що пов'язано з переживанням власної тілесності. Перші прояви почуття власності, а точніше його зародження пов'язані з усвідомленням дитиною, що частини її тіла, її ніжки та ручки належать саме їй, вони є органічним продовженням її самої, а отже лише вона може керувати ними. З цього моменту починається поступове відкриття свого тіла як об'єкта власності. Дитина починає відокремлювати себе від інших.

Наступним етапом формування почуття власності є переведення уваги дитини до іграшок та певних речей. Малюк часто тягне все, що його цікавить, в рот, намагаючись тим самим не тільки пізнати предмет, але і психологічно його привласнити. Малюки вважають власністю все, до чого вони можуть дотягнутися. Вони ще не диференціюють де вони, а де «не вони», тому все навколо вважають продовженням себе. Вони не відокремлюються від матері, і тому часті прояви ревнощів до неї також є ознакою появи почуття власності до соціальних відносин, де батьки є першим і найважливішим об'єктом власності. Так поступово відбувається усвідомлення меж «Я», яке починається приблизно в три роки. До цього віку власністю дитина може вважати все, що знаходить і переконати її неможливо. Це явище в психології відоме як егоцентризм, який, за визначенням Піаже Ж., є однією з головних рис дітей, що найвиразніше проявляється в ранньому віці. В його основі лежить нерозуміння дитиною того, що можливе існування інших точок зору, наяв-

живань, цінностей, та є підгрунттям формування її власницької суб'єктності (Asatryan & Oh, 2008).

Володіння певними об'єктами передбачає включеність у відносини з іншими людьми — відносини власності. Переживання власності є процесом, що містить у собі всю гаму емоцій та відчуттів, пов'язаних з усвідомленням належності особі певних об'єктів, легітимність володіння ними, страх і тривогу втратити їх. Як указують вітчизняні дослідники, об'єкт не може набути якості власності однієї людини, якщо немає іншої людини — тієї, від якої доводиться боронити, відвойовувати об'єкт (Москаленко, 2008). Важливо, що особі недостатньо фактично володіти об'єктом, зазвичай відчувається необхідність визнання іншими її прав на це. Легітимність дає змогу не лише обґрунтувати, а й соціально ствердити, зафіксувати своє володіння об'єктом. У ситуації загрози вилучення об'єкту із її власності зумовлює дві варіанта поведінки: агресію або активний захист своїх прав через аргументи.

Почуття власності ми розуміємо як суб'єктивне емоційне переживання людини щодо належності їй певних об'єктів власності, що відображає зміст та значення, яке мають для неї реальні чи абстрактні, конкретні чи узагальнені об'єкти власності, тобто все те, що може назвати своїм. Як і будь-яке почуття, воно обов'язково має усвідомлювану складову у вигляді суб'єктивного переживання. Таке емоційне переживання людини щодо різних об'єктів власності, що виникає у процесі її відносин з навколишнім світом, формується і проявляється у ході розвитку, виховання і соціалізації людини. У ньому відбивається значення об'єктів власності, стосунків з іншими людьми навколо власності, потреби і мотиви психологічного привласнення. Почуття власності як конструкт самосвідомості особи, що реалізовується у соціальних практиках та виступає одночасно чинником та результатом (наслідком) міжособової взаємодії, є багатовимірним утворенням, специфіка якого визначається організацією його складових і гетерогенністю його проявів.

Як певний емоційний стан людини почуття власності відображає суб'єктивне оціночне ставлення особи до реальних або бажаних об'єктів власності. Воно відображає не об'єктивну, а суб'єктивну, зазвичай неусвідомлювану оцінку об'єкта

власності. Виникнення і розвиток почуття власності зумовлює формування стійких емоційних відносин або «емоційних констант» і ґрунтується на досвіді взаємодії з об'єктом власності. У зв'язку з тим, що цей досвід може бути суперечливим, мати як позитивні, так і негативні епізоди, почуття по відношенню до багатьох об'єктів власності носять амбівалентний характер.

Почуття власності може мати різні рівні конкретності — від безпосередніх почуттів до реального об'єкту власності, до почуттів, що відносяться до соціальних цінностей та ідеалів щодо володіння і привласнення. Ці різні рівні пов'язані з різними за формою узагальненнями об'єкта почуттів. Істотну роль у формуванні і розвитку найбільш узагальнених почуттів мають соціальні інститути, соціальна символіка, що підтримує їх стійкість, деякі традиції і соціальні практики. Як емоційний стан, почуття власності розвивається і, хоча і має свої біологічно детерміновані підстави, є продуктом життя людини в суспільстві, її спілкування і виховання.

Як одне з вищих почуттів переживання власності притаманне лише людині. За допомогою нього виявляється стійке ставлення людини до об'єктів власності, самої себе, інших людей і суспільних подій з її поставами і переконаннями. Воно вибудовується на основі і в результаті взаємодії людей, їхньої боротьби за досягнення суспільно важливої мети. Почуття власності як соціально-психологічний феномен сформувались у суспільно-історичному житті людей, в процесі їхнього спілкування, і його функціонування не можливе поза соціальним контекстом, а отже воно стало важливим засобом оцінки вчинків і поведінки людей, регулювання взаємин особистості.

Платформою, чи то ареною, де проявляється почуття власності є психологічний простір особистості, який, як суб'єктивно значущий фрагмент буття, визначає актуальний стан, діяльність і стратегію життя людини та зумовлює прояв тих чи тих соціальних практик. Він включає комплекс фізичних, соціальних і суто психологічних явищ, з якими людина себе ототожнює (територія, особисті речі, тіло, соціальні прив'язаності, постави). Ці явища можуть набувати значущості відповідно до психологічної ситуації, маючи для суб'єкта особистісний смисл, і починає оберігатися усіма фізичними і психологічними засобами.

зі світом, тим більш гостро стає перед нею завдання збереження власної приватності, не публічності у всіх сферах існування (Нартова-Бочавер, 2008, с. 11). У селян, які знаходяться у тіснішій комунікації з оточенням, більша потреба переживання власної приватності. Вона як правило порушена. Містяни знаходять серед великої кількості людей, але більше усамітнюються, створюючи і оберігаючи приватність власного житла, простору тощо (Губеладзе, 2016 б).

Як зазначає Нартова-Бочавер С. (2008, с. 12) мірою впевненості в собі є площа суверенної, недоступної контролю з боку інших території. Діти, які мають власний простір краще вибудовують свою суб'єктність. Натомість діти, які позбавлені такої території, з одного боку мають більш розмиті власні межі. Проте у них з віком може виникати загострена потреба у власній території, що виражається у різних формах територіальної поведінки та маніпулюванні речами (завойовування, відстоювання, оберігання власної території, готовність ділитися з іншими).

1.4. Розгортання почуття власності в онтогенезі

Якщо говорити про те, коли з'являється і як розгортається почуття власності в онтогенезі, то серед науковців немає єдиної чітко визначеної позиції. Загалом, вчені погоджуються з інстинктивним, вродженим характером потреби у власності (Beaglehole, 1931; Джеймс, 1991; Пайпс, 2008; Хазратова та Луценко, 2011 та ін.). Але почуття власності, вже сформоване на його основі, і залежно від різних соціально-психологічних факторів може змінюватися за рівнями, формами та методами прояву на різних стадіях онтогенезу людини.

Традиційно вважається, що власність асоціюється з матеріальними благами, забезпеченістю, володінням грошима. Хоча, насправді, почуття власності онтогенетично з'являється значно раніше, ніж усвідомлення матеріальної корисності об'єктів власності, їх грошового еквіваленту чи фінансової цінності. Для кращого розуміння процесів розгортання почуття власності в онтогенезі важливо проаналізувати соціально-психологічний

відчуває до об'єктів, які вона сама створила, чи за якими доглядає, що породжує в людини відчуття того, що цей об'єкт є частиною її самої (Peck & Shu, 2018, с. 9).

Як бачимо, значна частина досліджень наголошує на позитивних аспектах почуття власності чи психологічної власності. Зокрема відзначають хорошу інтеграцію особистості в соціальний простір, підвищення рівня відповідальності, залученість до процесів. Однак варто погодитися з думкою Ейві Дж. і колег (Avey, Avolio, Crossley & Luthans, 2009), які заперечують одностайно позитивний погляд на почуття власності. Насправді, залежно від мотивації особи почуття власності може мати негативні наслідки, включаючи опір або сприяння змінам, відмову ділитися та відчуження. Позитивний чи негативний результат багато в чому залежить від індивідуальних особливостей, а також від соціальних умов, чинників та ситуаційних зміних. Дослідники помітили, що проявляється два види мотивації: спрямована скоріше на «конструктивну» чи «захисну» поведінку (там само, с. 174). Це може виражатися як прагнення привласнювати, користуватися як ресурсом, бонусом, перевагою і, протилежне, мотивація, щоб уникнути втрати.

Дослідження, присвячені різним видам порушення меж і структури буденного буття, можна умовно згрупувати за наступними напрямами: вивчення насильства і жорстокого ставлення до дітей, вивчення депривації у ранньому дитинстві, вивчення впливу скупченості на поведінку і спілкування, психологічні прояви стресу в особливих умовах. Сафонова Т. (1999) вивчала феноменологію і наслідки втручання в психологічний простір дітей. Вона визначає емоційне або психологічне насильство як одноразовий чи хронічний вплив на дитину або її відторгнення з боку батьків чи інших дорослих, яке призводить до порушення її емоційного розвитку, поведінки і здатності до соціалізації.

Як стверджує Фальковська Л. (2011), без справедливості немає ні права, ні рівності, ні свободи (с. 290). Зокрема Тумоліні Л., Скороллі С. і Боргі А. вважають необхідним відмежовувати поняття почуття власності та відчуття справедливості (Tummolini, Scorolli & Borghi, 2013).

Почуття власності виражається через демонстрацію, маркування і персоналізацію. Чим інтенсивніше контакт людини

Ключове місце у феноменології психологічного простору за Нартовою-Бочавер С. (2008) посідає цілісність його меж, тобто фізичних і психологічних маркерів, що відокремлюють зону особистого контролю і приватності однієї людини від такої ж зони іншої людини. На основі теоретичного аналізу і консультативної практики дослідниця виокремила шість вимірів психологічного простору особистості, які відображають фізичний, соціальний і духовний аспекти людського буття: власне тіло; територію; особисті речі (артефакти); часовий режим; соціальні зв'язки; смаки, цінності, ідеї (с. 138). На нашу думку, в час інтенсивного розвитку інформаційних технологій доречним було б додати до цього переліку віртуальний простір особистості та почуття власності в організації і громадянській сфері. Розвиваючись в онтогенезі почуття власності завдяки появі нових вимірів, переносу своїх меж в рамках тих вимірів, що вже існують, і наповнення їх різним змістом у відповідності з досвідом і завданнями дорослішання.

Важливо відмітити, що людина відчуває психологічний простір як свій, присвоєний або створений нею самою, а отже як те, що має індивідуальну цінність. Вона має змогу контролювати і захищати все, що знаходить всередині психологічного простору особистості. Однак психологічний простір особистості, як і почуття власності, не рефлектується без виникнення складних чи навіть загрозливих ситуацій, вони прозорі, а отже важко піддаються позитивному опису (Нартова-Бочавер, 2008).

Почуття власності переживається особою як цілісне або порушене, що виражається у почутті впевненості або хвилювання. Воно усвідомлюється і актуалізується у загрозливих або яскраво виражених ситуаціях і навпаки, стає непомітним, неусвідомлюваним у ситуації спокою. У стабільні періоди почуття власності прагне до рівноваги, використовуючи вже напрацьовані форми самовираження. Під час критичних подій, життєвих ситуацій почуття власності може дестабілізуватися, а особа регресує до свого минулого, наприклад, до компульсивного оволодіння об'єктами власності.

Психологічне володіння передбачає необхідність інвестування як матеріальних ресурсів, так і своїх сил, часу, переживань. Проявляючи таке піклування про об'єкти своєї власності, як

то про будинок, власний бізнес, домашню тварину чи соціальні стосунки, й певним чином сприяючи їхньому розвитку, особа приймає на себе відповідальність за їхній стан і подальше існування. Так, через формування відповідальності і визначення особистістю пріоритетів своєї діяльності, кращої самоорганізації й раціонального розподілу своїх сил і часу, відбувається становлення ціннісно-орієнтаційної системи особистості. В її основі лежить вже не тільки задоволення власних потреб і бажань, а й альтруїстична орієнтація на допомогу іншим, турботу про них. Водночас, почуття відповідальності підвищує переживання власної значущості й потрібності іншим людям. А це у свою чергу підвищує самооцінку особи, її віру в себе і власні сили та спонукає до подальшого розвитку, до нових досягнень. Сам процес проживання життя стає при цьому більш усвідомленим і цілеспрямованим, формується відповідальна поведінка, що є позитивним наслідком переживання почуття власності.

Разом з тим глибоке переживання почуття власності може мати і негативні наслідки, особливо, за умови невизнання іншими права на власність або порушення її межі. У такій ситуації особа може переживати почуття особистої втрати, міжособистісний конфлікт, небажання приймати поради, опір змінам тощо.

Серед мотивів психологічного привласнення дослідники визначають ефективність (Bandura, 1997; Choi & Moon, 2016), самоідентифікацію і потребу мати місце (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). Мотивація ефективності має на меті актуалізувати почуття ефективності і компетентності особи. Це стає можливим завдяки функції контролю, яку здійснює особа по відношенню до об'єктів своєї психологічної власності. Тобто прагнення контролювати своє оточення призводить до підвищення ефективності особи, її здатності досягати бажаного результату. Переживання власності допомагає особі вибудовувати самоідентичність через об'єкти, які вона сприймає як свої, а також вибудовувати образ інших через їхні об'єкти власності. І нарешті, третій мотив, пов'язаний із потребою людини мати дім, свою територію чи простір.

Як зазначає Хазратова Н. (2009), почуття власності є доволі складним утворенням, яке поєднує такі компоненти: переживання власне належності собі тієї чи іншої речі, її зв'язку з «емпіричним Я» людини, що дає відчуття її емоційної та сенсової значущості, незамінності; переживання легітимності володіння об'єктом — власне, своїх прав на нього, визнаних іншими; переживання тривоги, страху, що пов'язані з потенційною можливістю втрати цього об'єкта. На нашу думку важливим також є переживання з приводу бажання володіти якимсь об'єктом.

Також почуття власності може відрізнятися за інтенсивністю або силою прояву. Чим сильніше почуття, тим сильніше його фізіологічні прояви й інтенсивніший вплив на поведінку людини. Залежно від впливу на активність особи почуття власності може проявлятись як стенічне, що спонукає особу до активної діяльності, мобілізує її сили, або астенічне, що розслабляє чи паралізує сили. Окрім вищевказаних характеристик, почуття відрізняються за змістом, відображаючи різні аспекти, особливості значення об'єктів, які їх викликають.

Тож, говорячи про почуття власності ми можемо констатувати, що воно може варіюватися феноменологічно, насичуватися різними середовищними (соціально-психологічними) чинниками і відігравати різну роль у становленні ідентичності особи — як стимулюючу, так і гальмуючу.

Важливими умовами реалізації почуття власності, що представлені у соціальних практиках, є зміст соціальних як економічних, так і неекономічних практик, соціальна цінність власності, соціально-культурні традиції співпраці та конкуренції у взаємодії, міжособова взаємодія з привласнення тощо.

Існує три способи актуалізації почуття власності. По-перше, це здійснення контролю над об'єктом власності. Чим більше людина може контролювати і здійснювати вплив на об'єкт чи потенційний об'єкт власності, тим глибше буде її психологічне переживання цього об'єкту як частини її самості (Furby, 1980). Другий шлях — це інтимне пізнання об'єкта власності. Тобто, коли у людини з'являються певні особисті, персональні, унікальні знання про цей об'єкт власності, що базується на реальному досвіді її взаємодії з об'єктом, стрімко розвивається її почуття власності щодо цих об'єктів (Beaglehole, 1931; Джеймс, 1991). І третій шлях до психологічного привласнення відбувається через самоінвестування людини своїх сил, знань, зусиль щодо об'єкта власності. Тобто глибше почуття власності людина

територіальності: біологічний мозок (ретикулярна формація і найбільш давні частини) відповідає за елементарну соціальну поведінку і базове самозбереження; соціально-емоційний мозок (лімбічна система), що відповідає за соціальний рівень; та інтелектуальний мозок (неокортекс), що відповідає за взаємодію із середовищем (Esser,1972).

Уілсон А. (Wilson, 2005), посилаючись на роботи Лірі Т., також вважає територіальність надважливим регулятором людської поведінки і розглядає її як чинник емоційності і домінування, у тому числі і соціального. Незважаючи на те, що територіальна поведінка має визначені нейрологічні програми, вона великою мірою залежить від соціального контексту.

Розглянемо деякі специфічно людські прояви територіальності. Науковці розуміли територіальність як відображення людської потреби володіти частиною простору, при цьому контроль може здійснюватися особою, сім'єю або іншою реально існуючою групою, і, наскільки це можливо, захищати її від стороннього вторгнення (Sommer, 1959; Stea, 1965). Пізніше вони використовували поняття персоналізації, розуміючи територію як географічну ділянку, яка персоналізується, позначається, маркується різними способами і захищається від вторгнення. Пасталан Л. (Pastalan, 1970) до вже перерахованих ознак територіальності у людини додає психологічну ідентифікацію з місцем, символічно представлену в поставах людини на володіння місцем і розміщення на ньому різних об'єктів. Гоффман Е. вважав головним в територіальності позначення власності і ексклюзивності на володіння (Goffman, 1963).

У розгляді територіальності з психологічної точи зору важливо відмітити, що мова, в першу чергу, йде не про юридичне право власності, а про суб'єктивне відчуття і символічне позначення «своєї» території, тобто персоналізації.

Зазначимо загальні риси територіальності за Альтманом І.: територіальність завжди спрямована на певне місце, географічний ареал або деякі об'єкти, що виконує для його володаря певну функцію; воно завжди позначене, змарковане певним чином; володіння місцем може бути як індивідуальним, так і колективним; територіальність проявляється у захисній по-

Власність як засіб самоідентифікації особи в культурному просторі є деякою межею, яка відрізняє власне «Я» дитини від «неЯ», власність є простором «свого» світу і свободи, вона ніби зростається з тілом власника, виділяє його з маси, підтверджує його належність до певної спільноти. Долучаючись до власності, оцінюючи її специфічні особливості у себе та в інших людей, діти засвоюють її вплив на свої особистісні прояви та приймають через її призму специфічні критерії ставлення до наколишніх. Предмет власності часто сприймається людиною як продовження самої себе і може виступати засобом диференціації людини у зовнішньому світі. У відносинах власності здійснюється самореалізація особистості, яка виявляється як у діяльності, так і у ставленні до інших людей. Тож, саме в ранньому та дошкільному віці відбувається початковий етап формування, розгортання почуття власності.

Як справедливо зауважують Хазратова Н. та Луценко М. (2011), власність дає людині не тільки матеріальні ресурси для життя та розвитку, але також через досвід відчуває власність, належність певної речі до неї, сприяє формуванню внутрішнього світу людини, її системи цінностей та самооцінки, віри у власні сили, у здатність досягти певного результату. Це допомагає людині проявити себе у зовнішньому світі, самоідентифікувати себе у стосунках з іншими. Отже, власність є важливим джерелом психологічних ресурсів для формування та розвитку особистості.

Належність чогось людині переживається як суб'єктивно значущий зв'язок з об'єктом, здатність контролювати і впливати на нього. Цей об'єкт несе відбиток власного Я, і її втрата чи пошкодження будуть однаково шкодити Я особи. Власність відіграє важливу роль у повсякденному житті, у способах сприйняття та оцінки людини. Почуття відображають не об'єктивну, а суб'єктивну, як правило, неусвідомлювану оцінку об'єкта володіння. Виникнення та розвиток почуття власності призводить до формування стійких емоційних зв'язків особи щодо об'єкту власності та інших осіб через ставлення до об'єкту володіння. Він базується на досвіді взаємодії з об'єктом власності, що мо може бути доволі суперечливим, мати як позитивні, так і негативні прояви.

Залежно від стадії розвитку особистості, почуття власності може варіюватися за мірою узагальнення самих переживань, а отже, може мати різний рівень конкретності — від безпосередніх почуттів до реального об'єкта до почуттів, пов'язаних із соціальними цінностями та ідеалами. Отже, для дошкільника важливо володіти конкретними речами, іграшками та через них ідентифікувати себе в групі. Але для дорослої людини важливо мати свої власні постави та ціннісні судження.

Безперечно, кожна людина проживає почуття власності по-своєму, оскільки вона має власний набір індивідуальних рис та унікальний досвід, що впливають на формування та прояв цього почуття. На прикладі внутрішньо переміщених людей, було трансформацію почуття власності, що особливо гостро впливає не лише на матеріальні цінності, а й на розрив тісних відносин та фактичну втрату більшості сфер, на які поширюється почуття власності (Hubeladze, 2016).

Дослідники визнають, що певні параметри просторово-предметного середовища можуть визначати особливості територіальної поведінки. Що можуть посилюватися чи послаблюватися під дією факторів соціальної регуляції поведінки (Соложенкин, Шинин, Сирота & Иваненко, 1981).

Відчуття власності стосується багатьох аспектів психічного розвитку дитини. Особиста власність часто є частиною образу Я і визначає мотивацію поведінки людини, її ефективність та компетентність. Проблема власності часто здається центральною для розвитку відносин з однолітками та соціальним середовищем.

Як підкреслює Заграй Л. (2015), юність є сензитивним періодом для рефлексування свого досвіду, що дає змогу юнакам створювати власну картину життя, конструювати своє «Я», самовизначатись та самоідентифікуватись. Протягом життя людина реконструює і наповнює новим змістом своє «Я». Хоча як зазначають дослідники, що з віком, у старості рефлексивна здатність починає знижуватися (с. 33).

Проміжок між юністю і дорослим станом Еріксон Е. (1996) назвав «психосоціальним мораторієм». Це час, коли молода людина методом спроб і помилок прагне знайти своє місце в житті. Бурхливість протікання цієї кризи залежить від того, наскільки вдало були розв'язані попередні кризи (довіри, незалежності,

предметів, якими вона володіє, колись оточена речами душа захищає себе від почуття самотності та загубленості» (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). «Своя територія» — це місце, яке символічно чи доволі реально ізолює і убезпечує від невідомого, яке показує межі свободи і незалежності, захищеність та зрозумілість простору (Пайпс, 2008; Луценко & Хазратова, 2011; Manturuk, Lindblad & Quercia, 2017).

Альтман І. описував кілька форм перетворення середовища: дистанціювання; створення особистого простору; територіальність — контроль і управління з боку особи, структурування середовища на «свої» і «чужі» частини; його персоналізація — включення певного місця чи об'єкта у сферу свого «Я», позиціонування за його допомогою себе іншим (Altman, 1975).

Фіксованими територіями, які не входять в особистий простір людини, а винесені за його межі, може бути житло людини, її робоче місце, лікарське ліжко, купе у вагоні, територіальна громада, територія країни тощо.

Як було показано в попередньому дослідженні, тісно пов'язані між собою територіальна, етнічна і громадянська ідентичності. Трансформації в одній з ідентичностей призводять до відповідних змін і в інших (Губеладзе, 2016 б). Хазратова Н. наголошує на важливості сприймання кордонів держави (Хазратова, 2004).

Порівняно з тваринами, людина має, не тільки біологічні потреби в територіальності (безпека, харчування...), а й соціальні (виконання соціальних ролей, визначення меж «своїх» і «чужих»). На відміну від тварин, які позначають територію за допомогою уринації, дефекації, вокалізації, людина позначає свою територію символічно, за допомогою розміщення особистих речей, використання перегородок, дверей, табличок тощо.

На думку, Адрі Р. територіальність — це «відкрита» програма інстинктів, яка має еволюційне походження, і модифікується у людини під впливом соціокультурних впливів (Ardrey, 1966). Продовжуючи цю ідею, Есер А. обґрунтовує, що щодо людини, як істоти соціальної і наділеної свідомістю та інтелектом, не коректно було б зводити функцію територіальності виключно до біологічних інстинктів. Натомість він виокремлює три частини мозку і відповідно три рівні формування і прояву

Простір з цілісними межами називається суверенним, тому що його власник може підтримати свою особистісну автономію, а простір з порушеними межами — депривованим, тобто таким, що позбавляє права на особисте. В широкому сенсі депривується потреба в приватності, тобто можливість керувати взаємодією зі світом (Нартова-Бочавер, 2008, с.138).

2.1.1. Територіальність

Засвоєння або персоналізація власної території є одним із етапів формування, появи почуття власності. Простір суверенного, недоступного контролю з боку інших територій визначає ступінь довіри особистості до себе. Діти, які мають власний простір, краще будують свою суб'єктність. На думку Ричкова Д., «стати кимось можна лише у своєму власному» (Рычков, 2007, с. 37). З іншого боку, діти, позбавлені такої території, з одного боку, мають більш розмиті власні межі, але гостра потреба у власній території у них може виникати з віком (Нартова-Бочавер, 2008, с. 12).

На відміну від тварин, людина має, не тільки біологічні потреби у володінні своєю територією для відчуття безпеки і забезпечення їжею, а й задовольняє соціальні функції, виконуючи соціальні ролі, визначення меж «своїх» і «чужих», категоризацію і диференціацію. Людина позначає свою територію символічно, персоналізуючи її за допомогою розміщення особистих речей, специфічне облаштування простору, використання перегородок, дверей, табличок тощо. Разом з тим людина вибудовує власні межі не тільки фізично і соціально, але й символічно через вербальну комунікацію, експресію і, навіть, метафору (Нартова-Бочавер, 2008, с. 77; Malmberg, 1980).

Почуття власності також зумовлюється мотивом володіння територією чи реальним або символічним простором, що походить від інстинктивної потреби людини знаходитись у знайомому, керованому та безпечному місці. Людині важко, а часто і зовсім неможливо реалізовуватись і висловлювати свої думки в просторі, який їй не належить, або якщо вона не володіє чи не керує ним повністю. Мотив мати місце стосується не лише території, а й інших об'єктів. «Душа знаходить затишок серед

активності та ін.) і від духовної атмосфери в суспільстві. Якщо криза на ранніх етапах не була успішно подолана, може відзначатися затримка формування ідентичності.

Еріксон Е. ввів в психологію поняття ритуалізації в поведінці, що означає взаємодію двох чи більше людей, що ґрунтується на попередній домовленості, яке може відновлюватися через певні інтервали часу в повторюваних обставинах (ритуал взаємного впізнавання, вітання, критики та ін.). Ритуал, один раз виникаючи, послідовно включається в систему, яка на більш високих рівнях, стаючи частиною наступних стадій.

Почуття власності тісно пов'язане з досвідом приватності та близькості (Нартова-Бочавер, 2008; Татенко, 2013), оскільки воно дає можливість відрізнятися від інших, втілювати персоніфікацію, усвідомлювати приналежність чогось лише одній людині. Важливою психологічною особливістю власності є її здатність забезпечувати конфіденційність, без якої існування особи неможливе.

Індивідуально-психологічний простір та почуття власності розвиваються в онтогенезі завдяки появі нових вимірів, перенесенню їхніх меж у рамках існуючих вимірів та наповненню їх різним змістом відповідно до досвіду та цілей дозрівання (Нартова-Бочавер, 2008, с. 138). Усвідомлення себе суб'єктом відносин власності через формування особистої самоідентичності стає центральним стрижнем економічної та соціальної ідентичності людини.

Не можна стверджувати, що почуття власності — це стабільна та інертна сутність, яка формується у певний віковий період і весь час залишається статичною. Вона завжди знаходиться в процесі формування, переконструювання, зниження або посилення значущості, актуальності залежно від конкретних соціальних обставин. Почуття власності може варіюватися феноменологічно, насичуватися, посилюватися різними соціальними та психологічними факторами і відігравати як стимулюючу, так і гальмівну роль у формуванні особистої ідентичності. Він може мати різні модальності, інтенсивність, тривалість, глибину, рівень свідомості, складність, предметний зміст та різні умови виникнення, функції, що виконуються залежно від ситуації, різний вплив на людину, форми та умови її розвитку.

У стабільні періоди людського життя та суспільства почуття власності прагне до балансу, стабільності, унормованості, використовуючи вже усталені форми соціальної дії, що проявляється в соціальних практиках. Під час критичних подій, життєвих ситуацій почуття власності може дестабілізуватися, і людина відступає до минулого, наприклад, до імпульсивного оволодіння власністю (рис. 1.2).

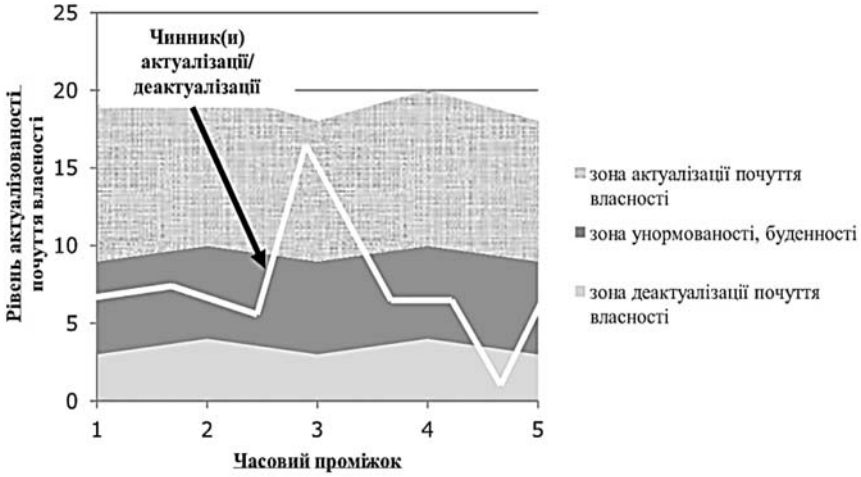


Рис. 1.2. Балансувальна природа реалізації почуття власності в соціальних практиках

З віком сформовані в дитинстві стратегії поведінки визначатимуть ставлення конкретної людини до грошей, майна, способів привласнення, рівень її відповідальності та ефективності. Загалом, говорити про відносно сформоване почуття власності вже можна ближче до юнацького віку, коли відбувається формування самосвідомості та Я-концепції особи, а досвід проживання почуття власності та приватності стає невід'ємною складовою самосвідомості. Однак це не означає, що протягом життя почуття власності залишається стабільним і не гнучким. Навпаки, воно зазнає змін залежно від низки соціальних та психологічних факторів.

Таким чином групове ставлення до власності, групова соціальна та економічна ідентичність, розвиток ціннісно-смисло-

лення міжособових меж, які як клітинкова мембрана, відкриває чи закриває суб'єкти для спілкування (Альтман, 1975).

Уестін А. вважав, що приватність виконує функції установлення особистої автономії, емоційне розслаблення, підтримання самооцінки і планування, підтримання і обмеження комунікації. При цьому кількісними і якісними параметрами приватності він визначав самотність, інтимність, анонімність, загубленість у натовпі (Westin, 1967, с. 401). Гусейнова Н. (2013) підкреслює негативні ознаки самотності, що пов'язані з відчуттям пригнічення, непотрібності, апатії, соціальної пасивності.

Функції приватності за Альтманом І. полягають у регулюванні контактів між особою і соціальним світом, засіб зв'язку між «Я» і соціальним світом, прийняття ролей, побудова планів і стратегій спілкування з іншими, самовизначення і підтримання ознак особистої ідентичності (Altman, 1975).

На противагу теорії Альтмана Вольфе М. визначає приватність не тільки як поведінкове явище, а й як унікальне психологічне переживання. Воно зумовлюється особистісним розвитком, що веде до автономії, якістю взаємодії, відповідним етапом життєвого циклу (рівень і зміст приватності змінюються в онтогенезі), певними життєвими подіями, що посилюють чи послаблюють сензитивність до збереження приватності. Також це переживання залежить від рівня контролю і свободи вибору, ритуалізації та соціокультурного контексту (Wolfe, 1978).

Психологічний простір особистості, протір приватності не є сталою конструкцією і піддається певним змінам в онтогенезі. Зокрема, такі зміни можуть бути зумовлені як внутрішніми, так і зовнішніми чинниками: психологічними, демографічними, соціокультурними, ситуативними та предметними.

Приватність не завжди означає усамітнення, але завжди — непрозорість власного життя особи для інших, прихованість його від широкої публіки з її судженнями, оцінками, думками. Не важливо, чи висловлюються ці судження, чи ні. Наявність аудиторії, якихось «інших» завжди передбачає оцінку, яка, як правило, зорієнтована на певний стандарт. Отже, сама наявність публіки зумовлює стандартизацію, знецінення того, що є унікальним, неповторним і цінним для особи.

Хазратова Н. (2018, с. 11–12) у своїх наукових розвідках зосереджується на психологічних реакціях людини на порушення приватності, розглядаючи їх на рівнях від легкої фрустрації до депривації.

У вітчизняній психології особистості важливість поняття приватності довго недооцінювалась. Однак у західній психології дослідження приватності відповідали великому соціальному запиту. Зімель А. вважав, що приватність тісно пов'язана з усією системою людської взаємодії і цінностей (Simmel, 1971).

У західних, індивідуалістичних культурах приватність вважається дуже важливим поняттям. Ключова думка західної психології розвитку полягає в тому, що кожна дитина, для того, щоб стати успішним дорослим, має в ході свого зростання, дорослішання отримати автономію, почуття компетентності і впевненості у підтримці оточення. Тобто, приватність у дорослому віці забезпечується тим, що дитина від самого початку отримує її від дорослих «авансом» і зростає зі звичкою, що її думки, переживання поважають.

Як визначає Нартова-Бочавер С. (2008, с. 68), «приватність — це «особиста справа», досвід сепарації від фізичної стимуляції і соціального оточення, здатність контролювати події свого життя, можливість вибору і відповідальність за нього».

Альтман І. вважав необхідним у вивченні приватності спиратися на соціальний контекст цієї особи, на особливості її особистого простору і прояви територіальності. Він розглядає приватність в основному як поведінково, використовуючи при цьому об'єктивні методи і наполягаючи на тому, щоб виключити з кола досліджуваних явищ почуття і постави (Altman I., 1975). У цьому розумінні почуття власності є когнітивно-афективним компонентом психологічного простору особистості, який зумовлює, визначає поведінковий, тобто формування і прояв приватності, а це у свою чергу впливає на соціальні практики як певні унормовані, буденні дії.

Приватність — це центральний регуляторний процес, завдяки якому особа або група змінює свою відкритість іншим, селективний контроль доступності людського «Я», синтез прагнення бути в контексті і поза контекстом з іншими; це процес встанов-

вої сфери особистості, досвід колективних емоційних станів, які пов'язані, серед іншого, з індивідуальною діяльністю та її реалізацією у спільноті. Залежність людини від тієї чи іншої спільноти передбачає її ототожнення з цінностями та поставами інших її членів. Отже, позитивне чи негативне ставлення громади до власності та різних методів привласнення впливає на індивідуальне ставлення. Чим вищий рівень ідентифікації з тією чи тією спільнотою, тим сильніший вплив її колективних постав.

Одним з інших факторів формування почуття власності та трансформації в онтогенезі є мотивація психологічного привласнення. Серед основних мотивів психологічного привласнення дослідники визначають ефективність, самоідентифікацію, стимулювання та потребу в здійсненні (Pierce, Kostova & Dirks, 2002).

Самоінвестування підвищує рівень почуття власності до того чи іншого об'єкту завдяки вбудованій потужності, енергії та зусиллям. Чим більше людина вкладає як моральних, так і матеріальних ресурсів для придбання, збільшення та збереження цієї психологічної власності, тим вищий рівень її прояву. Цей чинник повинен з'явитися у дошкільному віці, коли дитина спочатку отримує право розпоряджатися своїми речами та іграшками та самостійно організовувати власний простір. Успіх цього етапу в дошкільному віці призводить до успіху формування та реалізації почуття власності у зрілому віці.

Іншим важливим фактором актуалізації почуття власності є потенційна загроза (реальна чи уявна) втратою права власності чи контролю над певними сферами свого психологічного простору. Людина починає активно захищати свої межі, захищаючи свою психологічну власність, що також може проявлятися в посиленому використанні відповідних маркерів для персоналізації свого простору, агресивній поведінці, категоричній відмові від іншої позиції тощо. Як приклад, почуття власності внутрішньо переміщених осіб може бути досліджено і описано у цьому випадку. Вони втратили більшу частину свого майна, житло та цінні речі. Їхні стосунки, режим та нормальне життя були порушені, а їхнє життя і здоров'я були під загрозою. Під час глибинних інтерв'ю і опитування внутрішньо переміщені особи відзначали глибоке, сильне відчуття порушення почуття власності. Вони описували це як відчуття втрати фундаменту, безпеки

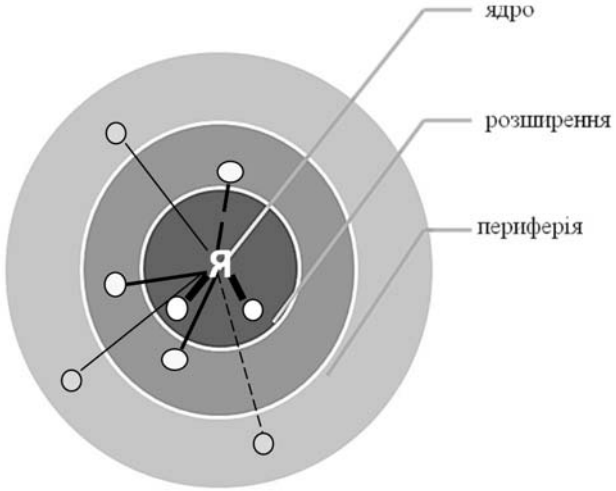
та довіри. Більш детально результати представлені в статті автора (Hubeladze, 2016). Такий досвід є суттєвим вагомим чинником, що визначає можливість їхньої адаптації в нових умовах.

Формування та трансформація почуття власності в онтогенезі пояснюється взаємозв'язком та взаємозалежністю психологічних, демографічних, соціокультурних, ситуативних та об'єктних чинників, які домінують на різних етапах формування особистості.

Почуття власності перебуває в процесі формування, реконструкції, актуалізації/дезактивації залежно від конкретних соціальних обставин. Основними соціальними та психологічними детермінантами формування власності, актуалізації чи деактуалізації, посилення чи послаблення в онтогенезі є мотивація психологічного привласнення, ставлення групи до власності, групова соціальна та економічна ідентичність, розвиток індивідуальної ціннісно-смислової сфери, а також групові цінності та значення, колективні емоційні стани, почуття домінування або залежності, міжгрупові та внутрішньогрупові порівняння, загроза втрати власності, самоінвестування, психологічна легітимація власності на майно та соціальна конкуренція. Ці детермінанти можуть по-різному функціонувати залежно від життєвих обставин, стадії розвитку особистості, етапу життя та її індивідуальних психологічних особливостей, або залишатися стабільними. Відчуття власності може змінюватися за формою узагальнення об'єкта почуттів і мати різний рівень конкретності — від безпосередніх почуттів до реального об'єкта, до почуттів, пов'язаних із соціальними цінностями та ідеалами. Якщо для дошкільника важливо збирати через них конкретні речі, іграшки та самоідентифікуватися в групі, то для дорослого чоловіка насправді є актуальними матеріальні інститути та цінні судження.

Сформоване почуття власності та приватність є запорукою успішного психологічного дорослішання, що проявляється в автономії, почутті компетентності і впевненості та відчутті підтримки оточення. Тобто, приватність дорослої людини великою мірою залежить від того, якою мірою вона у дитинстві отримувала від дорослих самостійність і можливість приватності, автономії і зростає з посиленням поваги до неї і її потреб і власності. Виходячи з цього робимо висновок, що для форму-

піддається рефлексуванню і адекватному опису, проте найважливішим завданням особи є збереження цілісності його меж (Карелін, 2019; Нартова-Бочавер, 2008). Продовжуючи думку Нартової-Бочавер С. щодо природи психологічного простору особистості, почуття власності також можна співвіднести з основними проявами психічного: воно переживається суб'єктом як збережене (цілісне) або втрачене (порушене), що виражається у відчутті впевненості або, навпаки, тривоги і хвилювання; усвідомлюється поряд зі своїми межами і не усвідомлюється там, де останнім часом не підлягало змінам; виражається у поведінці, спрямованій на об'єкти, значущі для організації буття людини.



Примітка: *- - - - негативна валентність почуття власності, ––––– позитивна валентність почуття власності; чим товще лінія, тим більш значущим є даний об'єкт власності для особи.*

Рис. 2.1. Модель простору психологічного володіння особистості

Якщо суверенність фізичного тіла, території, особистих речей — це необхідна умова виживання людини як індивіда, то суверенність звичок, соціальних контактів і цінностей є необхідною умовою самореалізації її як особистості, а тому може бути історично та онтогенетично більш пізнім утворенням (там само, с. 120).

людського буття: власне тіло; територія; особисті речі (артефакти); часовий режим; соціальні зв'язки; смаки (цінності). На нашу думку, в час інтенсивного розвитку інформаційних технологій доречним було б додати до цього переліку віртуальний простір особистості, а також психологічну власність в організації та стосунки з державою.

Середовищні прояви людини, з одного боку, можуть бути інтерпретовані символічно і метафорично, як моделювання свого внутрішнього світу з усіма його особливостями і суперечностями, а з другого — через зміни тілесних і топологічних параметрів життєдіяльності людини, змінювати її як особистість. Самовизначення особи зумовлюється межами власної суб'єктності, а самоусвідомлення виникає в результаті взаємодії «Я» з різними формами «не-Я». Тому саме посилення суб'єктності в напрямку розширення контакту з дійсністю і його поглиблення є основним індикатором розвитку особистості (Нартова-Бочавер, 2008).

Почуття власності особи поширюється на різні об'єкти власності, залежно від їхньої цінності і важливості, від рівня актуальності даного об'єкту власності на даний момент. Виходячи з таких міркувань простір психологічного володіння особистості можна схематично зобразити у вигляді відцентрованих кіл, де ядро утворюють об'єкти власності, які мають найвищу валентність та значення для особи станом на зараз, розширення — менш значущі наразі, але загалом вагомі об'єкти власності та периферія — несформоване або не актуалізоване почуття власності щодо певних об'єктів, або дифузія відчуттів (рис. 2.1). Очевидно відбувається постійна зміна валентності тих чи інших об'єктів власності, а отже і процес переконструювання цієї системи є невпинним.

Почуття власності визначає конструювання психологічного простору особистості і проявляється в ньому через відчуття особи, що простір (як матеріальний, так і віртуальний, і навіть суб'єктивний) як свій, присвоєний чи створений нею самою, а отже як те, що має індивідуальну цінність. Особа має змогу контролювати і захищати все, що знаходить всередині психологічного простору особистості. При цьому психологічний простір особистості, як і почуття власності, не рефлектується без виникнення проблемних, складних ситуацій, воно прозоре, фонове, а отже не завжди

вання відповідального дорослого необхідно з раннього дитинства підтримувати в дитині здорові власницькі потяги, сприяти прояву почуття власності до різних об'єктів, що виражатиметься в контролі, самоінвестуванні часу, сил і ресурсів, а також поглибленні знання про той чи той об'єкт власності.

1.5. Почуття індивідуальної, колективної і спільної власності: особливості переживання і конструювання

Як відомо, почуття власності може виявлятися як на індивідуальному, так і на груповому рівнях. При цьому основна увага дослідників була зосереджена на переживаннях окремих осіб: «наскільки я відчуваю, що цей об'єкт (нехай і колективний) мій?» (наприклад, «моя країна», «моє місто», «моя компанія»). Таке питання часто використовується для оцінки почуття власності (Lee and Suh, 2015). І хоча все частіше дослідники визнають, що колективне почуття власності відіграє порівняно більшу роль у діяльності групи, команди, колективу, нації, ніж індивідуальне, персональне, все ж питання поширення почуття власності на більші, масовіші спільноти, як, наприклад, «наше місто», «наша громада», «наша країна», «наша планета» є маловивченими. Оскільки розуміння механізмів формування і функціонування колективного почуття власності відкриває широкі можливості для прогнозування поведінки людей та може стати вагомою основою для поширення ідей відповідального громадянства, розвитку територіальних громад, що особливо актуально в умовах децентралізації, формування і актуалізації екологічного і природозбережувального мислення щодо своєї громади і планети в цілому.

В економічному і правовому розумінні поділ власності на індивідуальну та колективну (групову) передбачає, що індивідуальна власність може носити характер особистої, а також приватної власності, а колективна (групова) — спільнотної та суспільної власності (Хайек, 1996).

Якщо питання індивідуальної власності, персонального ставлення до власності, особистісних переживання щодо володіння

вивчються доволі активно, то дослідження з питань колективної власності і її імплементації на великі групи лише з'являються. Так, певні спроби в цьому напрямі здійснені у вивченні почуття власності щодо місця, території (Бурмистрова, 2004; Луценко, 2013; Найдьонова, 2012; Николаенко, 1985; Хазратова & Луценко, 2011); колективного почуття власності в організації (Brown, Crossley, Robinson, 2014; Menard, Warkentin & Lowry, 2018; Pierce, Jussila & Li, 2018); щодо держави, народу, нації (Остром, 2011; Татенко, 2019; Хазратова, 2004; Gineikiene, Schlegelmilch, Auruskeviciene, 2016; Hubeladze, 2020 a; Nijs, Martinovic, Verkuyten, Sedikides, 2020; Verkuyten & Martinovic, 2017), природних ресурсів (Matilainen, Pohja-Mykrä, Lähdesmäki & Kurki, 2017; Preston & Gelman, 2020). На важливості вивчення і диференціації індивідуального та надіндивідуального у психічних станах соціуму наголошував Слюсаревський М. (2003, 2009).

Як слушно зауважив Юнг К. (1991): «Те, що роблять нації, те робить і кожна окрема людина, і поки вона це робить, це робить і нація. Лише зміна постав окремої людини стає зміною психології нації. Великі проблеми людства ще ніколи не вирішувались за допомогою «загальних» законів, але завжди вирішувалися лише завдяки оновленню постав окремої людини».

Найпростіша, найзрозуміліша і найпоширеніша форма почуття власності є відчуття «мого», «свого». Однак довсід говорить про те, що далеко не всі об'єкти власності мають одного чітко визначеного власника, особливо що стосується не правового визнання факту володіння, а суб'єктивного переживання, яким по суті і є почуття власності. В експериментальних дослідженнях Ненсківела С. і Фрідмена О. було показано, що вже у віці 4–5 років діти чітко усвідомлюють свою і чужу, а також спільну власність, можуть об'єднуватися в групу навколо певних об'єктів та розуміють необхідність відстоювання власності, навіть якщо господаря немає поряд (Nancekivell & Friedman, 2014).

«Моє» і «наше», на думку Татенка В. (2013), утворюють своєрідну єдність протилежностей, що дає змогу їм стримувати, обмежувати один одного від неадекватності і надмірності, а з другого — доповнювати і збагачувати один одного тим, що тільки й може дати спільне життя, основу якого складають відчуття

РОЗДІЛ 2 ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИКАХ

2.1. Виміри психологічного простору особистості, в яких реалізовується почуття власності

Почуття власності формується, розвивається і функціонує через соціальні інститути, соціальну символіку, деякі традиції і соціальні практики. Воно конструюється в і завдяки соціальним практикам. Як емоційний стан, почуття власності розвивається і, хоча і має свої біологічно детерміноване підґрунтя, все ж є продуктом життя людини в суспільстві, її спілкування і виховання. За допомогою нього виявляється стійке ставлення людини до об'єктів власності, самої себе, інших людей і суспільних подій з її поставами і переконаннями. Воно вибудовується на основі і в результаті взаємодії людей, їхньої боротьби за досягнення суспільно важливої мети. Почуття власності як соціально-психологічний феномен сформувались у суспільно-історичному житті людей, в процесі їхнього спілкування, і його функціонування неможливе поза соціальним контекстом, а отже воно стало важливим засобом оцінки вчинків і поведінки людей, регулювання взаємин особистості.

Платформою, чи то ареною, де проявляється почуття власності є психологічний простір особистості, який, як суб'єктивно значущий фрагмент буття, визначає актуальну діяльність і стратегію життя людини. Він включає комплекс фізичних, соціальних і суто психологічних явищ, з якими людина себе ототожнює (територія, особисті речі, тіло, соціальні прив'язаності, постави тощо). Ці явища можуть набувати значущості відповідно до психологічної ситуації, маючи для суб'єкта особистісний смисл, і починають оберігатися усіма фізичними, психологічними і символічними засобами. Нартова-Бочавер С. (2008, с. 138) виокремила шість вимірів психологічного простору особистості, які відображають фізичний, соціальний і духовний аспекти

майданчиком, платформою для здійснення, реалізації почуття власності є психологічний простір особистості, який утворюється, підтримується і реконструюється через стосунки власності і почуття власності. Показано, що таке суб'єктивне переживання володіння певними об'єктами забезпечує формування приватності, автентичності, інтимного простору особистості і засобом вибудовування і збереження персональних і групових меж.

Реалізація почуття власності розпочинається на основі інстинктивних прагнень і потреб, що поступово викристалізовуються і трансформуються в процесі соціалізації та залучення особи до соціальних практик, під впливом яких вона засвоює суспільні норми та способи володіння, водночас їх конструюючи і зумовлюючи. Було виокремлено і обґрунтовано кілька етапів становлення та реалізації почуття власності в онтогенезі: 1) онтогенетичне розгортання інстинктивних потреб особи у володінні, території, безпеці в почуття власності; 2) становлення особистісної та соціальної ідентичності на основі відчуття власності в процесі первинної соціалізації в контактних групах; 3) життєве самовизначення і формування відчуття належності на базі інтеріоризованих суспільних цінностей і моральних норм щодо власності й володіння, бідності і багатства; 4) самоздійснення та прояв самоефективності особи в процесі реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Реалізація почуття власності може відбуватися в трьох темпоральних перспективах, перманентно коливаючись між ними: актуальному (переживання щодо володіння на теперішній час), перспективному (мотивація привласнення, бажання мати у майбутньому) і ретроспективному (сум, ностальгія за тим, що втрачено).

Існує індивідуальне (персональне) почуття власності, яке є основою для формування самооцінки особи, її відповідальності і суб'єктності, а також колективне (спільне) почуття власності, яке спонукає гуртування спільнот на основі формування колективної (групової) ідентичності з метою підвищення їхньої ефективності. Основними важелями актуалізації/деактуалізації почуття як індивідуального, так і колективного почуття власності визначено прагнення контролю, готовність до самоінвестування та глибшого пізнання об'єкту власності.

належності, спільності, потрібності, захищеності, спорідненості й близькості (с. 42). На необхідності утворення інтимної спільності в континуумі «Я-Ти-Ми» наголошував і Франк С. (1992).

Спільність «Ми» стосується як малих угруповань, так і великих груп, члени яких можуть навіть не знати один одного, але які поділяють спільні цінності, інтереси, діють разом і доповнюють один одного. Характерною ознакою спільності, за Татенко В. є «...наявність спільних психологічних кордонів, які відділяють і водночас поєднують її з іншими спільностями» (Татенко, 2013, с. 68). Циганенко Г. (2012) наголошує, що довіра в просторі групової взаємодії відіграє одну з ключових ролей у формуванні почуття «Ми» і готовності ділитися з іншими своїми об'єктами власності і бути ефективним у колективному, спільному володінні. А Дроздов О. (2017) у своїх дослідженнях фіксує вищий рівень суб'єктивної поінформованості, значущості та зацікавленості саме щодо «свого» геополітичного простору, а саме своєї країни і місця проживання. Більше того, він припускає, наявність двох принципово відмінних алгоритмів формування геополітичної свідомості щодо «свого» та «чужого» простору.

Найдьонов М. (2008) особливу роль у визначенні і позначенні меж «Ми» надає механізму коаліційної рефлексії, а Найдьонова Л. (2014) обгрунтовує групову рефлексію як механізм реконструкції соціальних постав.

Іноді предмет є не лише інструментом для користування людиною, але чимось, що визначає стан людини. Наприклад, такі об'єкти, як країна, місто, команда та організація, настільки величезні з точки зору розміру, ефекту та динамічності. Ці об'єкти власності не належать одній людині, а тому особа може мати як індивідуальне, так і спільне почуття власності на ці об'єкти. З такими об'єктами велика кількість людей мають спільні стосунки, і в цьому відношенні можна згадати про значну спільну власність. Психологічна власність також може бути почуттям, яке поділяють члени спільноти чи групи, і виникає воно на основі суттєвих подібностей, які збільшують солідарність, довіру, спільні інтереси та оцінки, співпрацю, спільні норми та відповідальність.

Кочубейник О. (2011), розглядаючи основні рівні конструювання автентичності, окрім індивідуального, мікро- та макросоціального, виокремлює ще метанаратив, який впливає на

конструювання колективних та індивідуальних наративів. Бєлавін С. (2016) зазначав, що під час кризового періоду будь-яке суспільство шукає оптимальний спосіб пристосування до нової реальності. Доволі часто такою стратегією є конформізм, який дає змогу об'єднуватись навколо референтних чи значущих об'єктів колективної власності, на основі чого відбувається формування згуртованості групового «Ми» («свої») і чітке усвідомлення групи «Вони» («чужі»).

Фукуяма Ф. (2020) стверджує, що актуалізація, загострення колективної ідентичності, наприклад расової, релігійної, етнічної, політичної, громадянської тощо може спровокувати демократичні революції, запускає соціальні рухи, допомагає чи заважає конструювати, створювати ефективні інституції.

Докінз С. та ін. (2015) описують колективне почуття власності як складну конструкцію, що ще формується як концепт і наразі не має емпіричних доказів. Теоретично це було охарактеризовано як перехід від «це моя компанія» до «це наша компанія» (Dawkins, Tian, Newman & Martin, 2015, с. 4). Однак як емпірично коректно зафіксувати саме груповий, колективний рівень прояву почуття власності поки що залишається відкритим питанням. Відомо, що колективне, спільне переживання є більшим, змістовнішим, ніж сума індивідуальних його проявів.

Щоб виникло колективне почуття власності, люди повинні не тільки взаємодіяти і виконувати спільні завдання, вони мають відчути потребу в «соціальній ідентичності» (Pierce, Jussila & Li, 2018). Тоді вони повинні мати або розробити «єдиний спільний погляд» щодо «індивідуальних та колективних прав та обов'язків», пов'язаних із об'єктом власності (Pierce & Jussila, 2011). Формування колективного почуття власності у команді, групі, спільноті є доволі складним завданням і вимагає створення і функціонування «спільного мислення» за допомогою різних засобів.

Почуття власності проявляється не тільки на особистому рівні як «моє», але й на колективному як «наше» (Furby, 1980; Pierce & Jussila, 2011; Pierce, Jussila & Li, 2018; Verkuyten & Martinovic, 2017). Спільнота людей, які сприймають себе як «Ми», може мати чи утворювати спільне значення речей. Згідно теорії самокатегоризації (Turner, Hogg, Oakes, Reicher & Wetherell,

діння об'єктом власності. Вона може бути реалізована не тільки за допомогою юридичних прав, але й через усні домовленості і навіть за рахунок невтручання. Тож, колективне почуття власності є важливим, проте значною мірою невивченим явищем і фактором міжгрупової динаміки.

Висновки до першого розділу

Проведений аналіз існуючих теоретичних підходів до вивчення проблеми власності засвідчив міждисциплінарний ухил у дослідженні природи цього явища, яке лежить в основі багатьох досліджень різних галузей. Водночас очевидною є необхідність зміни фокусу уваги з правових, філософських, економічних і психолого-економічних досліджень у бік вивчення соціально-психологічної природи власності, яка, на нашу думку, найвиразніше може бути описана через феномен почуття власності.

У відповідності до поставлених завдань було здійснено концептуалізацію поняття «почуття власності», яке описано як суб'єктивне емоційне переживання людиною належності їй певних об'єктів, що відображає зміст і значення, яке мають для неї реальні або абстрактні, конкретні або узагальнені об'єкти власності, тобто все те, що вона може назвати своїм. Почуття власності поширюється не тільки на матеріальні, а й на нематеріальні і навіть абстрактні об'єкти, які не обо'язково мають економічну природу чи зумовлюють економічні стосунки суб'єктів.

На основі теоретичного аналізу було обґрунтовано, що почуття власності виникає й розгортається в онтогенезі і реалізовується з різною мірою актуальності, валентністю, інтенсивністю протягом життя людини. Почуття власності як конструкт самосвідомості особи, що реалізовується в соціальних практиках та постає одночасно чинником і наслідком міжособової взаємодії, є багатовимірним утворенням, специфіка якого визначається організацією його складових і гетерогенністю його проявів. Основними елементами почуття власності є територіальність, самоефективність, ідентичність, відчуття належності і відповідальність за об'єкт власності. Почуття власності реалізовується на чотирьох рівнях: інтраперсональному, індивідуальному, інтерперсональному та загальносуспільному. При цьому основним

Почуття власності, у тому числі і колективне, не є статичним та інертним утворенням, яке формується раз і назавжди. Весь час відбувається процес формування, переконструювання, актуалізація/деактуалізація, зниження чи підвищення валентності тощо залежно від конкретних соціальних обставин, внутрішньо групових процесів та відповідних загроз.

Воно може зазнавати змін залежно від низки соціально-психологічних чинників: переживання спільних колективних емоційних станів, внутрішніх і зовнішніх реалістичних, символічних і власницьких загроз, переконструювання, трансформація групової ідентичності, що пов'язані у тому числі з її діяльністю і реалізацією особи у спільноті. Належність особи до тієї чи іншої спільноти передбачає її ідентифікацію з цінностями і поставами інших її членів. А отже схвальне чи заперечне ставлення спільноти до власності і різних способів привласнення впливатиме на відповідне ставлення окремої особи. Чим вищий рівень ідентифікації з тією чи іншою спільнотою, тим сильніший вплив чинять її колективні постави.

Самоінвестування підвищує рівень колективного почуття власності до того чи іншого об'єкту, через вкладання сили, енергії, зусиль. Чим більше людина вклала як моральних, так і матеріальних ресурсів для набуття, збільшення і збереження цієї психологічної власності, тим вищим є рівень його прояву.

Самовизначення особи у просторі соціальних стосунків відбувається на основі міжгрупового та інгрупового порівняння. Належність особи до тієї чи іншої спільноти, детермінує її самовизначення, у тому числі через актуалізацію колективного почуття власності до своєї групи. Відповідно зміна спільноти чи того свого статусу у ній безумовно впливає на переоцінку і трансформацію почуття власності, його валентності й інтенсивності прояву.

Ще одним важливим чинником актуалізації почуття власності є загроза (реальна чи уявна) втрати об'єкта власності чи контролю над ним. Громадяни починають активно відстоювати своє колективне почуття власності, охороняючи і виражено маркуючи його, що може проявлятися навіть у агресивній поведінці і категоричному неприйнятті так званих «інших».

Для успішної реалізації колективного почуття власності важливим є визнання іншими права особи чи спільноти на таке психологічне володіння або психологічна легітимація воло-

1987), люди мимовільно об'єднуються за певними критеріями і категоріями: особистісні категорії визначають особисту ідентичність людей («Я») і соціальні або колективні самовизначення визначають свою групову або колективну ідентичність («Ми») (Горностай, 2014; Чорна, 2012; Tajfel, 2010). Оцінка особою самої себе нерозривно пов'язана з групами чи спільнотами, до яких вона належить, і навпаки (Васютинський, 2010).

Разом з тим мало досліджень, присвячених вивченню природи та актуальності колективного почуття власності, що ґрунтується на відчутті «наше», для міжгрупових відносин. Як зазначають Веркуйтен М. та Мартінович Б., колективна психологічна власність є важливим джерелом напруженості між групами і може становити інтерес для фахівців різних галузей (Verkuyten & Martinovic, 2017). Це питання може бути вивчене шляхом інтеграції теорій і досліджень з різних соціальних наук, і мати наслідки для майбутніх соціально-психологічних досліджень міжгрупових відносин. Перспективним є розгляд колективного почуття власності через призму психології володіння, маркування і персоналізації, міжгрупових загроз, зовнішнього виключення, і групової відповідальності. Такі соціально-психологічні процеси можуть бути застосовані до цілої низки об'єктів власності і різних міжгрупових постав, включаючи міжнародні, національні та місцеві умови, а також організації і громади.

Коли ми говоримо про колективне почуття власності, то спираємось на визначення Пірса Дж. та Юссіли І., які визначили колективну психологічну власність як почуття колективного психологічного привласнення та прихильності до групових, спільних об'єктів, які можна виміряти на індивідуальному або груповому рівні (Pierce & Jussila, 2010). Існує загальне розуміння того, що (матеріальний чи нематеріальний) об'єкт є власністю групи та належить їй і може бути позначений як «наш». Це процеси внутрішньої регуляції діяльності людини, що відображають зміст та значення, яке має для неї держава як об'єкт власності.

Важливо відрізняти право власності як нормативну конструкцію, яка належить до соціальних відносин між особами і спільнотами щодо об'єкта володіння, від почуття власності як суб'єктивного переживання приналежності собі певних

об'єктів власності, що може існувати навіть за відсутності соціального і правового визнання.

Колективне почуття власності в своїй основі має інстинктивну природу, так званий «територіальний інстинкт» і передбачає соціальне прийняття і визнання (Beaglehole, 1931; Джеймс, 1991; Пайпс, 2008; Хазратова & Луценко, 2011; Verkuyten, 2017). Питання власності лежать в основі функціонування суспільств, і колективне почуття власності має сильні впливи на те, як люди поводяться (Ye & Gawronski, 2016). Таке переживання допомагає організувати соціальне і фізичне середовище, регулює соціальні взаємодії і передбачає нормативні і моральні права, привілеї та обов'язки. Воно допомагає у спрощенні способу взаємодії людей для розуміння та прогнозування їхньої поведінки, зокрема щодо моральних порушень, крадіжок, вторгнення, анексії чи вандалізму, характерних для власності.

Відображаючи психологію понять «ми» і «наше», важливо усвідомлювати, що колективне почуття власності виникає в інтерактивній динаміці. Його виникнення і розвиток зумовлює формування стійких емоційних відносин і ґрунтується на досвіді взаємодії особи з державою як об'єктом власності. У зв'язку з тим, що цей досвід може бути суперечливим, мати як позитивні, так і негативні епізоди, почуття по відношенню до об'єкту власності носять амбівалентний характер. Одне і те саме почуття може проживатися і проявлятися по-різному, залежно від того, в якому емоційному стані особа перебуває на даний момент. Так, почуття власності може у різний час супроводжувати емоції радості, гордості, інтересу, заздрості, образи, сорому та гніву тощо. Істотну роль у формуванні і розвитку почуття власності як одного із вищих людських почуттів мають соціальні інституції, зокрема соціальна символіка, що підтримує їх стійкість, деякі традиції, норми і соціальні практики.

Утворення почуття «наше» є більш складним, оскільки передбачає стосунки не тільки всередині системи «ми» (з ким ми ділимо об'єкт колективної, спільної власності, за яких умов, на яких домовленостях тощо), але й стосунки з «іншими», «чужими», які не мають легітимізованого права на цей об'єкт колективного володіння. Від таких осіб, груп, об'єкт необхідно оберігати, маркувати.

і веде до стратегій управління ідентичністю, включаючи позитивну міжгрупову диференціацію, захист світогляду і дискримінацію щодо інших (Toft, 2014; Turner, Hogg, Oakes, Reicher & Wetherell, 1987; Verkuyten, Martinovic, 2017). У своїх попередніх дослідженнях, що стосувалися міграції сільського населення у місто, ми на основі емпіричних результатів показали, як втручання, інтеграція, включення представників аутгрупи (у нашому випадку селян) може впливати і на існування інгрупи (міста) і членів цієї спільноти (Губеладзе, 2016 б).

Для того, щоб власність була визнана іншими, вона має бути позначена і персоналізована. Маркування як форма поведінки щодо об'єкта власності дає змогу не тільки претендувати та обґрунтовувати контроль, але й визначати ідентичність групи. Інструментально члени групи залучаються для підтримки або захисту своєрідності і цінності своєї групи. Ідентифікаційне маркування колективної власності не тільки виражає групову ідентичність, але й викликає реакції з боку членів групи і поза групою, і таким чином може працювати, щоб уточнити або переосмислити особистість. Управлінське маркування повідомляє членам спільноти, що певний об'єкт власності чи територія є «нашим» і тому «ми» маємо право контролювати доступ або використання даного об'єкта. Маркування символізує те, що об'єкт існує і є необхідність попереджувати втручання, незаконне присвоєння, порушення прав і меж з боку сторонніх осіб. Залежно від того, наскільки власність і межі об'єкта є чіткими, зрозумілими і однозначними, можуть бути використані різні способи маркування. Більша неоднозначність призведе до активнішої поведінки власників з вищим рівнем маркування. Неоднозначність може виникати через відчуття відсутності граничних маркерів як, наприклад, розмивання національних кордонів у Європейському Союзі, або від інституційних, організаційних чи соціальних змін, наприклад, збільшення культурного різноманіття в регіонах, які включають реструктуризацію вимог і прав. За таких умов у членів спільноти з'являється бажання підкреслити і відновити свою колективну власність шляхом участі в контрольно-орієнтованому маркуванні, такому як поширення, розкладання речей, підкреслення історичних вимог, розміщення зрозумілих маркерів для позначення меж і посилення контролю.

захист території (Pierce & Jussila, 2011, с. 827). Відчуття «наше» є принципово важливим у міжгрупових відносинах, але, як правило, воно не враховується в соціальній психології. Існує чимало соціально-психологічних праць про соціальну категоризацію і пов'язані з нею причини і наслідки мислення в категоріях «ми-вони», «свої-чужі» і «наше-їхнє» (Бєлавін, 2016; Дроздов, 2017; Gineikiene, Schlegelmilch & Auruskeviciene, 2017; Nancekivell & Friedman, 2014; Tajfel, 2010). Проте бракує систематичної теоретизації і дослідження характеру і наслідків мислення в термінах «наше» і «їхнє» як колективної психологічної власності. Разом з тим такі пошуки можуть відігравати важливу роль у груповій динаміці і процесах формування ефективної спільноти, команди чи нації. З одного боку, почуття колективної власності часто бере участь у внутрішньогрупових процесах співпраці і солідарності, але з другого — вона може посилювати міжгрупові напруження і конфлікти.

На рівні країн і етнічних груп, колективна психологічна власність, належність є вагомим обґрунтуванням вимог територіального та національного, державного суверенітету, а суперечки про володіння об'єктами, культурними артефактами і територіями є частими і можуть переростати в насильство і міжгрупові конфлікти (Toft, 2014). Разом з тим колективна психологічна власність відіграє певну роль в ізоляції та виключенні різних меншин водночас на противагу єднанню.

Невід'ємною частиною почуття власності є можливість втратити контроль і бути позбавленим власності (Rochat, 2014), що призводить до захисної поведінки та відновлення претензій щодо володіння. Крадіжка, вторгнення, зазіхання та анексія призводять до суперечок та конфліктів щодо об'єктів власності. Колективно визнані культурні традиції, практики, норми і цінності, можуть бути під загрозою з посиленням міграційних процесів, або з поширенням європейських правил і норм. Аутгрупи, що мають світогляд і цінності, відмінні від внутрішньогрупових, загрожують єднанню і спільному способу життя групи. Символічна загроза пов'язана зі страхом того, що відмінність, цінність і безперервність внутрішньогрупової ідентичності будуть підірвані іншими. Вона передбачає необхідність позитивного і відмінного почуття колективного самоврядування

Важливим аспектом розуміння колективного почуття власності є розуміння і відчуття справедливості у розподілі спільних благ і відповідальності. Дослідники виявили, що уявлення про справедливість визначають поведінку громадян та впливають на бажання виконувати свої громадянські чи організаційні, групові обов'язки, характер взаємодії з іншими людьми, готовність надавати їм допомогу чи брати участь у спільній діяльності, бажання помститися кривдникові, визначення міри покарання для нього, готовність звернутися в певну організацію чи працювати в ній, якість діяльності та прояв девіантної, в тому числі протиправної поведінки. Переживання справедливості мають індивідуальний (досвід інтимного переживання), груповий (практика безпосереднього врегулювання взаємин) та суспільний (декларується та захищається мораллю та законом) характер та зумовлюються гостротою конфлікту між «справедливо-для-мене» (мені більше, ніж іншим) та «справедливо-для-всіх» (всім порівну) у позиції суб'єкта (Слюсаревський, 1998). Оцінювання ситуації з індивідуальної, суб'єктивної точки зору, основним принципом та критерієм якої є «я повинен отримувати максимально багато для власної реалізації» корениться в інстинкті самозбереження та виявляється у конкуренції.

Колективне почуття власності може проявлятися на місцевому, регіональному, національному та наднаціональному рівнях. Коли ми говоримо про національний рівень, то найчастіше воно може виражатися у таких висловах, як «це наша країна», «ми повинні повернути контроль над нашими територіями», «ми тут господарі і самі можемо визначати майбутній вектор розвитку країни», «не дозволимо ворогу заходити у наш дім» тощо. Наслідки колективних вимог щодо власності на місцевому та особливо на національному рівні можуть бути далекосяжними і разом з тим напруженими, що ставить під загрозу соціальну згуртованість і міжнародні відносини в цілому.

Колективне почуття власності може породжувати спільні як конструктивні, так і протестні рухи, які у свою чергу зумовлюють зміни соціальних практик (Климов, 2014, с. 202).

Важливо, що балансувальну і адаптивну природу почуття власності можна помітити при необхідності особи обирати між

індивідуальною власністю, персональною користю та колективними інтересами. У своїх дослідженнях Кірюхіна М. (1999) виокремлює кілька типів власників, зокрема і «власник-одноосібник» і «власник-колективіст», що мають свої психологічні особливості та відмінні стратегії володіння.

Образ держави є складним багаторівневим утворенням, що може мати місце як в індивідуальній, так і у масовій психіці; концепт особистості міститься в аксіологічному вимірі держави і безпосередньо виявляє себе у смисловому контексті ієрархічних, правових, економічних відносин (Дроздов, 2016; Хазратова, 2004; Toft, 2014). Колективне почуття власності щодо своєї країни проявляється через національні ідентитети, як то мова, державна символіка, національна культура і традиції, державні інституції тощо (Дробижева, 2006).

Веркуйтен М. визначає три важливі принципи, на яких базується прояв колективного почуття власності, у тому числі і щодо власної країни: принцип першого володіння (перший користувач природнім ресурсом є його власником), принцип праці та інвестицій (особи, які долучаються до створення чи формування об'єкта власності, є його власниками) та принцип формування (формуюче значення певної території для колективної ідентичності) (Verkuyten & Martinovic, 2017).

Подібно до індивідуального почуття власності структурними компонентами колективного є сила і контроль, знання, самоінвестування, персональна та колективна ефективність, особистісна і соціальна, групова ідентичність та сприймання своєї корисності. Воно може проявлятися у відчутті територіальності (пасивне відчуття власності), прихильності до держави як об'єкта власності та відповідальність, як індивідуальна, так і колективна (активне відчуття власності) (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). Однак носієм такого переживання є не окрема особа, а колективний суб'єкт, група, спільнота, команда, нація тощо. Формування колективного почуття власності відбувається завдяки залученості у діяльність групи та використанню ресурсів і можливостей. Як стверджує Остром Е. (2011), особливості колективної власності на відміну від індивідуальної, більшою мірою впливають і залежать від відповідального ставлення, користування і відновлення ресурсів. Коли власність

колективна, то і відповідальність за неї розподіляється між різними людьми. Чим менше розуміння і усвідомленості, як я, як конкретний громадянин, можу впливати на країну чи своє місто як об'єкт колективної власності, тим більше мені варто залучатися і пізнавати (Остром, 2010, 2011).

Колективне почуття власності щодо своєї країни має тісний взаємозв'язок з рівнем сформованості і проявом громадянської ідентичності (Петровська, 2016 а, б; Синельников, 2018; Хазратова, 2018 а). Відчуття прихильності чи групової ідентифікації не завжди означає колективне почуття власності, але останнє означає, що є відчуття «наше» і відбувається соціальна ідентифікація (Verkuyten, Martinovic, 2017). Колективне почуття власності може лежати в основі і зміцнювати розвиток почуття «хто ми є» і «що ми маємо», що у свою чергу може посилювати претензії на власність і напруженість по відношенню до аутгруп. Часто членів домінуючої групи звинувачують у експлуатації та привласненні культурних цінностей меншин (Scafidi, 2005). Почуття власності може забезпечити відчуття колективної, спільної цінності, позитивної відмінності від інших, приналежності, наявність значущого існування, розширення прав і безперервності ідентичності (Vignoles, 2011).

Члени спільноти використовують матеріальні об'єкти, які є спільними (наприклад, історичні будівлі, вітчизняні продукти), як символи своєї групової ідентичності та для демонстрації своєї громадянської ідентичності іншим (Gineikiene, Schlegelmilch & Auruskeviciene, 2016). Колективне почуття власності сприяє самовизначенню, формуванню відчуття дому, розумінню мети і напряму життя як громадянина, члена спільноти відчуття себе і своєї спільноти сильнішими, що проявляється у відчутті колективної безперервності протягом усього часу (Brylka, Mähönen & Jasinskaja-Lahti, 2015; Nijs, Martinovic, Verkuyten & Sedikides, 2020).

Як стверджують Пірс Дж. і Юссіла І., відчуття «ми» і «наше» виникає в результаті спільної діяльності і подій, які колективно переживаються і визнаються цінними для певної групи людей. За таких умов у людей з'являється відчуття «Ми». Таке відчуття здатне об'єднувати людей і контролювати їхню поведінку в досягненні спільної мети, наприклад, маркування та

співробітників на різних рівнях до мозкових штурмів, визначення бачення та цінності, які, на їх думку, повинні рухати установу вперед. Надання співробітникам автономії у їхніх ролях. Для того, щоб співробітники мали сильне почуття власності щодо своєї установи, надзвичайно важливо, щоб вони мали контроль, насамперед, за виконанням власних ролей, де і як вони виконують свою роботу і без необхідності консультуватися з керівником щодо кожного окремого рішення. Збільшення автономності призводить до збільшення рівня задоволеності роботою, посилення відчуття життєвої і професійної успішності, а відтак і бажання професійного зростання. Звичайно, є питання виключно для розгляду керівництвом, але є багато інших завдань, з якими краще впораються співробітники, які є дотичними до ситуації і безпосередньо у неї занурені. Важливо привчати нових, ще малодосвідчених співробітників щодо прийняття обґрунтованих рішень. З часом вони отримають більше впевненості, відчувши підтримку керівництва і колег. Диференційована оплата праці або розподіл прибутку. Диференційована оплата праці та плани розподілу прибутку можуть допомогти зацікавити співробітників у роботі, яку вони виконують, оскільки вони посилюють лояльність та залучення працівників, підвищуючи продуктивність праці (Daisyme, 2019; Pickford, Joy & Roll, 2016; Pinto, Pimentel & Cunha, 2016).

Варто враховувати, що почуття власності неможливо сформувати за короткий період. Для цього потрібні місяці і навіть роки, більше того, така політика установи має бути постійною, а не ситуативною, і проявлятися у різних сферах діяльності установи. Тож вироблення та застосування ефективних соціально-психологічних засобів стимулювання розвитку кар'єри, створення системи соціально-психологічного супроводу співробітника у процесі входження у професійне середовище позитивно позначиться на рівні їхнього психологічного благополуччя та на забезпеченні можливостей побудови ними успішної кар'єри, формування психологічної власності у колективі та підвищенні відчуття життєвої успішності.

ведінці; володар регулює і контролює поведінку інших по відношенню до даного місця (Altman, 1975).

Очевидно, територіальність виконує певні функції у життєдіяльності людини. Перш за все мова йде про територіальність як основу формування індивідуальної і групової ідентичності, та психологічної власності. Тобто вона дає змогу визначити, хто «я» і хто «ми». По-друге, це засіб організації взаємин. Також фіксування територіальності дає змогу людині контролювати середовище, тобто самій визначати свою діяльність і ступінь соціального контакту під час здійснення цієї діяльності.

Людина не лише відчуває вплив середовища в обличчі власної території, від якої вона залежить у багатьох своїх потребах, а й уявляє саму себе на цій території, наділяє її своїми проекованими рисами і у такий спосіб робить цю територію не анонімною, а індивідуальною, особистою, приватною (Нартова-Бочавер, с. 80).

Як наголошував Альтман І.: «Персоналізуючи середовище..., людина ставить свій індивідуальний відбиток на неї, інформує інших, де її місце починається і закінчується, а також демонструє світу свої цінності і переконання». Первинна (найбільш персоналізована, суб'єкт найбільш контролює володіння нею, «дім»), вторинна (територія, якою користуються тимчасово і періодично, «робочий стіл») і публічна територія (місце, на яке у кожного є право, воно ні до кого не прикріплене, «парк», «вулиця», «місце у вагоні метро») (Altman, 1975).

Згідно спостережень ДеЛонга А. у будинку для людей похилого віку територіальні зміни відобразилися на якості спілкування осіб. Коли люди похилого віку жили у спільній кімнаті, вони більше прагнули до індивідуальних занять, то після переїзду в окремі кімнати вони почали частіше використовувати спільні приміщення для спільної діяльності. При цьому зріс загальний рівень спілкування і комунікабельності та знизився рівень агресивності. І якщо до переїзду люди особливо строго і категорично фіксували свої території — підвіконня, стільці, то пізніше вони стали більш терпимо ставитися до користування іншими цими предметами, оскільки ті втратили статус особистих (DeLong, 1970). Росс Г. та Фрідмен О. виявили, що з віком діти використовують все більше маркерів для позначення своєї приватності (Ross, Friedman & Field, 2015).

На відміну від міських дітей, сільські частіше відмічали важливість того, щоб ніхто не знав, що вони роблять. Що вказує на їхню фрустровану потребу приватності. Домашнє середовище у міських дітей — більш важливий чинник приватності, ніж наявність окремої кімнати. Внесок «усамітнення» у проживання приватності падає з кількістю кімнат, але збільшується залежно від кількості членів сім'ї і щільності населення. Тиша як фактор приватності частіше позначається сільськими дітьми, та міськими, які ділять кімнату з кимось (Altman, 1975).

Стрес перенаселення є ще одним видом порушення приватності. У багатьох репрезентативних дослідженнях показано, що скупченість негативно впливає на психічне здоров'я дітей, які живуть у таких умовах, призводять до затримки інтелектуального розвитку й емоційним дисгармоніям (страхам, тривозі, спалахам агресивності), тобто аналогічні тим, які встановлені у випадках епізодичного насильства. Для дорослих, які живуть у стіснених умовах, характерно ще й викривлення соціальних постав: переживання незадоволення шлюбом, нездатність контролювати своїх дітей, а також «проективна» неприязнь до сусідів або друзів, які живуть у тісних умовах (Altman, 1972).

Нійт Т. (1981 а, б) обгрунтовував, що щільність заселення території визначає можливість прояву «соціальних патологій». А якість взаємин з іншими, як наголошує Нартова-Бочавер (2008, с. 119), залежить від можливості зберегти свої особисті межі.

Тривале, майже постійне перебування на людях має шкідливий вплив на особистість: підпорядковує її впливу соціальних шаблонів і кліше, задає еталони та зразки, яким вона мусить відповідати. Хочемо ми того чи ні, але у своєму публічному житті (з'являючись на людях) особа мусить одягати маски, розігрувати ролі, розмовляти на вибрані іншими теми і повторювати чужі думки (Горностай, 2007). У приватному житті — навпаки, може дещо заспокоїтися і побути сама собою.

Зазіхання на сферу приватного життя, систематичне порушення приватності не лише завдає шкоди особі, воно зумовлює особистісні аномалії. Луценко М. (2013) у своєму дослідженні переконливо доводить, що фрустрація потреби у власності, порушення приватного простору зумовлює трансформації ціннісно-смилової сфери особистості.

лега», «моє робоче місце») і навіть абстрактними («мій досвід», «мої знання») (Pierce, Kostova & Dirks, 2001). Належність людині чогось, наприклад, робочого місця чи продукту професійної діяльності, переживається як суб'єктивно значущий зв'язок з цим об'єктом, можливість контролювати його та здійснювати на нього вплив. Якщо співробітники відчувають почуття власності щодо своєї установи, своєї роботи, результатів діяльності, вони, робитимуть все можливе для успішної реалізації себе і своїх можливостей у цій установі та професійній сфері загалом. За таких умов співробітники менше керуються правилами і вказівками згори, а більше власними особистими цінностями, і вони, найчастіше, приймають оптимальні рішення, навіть якщо над ними немає контролю інших (Avey, Avolio, Crossley & Luthans, 2009; Campbell Pickford, Joy & Roll, 2016; Jnaneswar & Ranjit, 2021; Bernhard, 2011; Kim & Beehr, 2017).

Сформоване почуття власності співробітників є міцним фундаментом для їхньої успішності і кар'єрного зростання, оскільки надає працівникам відчуття автономії. Замість надмірного контролю, співробітники зосереджуватимуться на тому, що потрібно установі в цілому, а не лише на тому, що від них вимагається. Це відбувається завдяки відчуттю залученості до життя установи та успіху команди (O'driscoll, Pierce & Coghlan, 2006; Ozler, Yilmaz & Ozler, 2008; Peng & Pierce, 2015).

З метою формування і посилення почуття власності серед співробітників науковці радять зосередитися на наступних кроках. Поглиблювати знання співробітників про організацію, її історію, наявний стан справ. Різного роду заходи, які дозволяють співробітникам заглибитися в діяльність установи, більше дізнатися про неї, познайомитися тісно з колективом, сприяють посиленню їхнього відчуття власності щодо установи. Залучати співробітників до розробки стратегії та цілей розвитку своєї установи, планування її діяльності. Традиційно керівництво організації керує баченням розвитку компанії, директивно установлюючи свої правила, норми, цінності своїм співробітникам за ієрархічним принципом згори-до низу. Однак, коли співробітники на усіх рівнях сприяють формуванню візії установи, досягненню її цілей, почуття власності щодо установи чи організації розвивається значно сильніше. Можна залучати

і психологічного простору особистості. Якщо в традиційному суспільстві усамітнення, збереження приватності було необхідним процесом для збереження психологічної цілісності і благополуччя особистості, то в епоху інформаційного суспільства ці акценти суттєво змістилися. Викладаючи дані про себе, створюючи наче свій унікальний, персоналізований віртуальний простір, насправді людина стає все більш публічною, відкритою, невтаємниченою для інших, тим самим віддаляючись від класичного розуміння приватності. Те, що наче належить тільки мені, одночасно може реплікуватися безліч разів і з неймовірною швидкістю, а отже і збереження почуття власності щодо таких об'єктів стає проблемним, так само як і збереження психологічного простору і приватності.

У добу інформаційного суспільства гостро постає питання про можливості збереження приватності в умовах широкої представленості в інформаційному просторі. Так, наприклад, активне дописування, повідомлення про різні події і деталі свого життя, його активне представлення у публічному просторі — це усвідомлюване чи неусвідомлюване порушення своєї приватності, чи це демонстрація своєї власності (я маю сім'ю, машину, цікаво подорожую і т.д.) та прояв почуття власності щодо свого віртуального простору? Дуже часто, прагнучи усамітнення і дистанціювання від соціального шуму, люди навпаки занурюються у віртуальний простір соціальних мереж. Тож, прагнучи приватності, самі порушують її.

2.1.9. Організаційна сфера

Одним з ефективних засобів підвищення мотивації співробітників до професійної діяльності та відчуття їхнього психологічного благополуччя є формування почуття власності щодо установи або психологічної власності (Bokeyar A., Dirks K., Kostova T., Noguti V., Olckers Ch., Pierce J., Shukla A., Singh S.). Пірс Дж. та колеги розглядають психологічну власність як когнітивно-афективний конструкт, що будується на основі почуття, переживання, які має особа до певних об'єктів власності, які у свою чергу можуть бути як матеріальними («мій кабінет», «мій ноутбук», «моя книга»), так і нематеріальними («мій ко-

Це зустрічається, передусім, там, де позбавлення приватності виступає як міра покарання або психологічного тиску на людину — прагнення викликати розпач, зневіру, вибити ґрунт з-під ніг. Як зазначає Пайпс Р. (2001), нацисти, прагнучи підірвати людську гідність своїх жертв, відбирали у них особистий простір шляхом заселення до концтаборів такої кількості в'язнів, що ті не могли навіть спати, не заважаючи одне одному. З тією ж метою переповненими утримувалися сталінські табори і в'язниці. Аналогічні умови зберігаються і зараз в багатьох слідчих ізоляторах. Стосовно політичних дисидентів уживали крайніх заходів заради позбавлення їх можливості залишатися наодинці з собою. Навіть стосовно тих громадян, що не були репресованими, нацистський і сталінський політичні режими робили все можливе, аби знищити усамітнення домашнього життя і витягувати людей у простір публічності, в поле постійного спілкування одне з одним.

Хазратова Н. (2018) детально описує, яким чином посилений контроль з боку соціуму, що зумовлює обмеження свободи особистості, проявляється там, де він начебто не передбачений. Так, вона підкреслює, що вимушене скупчення на обмеженій території, черги в кімнати спільного користування в гуртожитках, комунальних квартирах зумовлюють постійне емоційне напруження у стосунках, неприязне ставлення один до одного. Так чи інакше особа стає об'єктом соціальної оцінки, обговорень з тенденцією осуду, часткового або кардинального. У дію вступають певні соціальні очікування, які в такій ситуації можуть носити негативний характер (Попович, 2017). Агресивність таких стосунків зумовлене самим фактом браку приватності, оскільки надмірне наближення інших, «чужих» людей до особи, її території чи об'єктів власності сприймається як загроза і спричиняє викид адреналіну, що є нормальною психофізіологічною реакцією на загрозу. Оскільки ж прямий вияв агресії переважно не є соціально схвалюваною формою поведінки, то людина може блокувати, пригнічувати чи навіть маскувати її під виглядом штучної, показової, надмірної дружелюбності (Хазратова, 2018). Так мешканці комунальних квартир мимоволі виявляються втягненими у приховану, часто неусвідомлювану боротьбу одне з одним. Це зумовлено потребою

відстоювання власної території і психологічними механізмами реалізації територіального інстинкту, що є цілком закономірним. Однак напруження від цього не знижується. Така боротьба нерідко переростає у певне азартне захоплення і важливу для людини соціальну гру (Берн, 2019), в якій вже не так важливе право володіння, як можливість відстояти, захисти це право, а часто і самоствердитись за рахунок цього.

Аналогічний (хоча, можливо, більш прихований) конфлікт має місце і в тому випадку, коли на спільній, проте обмеженій житловій площі мешкає родина, що складається з кількох поколінь. Інстинкт територіальності виявляється значно сильнішим за міцні родинні зв'язки чи почуття. Лише дуже високий рівень духовного розвитку особистості дає змогу протистояти дії інстинкту територіальності (Хазратова, 2018). Як зазначає Довгань Н. (2020), різні покоління мають відмінний функціонал життєдіяльності в соціальній взаємодії, це може загострювати міжпоколінне непорозуміння. Натомість поколінна єдність можлива за умови створення спільного соціально-психологічного простору, що має спільні смислові одиниці, відповідні соціальні очікування та спільну пам'ять. При цьому варто враховувати, що соціальні очікування особистості не стільки сприяють відображенню об'єктивно існуючої реальності, скільки її конструюванню (Попович & Блинова, 2019; Khmil & Popovych, 2019).

Результати емпіричних досліджень показують, що нормативна регуляція збільшується в умовах нижчої персоналізації території. Натомість у регуляції більш персоналізованою територією активніше діє міжособистісний фактор (Соложенкин, Шинин, Сирота & Иваненко, 1981).

В умовах просторової стісненості (скупченості) необхідність в соціальному самоствердженні особливо висока (Круусвал, 1981). Існують психологічні техніки відсторонення від інших, наприклад, робота в ізольованих приміщення, обід наодинці.

«Найбільш гострі, болісні і одночасно ресурсні проблеми людського розвитку пов'язані зі здатністю вести себе суверенно — визначивши «своє», встановлювати (відкривати чи закривати) межі між собою й іншими, і у такий спосіб вести діалог зі світом...» (Нартова-Бочавер, 2008).

у життєвому світі людини співіснують не реальні фізичні об'єкти в їх безпосередній взаємодії, а їхні суб'єктивні інтерпретації, між цими інтерпретаціями посередником виступає інтернет-середовище, яке ще більше символізує їх соціально-психологічний зміст.

Одним з нових напрямів досліджень у сфері економічної і соціальної психології є вивчення особливостей прояву почуття власності в інформаційному просторі, зокрема і в соціальних мережах (Seo & Park, 2020; Simitis, 1987). Аналізуються питання, що стосуються оцифрованої власності, проблем збереження права власності в інформаційному світі.

Ми розглядаємо соціальні мережі, персональні аккаунти як одну зі сфер, або майданчиків для реалізації почуття власності, які сприймаються суб'єктами інформаційної діяльності як власний простір з усіма атрибутами володіння. Інформаційний простір може бути як інструментом, або скоріше сферою, в якій відбувається викривлення почуття власності, так і об'єктом психологічного привласнення. Тобто об'єктом, на який поширюється почуття власності.

У процесі соціального порівняння виникає бажання володіти певним об'єктом власності, а в умовах віртуальної реальності це бажання легко масштабується і посилюється. З'являються, хоча часто і штучно, ефекти масовості, популярності, необхідності. Підвищена можливість персоналізації свого аккаунту, свого пристрою, врешті решт своєї новинної стрічки є небаченим раніше і одним з найяскравіших досягнень епохи інформаційного суспільства (Шмідт, Коен, 2015). Така свобода вибору, неповторність і увиразнена персоналізація посилює відчуття власної унікальності, володіння, а інструменти її створення дають особі відчуття контролю і безпеки. Увагу дослідників привертають можливості соціальних мереж для підсилення почуття власності зокрема під час комунікації у віртуальних групах, особливо з огляду на те, що останні можуть використовуватися як платформа для робочої взаємодії співробітників. Разом з тим маловивченим є питання сприйняття особою свого аккаунту, профілю як власного простору, в якому повноцінно може реалізовуватися почуття власності.

В умовах сучасного інформаційного суспільства особливо гостро постає питання формування і збереження приватності

якого все частіше активізуються не в умовах традиційного діалогічного спілкування, а у перенасиченому інформацією медіапросторі, у ситуації гіперреальності і гіпертексту, де домінує симуляція реальності і неможливість відрізнити реальність від фантазії (Бодріяр, 2004).

Якщо довгий час цінність товарів і послуг визначала їхня споживча вартість, то в епоху інформаційного суспільства вона замінюється символічною вартістю (Solomon, Bamossy, Askegaard & Hogg, 2010). Значення товарів і послуг визначається не через їхню безпосередню користь, а через те, наскільки вони символізують престиж, владу, успішність чи благополуччя. В інформаційному просторі розмиваються межі між реальним об'єктом і його знаком, символом, а часто і потреба в предметі зникає, якщо є ілюзія його існування. Символом може ставати не тільки сам об'єкт, а й факт володіння ним. Наш простір і культуру все частіше наповнюють симулякри, тобто знаки, символи, які позначають те, чого насправді не існує поза людською свідомістю. А відтак зникає потреба диференціації уявного та реального, оскільки завдяки інформаційно-комунікативним технологіям уявне може бути досить реалістично відображене. Яскраві, ідеалізовані, відірвані від дійсності образи часто видаються привабливішими за реальність, утворюючи гіперреальність, яка більшою мірою відповідає нормам і цінностям суспільства. Навіть такі сфери людського життя як стосунки, політика, економіка, сексуальність існують тепер у гіперреальності.

Як зазначає Мироненко Г. (2015), трансформації віртуальної реальності по різному сприймаються людьми, диференціюючи їхню поведінку. Так, хтось реагує на такі зміни підвищенням активності, виникненням нових моделей поведінки, творчим самовираженням, інші — навпаки, байдужістю і пасивністю, або внутрішнім протестом. Це також може відбитися на самопочутті, емоційній сфері особистості (наприклад, у вигляді оптимізму, віри і сподівань, або ж песимізму, апатії і страху перед змінами і плином часу) (с. 88).

Численні дослідження свідчать про суттєві відмінності між діяльністю особистості в реальному житті та її віртуальною активністю (Титаренко, 2014; Kwon, 2020; Waltemate, Gall, Roth, Botsch & Latoschik, 2018). Титаренко Т. (2014) зазначає, що

У психології територіальність частіше вивчається у вузькому значенні, як та площа (зазвичай у домашньому середовищі), яку особа вважає особистою і безпечною для себе. Кияненко К. (1981) у своїй роботі показує, що в онтогенезі територіальні домагання дитини проходять чотири стадії: підлеглий (до 1,5 роки), той, якого опікають (1,5–4 роки), той, якого контролюють (4 до 7–12 років), і самостійний (від 12–15 років).

В теоретичній психології місце і територія тільки починають осмислюватися як фактор і ресурс особистісних змін, а ідентифікація з місцем як ресурс життя і розвитку суб'єкта (Лазаренко, 2020; Хазратова, 2020, 2021). А психотерапевтичний ресурс подорожей здавна визнавався ефективним способом стихійної самопідтримки.

Територіальність виконує свої специфічні функції в житті особи. Зокрема, вона сприяє позначенню соціальної ідентичності і статусу особи в групі, надає змогу контролювати інтенсивність соціальних контактів, потік інформації, динамічність життя вцілому; убезпечуватись і дистанціюватись, приховуватись від надсильного впливу середовища і небажаних вторгнень як фізичних, так і психологічних. Врешті решт, створює можливість для конструктивної діяльності і психологічної реабілітації (Нартова-Бочавер, 2008, с.146).

Цей інстинкт є дуже сильним не тільки у тварин, а й у людей. Територія залишається особливим об'єктом власності. Найбільш концентровано феномен територіальності у людини виявляє себе в тому, що вона відчуває відносно своєї оселі. Це місце, де найбільше реалізовується почуття власності і приватність особистості. Приватність передбачає право на усамітнення, без якого неможливе самовідновлення і розвиток особистості. Вона означає виняткове право розпоряджатися певною територією. Отже, ніхто не може без дозволу опинитися на ній, господарювати на ній. Власник структурує її, розташовуючи певні предмети у порядку, зрозумілому лише йому. Тим самим він встановлює на цій території свого роду поле, в якому виражається й утверджується його Я у зовнішньому просторі. Воно є віддзеркаленням внутрішнього світу особистості. Цей структурований простір — предмети і порядок їх розташування, зрозумілий лише господарю, втілюють його Я у матеріальному світі.

Усамітнення в такому просторі дає змогу відновити внутрішні ресурси, зануритися у внутрішній світ, осмислити плин поточних подій. Тому приватність є щільно пов'язаною з індивідуальним сенсотворенням. Завдяки цьому особа повертається до власного Я — всупереч процесам групового тиску, конформному пристосуванню до соціальних стереотипів, впливу громадської думки, — всього того, що впливає (непомітно або болісно і відчутно) на людину щодня в оточенні малих та великих соціальних груп, членом яких вона є. Можливість тимчасового усамітнення дає змогу розвиватися індивідуальній системі цінностей — хай і не протиставленій суспільній, але своїй, такій, що ґрунтується на власному життєвому досвіді, унікальних переживаннях.

2.1.2. Тілесність

Тілесність у всіх своїх проявах (харчова поведінка, секс, зручність одягу, комфортність, здоровий спосіб життя тощо) виконує в онтогенезі психологічного простору низку функцій. Почуття власності щодо власного тіла сприяє встановленню контакту з власними потребами і частинами тіла, тобто самоприйняттю своєї тілесності; установленню фізичного контакту з наколишнім середовищем; забезпечує появу і підтримку базової довіри до зовнішнього світу і оточення; сприяє розвитку суб'єктності; можливість дослідницької і конструктивної діяльності (цілепокладання і особиста дія); можливість освоєння території (в егоцентричній системі дитини відлік просторових координат починається від себе); сприяє встановленню довготривалої, надійної прив'язаності (Тхостов, 2002; Martin, 1995).

У випадку неможливості дитини відкрити і «привласнити» своє тіло, воно може сприйматися як предмет відчужений, який знаходиться за межами психологічного простору, у результаті чого можуть розвиватися нечутливість до тілесної інформації, знижена больова чутливість, затримка пізнавального розвитку. Повернення образу власного тіла за допомогою спеціалізованих методик, зокрема маскотерапії Назлояна Г., використовується при реабілітації хворих з деперсоналізацією.

Дуже часто рішучі дії по самозміні свого тіла, включаючи радикальні косметичні операції, відбуваються у осіб з кризою

особи у реальному просторі, знижує внутрішню потребу конструювати віртуальну ідентичність, що суттєво відрізняється від реальної. Соціальні мережі дають широкі, а часом необмежені можливості для експериментування з власною ідентичністю, створенням будь-якого образу, аж до зміни віку, статі, уподобань тощо. За умови здорової комунікації і адекватного сприйняття себе у реальному світі, соціальні мережі можуть бути додатковим інструментом до основного виду спілкування. Однак серед сучасних користувачів соціальними мережами спостерігається домінування або суттєве викривлення віртуальної ідентичності.

Цифровий простір принципово змінює природу соціальних комунікацій і соціальних практик, що безпосередньо пов'язано зі зміною самої феноменології потреби спільноти у взаємодії, а це, у свою чергу, призводить до розгортання абсолютно нової інформаційної соціально-комунікативної парадигми.

Стрімкий розвиток глобального інформаційного простору та соціальних мереж призвів до змін у способі взаємодії людей та їхньому доступі до інформаційних ресурсів та задоволення потреб в отриманні товарів та послуг. Особливу увагу дослідників привертають специфічні зміни економічних, політичних, виробничих процесів у зв'язку з поширенням відкритого доступу до мережі (Барлоу, 1999; Шмідт & Коен, 2015; Thai, Sheeran & Cummings, 2019).

Не секрет, що соціальні медіа — глобальні, відкриті, прозорі, неієрархічні, інтерактивні та в реальному часі — змінюють поведінку споживачів та очікування у суспільстві. В епоху інформаційного буму та цифровізації це питання постає особливо гостро, оскільки саме інформаційно-комунікативні технології створюють необмежені можливості для демонстрації своєї власності, створення віртуальної, часто ідеалізованої картинки та відповідно загострює бажання володіти чимось.

Все більше свій аккаунт, персональний інформаційний простір люди сприймають як продовження себе. Це є їхня віртуальна власність, вони прагнуть контролювати і розпоряджатися нею. Виходячи з цього важливим є розгляд психологічності віртуального простору особи та пошук відповіді на питання щодо наявності та якісного вираження змін у феноменології переживання власності, ідентичності суб'єктом, психічні функції

контролювати своє життя настільки, наскільки їм цього хочеться. Якщо вони не можуть прийняти рішення, то принаймні вони мають інформацію про те, що і коли відбувається.

2.1.8. Віртуальний простір

Революція у сфері комунікацій призвела до формування нового віртуального простору, доступ до якого є абсолютно відкритим, а комунікації між людьми вільними і без кордонів. Сучасні інформаційно-комунікативні технології розширюють можливості соціально-психологічної взаємодії людей і породжують особливий комунікативний простір. Це зумовлює трансформацію психологічної структури діяльності людини та формування нових практик взаємодії.

Розглядаючи основні тенденції розвитку цифрового простору Мар'іна О. (2016) вказує на позитивні і негативні наслідки цього процесу, а також протиріччя його становлення, що стає рушійною силою соціального розвитку. Поза впливом світової павутини не залишилися і сфера власності. З одного боку актуальним є питання збереження прав власності на продукти, особливо інформаційні, які можна легко тиражувати (Барлоу, 1999), з другого — можливості презентації своєї власності перейшли з площини реального життя у віртуальний простір (Шмідт, Коен, 2015). А це у свою чергу позначилося і на способах сприйняття власності інших людей, реалістичністю/нереалістичністю демонстрованої власності, загострення переживання потреби у володінні чимось та відповідно у способі презентації своєї власності.

Окремого розгляду потребує прояв почуття власності щодо особистого віртуального простору або профілю. Наскільки він є важливим для сучасної людини і чи може активність у соціальних мережах, продукування унікального контенту посилювати таке переживання почуття власності.

Результатом змін у способі соціально-психологічної взаємодії і комунікації людей є поява таких явищ, як «віртуальна реальність», «віртуальна особистість» та «віртуальна ідентичність», яка передбачає невідповідність реальній ідентичності особи. Мироненко Г. (2015) стверджує, що повноцінна реалізація

непідтвердженості і мова тілесності використовується ними для першого кроку у самозміні. До цієї сфери відноситься і харчова, сексуальна поведінка. Завдяки розмовам навколо їжі можна й принизити, підчинити чи проявити свою владу. Інтелект дітей, які не змогли оволодіти власною тілесністю, навіть у дорослому віці характеризується невмінням уявити цілісний образ події довготривалим збереженням наочно-образного мислення. У них порушена функція планування, тому що вони не можуть уявити мету дії. Розвиток суб'єктності також затримується: діти не розуміють власних бажань, і сильно потребують схвалення. Залежність від інших відображається і у розвитку мовлення: діти часто використовують умовний спосіб і не використовують форми першої особи (Нартова-Бочавер, 2008, с. 142–143).

2.1.3. Фінансова сфера

Гроші є одним із соціальних інститутів, пов'язаних з відносинами власності, що мають потужний вплив на всі сфери суспільного життя. З психологічної точки зору, гроші є винятково парадоксальним феноменом, що проявляється в багатозначності і суперечливості їх відображення у свідомості. Гроші — найабстрактніший з усіх економічних інститутів, через який опосередковуються найзагальніші, непрямі, віддалені наслідки індивідуальних дій, що сприймаються почуттєво. За їхньою допомогою те, що сприймається почуттєво, заміщується абстрактними поняттями, в яких сформульовані правила, що керують економічною діяльністю. Гроші — особливий символ економіко-психологічної реальності. Вони поєднують в собі як матеріальне, так і ідеальне, річ і думку. Вони об'єктивно і суб'єктивно представлені у свідомості особи (Карамушка, Креденцер & Паршак, 2020).

Очевидним є той факт, що у міру розвитку суспільства прибуток людини все менше розглядаються лише як чинник «купівельної спроможності». Все яскравіше в них проглядається «ефект суспільного резонансу», що означає, що отримані кошти повинні окрім іншого свідчити про соціальний статус і престиж особистості, що особливо яскраво виражається серед чоловіків (Соколинский, 2000).

У своїх дослідженнях Леонов В. (2008) доводить, що монетарна активність має глибоко соціальний характер та передбачає три основні типи мотивації фінансової поведінки: мотивація прагматичної ефективності, інституціональна мотивація та мотивація емоційної спрямованості. Домінуючим конструктом будь-якого виду монетарної діяльності є бажання людей відповідати панівним в українському суспільстві нормам соціального благополуччя та відповідальності; намагання уникнути чи позбавитися страху вітального характеру та націленість на отримання прибутку, або на збереження вже існуючого капіталу. Мотиви збереження коштів переважають над мотивами їхнього примноження.

Никоненко О. (2017) доводить, що у моральному плані монетарна соціалізація сучасної української молоді має невизначене або конфліктне ставлення до грошей.

Унікальною характеристикою образу грошей є неодмінна спрямованість у майбутнє, оскільки вони втілюють потенційні можливості, абстрактну купівельну спроможність. На відміну від усіх інших речей, що старіють, вимагають заміни або відновлення, гроші є постійною субстанцією, що оновлюється непомітно. Константність в образі грошей сполучається з динамічністю (Зубіашвілі, 2008).

Гроші одночасно дискретні (як річ) і безперервні (як символ і думка). Образ грошей пов'язаний з безперервністю обміну (вони постійно змінюють господаря, але самі залишаються незмінними) і втілюється в динаміку їхнього обігу. З огляду на соціально-психологічну природу, гроші є одночасно і потужним мотиватором, і фрустратором. На думку Московічі С. (1998), з усіх уявлень, створених людиною, щоб зробити світ відчутним і зрозумілим, гроші — найбільш сміливе і неминуче уявлення. Вони — вербалізовані уявлення, і як будь-які образи мови, наділені емпіричними характеристиками образів (предметністю, цілісністю, константністю, узагальненістю тощо), і водночас припускають оперування і фіксують результат операцій у поняттях.

Інформаційна унікальність грошей виражається в їх універсалізмі, а також у своєрідному прояві цілісності, що трансформується у здатність поєднувати і одночасно роз'єднувати людей. Гроші як специфічний культурний феномен виступає в ролі медіатора обмінних процесів у взаєминах людей (Зубіашвілі, 2008).

но з людьми середнього віку і більше потребують дотримання звичного розпорядку. Якщо вони не можуть приймати рішення, то хоча б володіють інформацією, що і коли відбудеться.

Нелюдський надвисокий або наднизький темп життя, який не враховує можливості темпераменту, деіндивідуалізує, позбавляє свободи самоствердження, обмежує і насилує людську природу. Повага до звичок іншої людини давно відмічалася в практичній психології і педагогіці як важлива умова розвитку гармонійної людини.

Режимні звички виконують низку функції для особистості, зокрема вони роблять зовнішні обставини більш чіткими і передбачуваними, а отже сприяють зниженню рівня невизначеності. Вони дають змогу розмежовувати сфери територіального впливу та права користуватися одними й тими самими об'єктами по часу, що особливо важливо для ефективного і безконфліктного користування спільною територією. Режимні звички, планування, дають змогу уникнути фрустрацій від незакінчених дій, особливо через непередбачувані обставини чи в результаті втручання інших осіб у режимні моменти. Також вони можуть позначати соціальний статус через домінування-підпорядкування, пріоритетність певного часу тощо (Нартова-Бочавер, 2008, с. 154).

Відчуття контролю над власними режимними моментами і своїм часом дає людині впевненість, відчуття стабільності, передбачуваності зовнішньої реальності. Як показав досвід проживання каринтинних обмежень під час COVID-19, саме порушення режимних моментів, неможливість керувати своїм часом, а скоріше навіть необхідність його перебудовування робочого графіку, спонукала появу чималих складнощів у адаптації людей до карантинних обмежень. Детальніше ці дані описані у підрозділі 4.3.3. та у статті автора (Губеладзе, 2021 ж).

Однією зі складових психологічного простору є повсякденні звички та особиста здатність самостійно визначати власний режим (Нартова-Бочавер, 2008). Право власності на свій час, право структурувати своє життя на власний розсуд — це також почуття власності, яке фактично є витоком конфіденційності. Звички та графік мають особливе значення для дітей, оскільки вони все ще мають несформовану суб'єктність і, отже, не можуть

властиві особі цінності, нівелюють значення її думок та ідей. Як обґрунтовує Довгань Н. (2020), низький рівень внутрішньо родинної толерантності до ідей членів сім'ї призводить до порушення відтворюваності традицій, появи чи загострення міжпоколінних конфліктів.

Водночас неможливість відстояти свою позицію і захистити свої ідеї веде до нетолерантності і некритичності у сприйнятті ідей і думок інших людей. І як результат це може призводити до порушення меж психологічного простору особистості, робити її більш гнучкою і піддатливою, і навіть чутливою до зовнішніх ідеологічних впливів.

Тож, підсумовуючи, можна зазначити, що збереження і відстоювання права на власні цінності, ідеї і думки забезпечує особі відчуття екзистенційної впевненості, свободи, усвідомленості життя, особистісної відповідальності та креативного ставлення до життєконструювання, а також критичність до ідеологічного зовнішнього впливу.

Важливою рисою психологічного простору особистості, за Нартовою-Бочавер С., є його самокомпенсація, що базується на взаємозворотності наведених вимірів. Тобто речі розглядаються не лише як засіб для певної діяльності, але й як носій певного символічного смислу, а коло знайомих може змінювати територію життєдіяльності. Спочатку психологічний простір збагачується, наповнюється за рахунок персоналізації предметного світу, а пізніше вже соціального. На цій основі утворюються персоніфіковані норми моралі, які також переживаються суб'єктом як «свої», внутрішні, особисті.

2.1.7. Часовий режим

Як стверджував Левін К., «звички людини в даний момент можна і необхідно розглядати як частини справжнього поля» (Левин, 2000). Звички як відпрацьовані способи поведінки визначаються позитивністю і послідовністю дій. Вони (унормовані, звичні, типові дії) особливо важливі для людей, які переживають стан ослаблення суб'єктності і тому не можуть контролювати своє життя в тій мірі, в якій їм хотілося б — для дітей і людей похилого віку. Вони більш консервативні порівня-

Система грошових комунікативних дій справляє потужний вплив на поведінку окремих індивідів, соціальних груп і суспільства в цілому. Розуміння механізмів цього впливу є необхідною умовою для правильної інтерпретації мотивації дій людей, розуміння взаємозалежності їхніх інтересів, виявлення притаманних їм стереотипів сприйняття соціальної дійсності, визначення рівня їхньої інформаційної забезпеченості у сфері економічної діяльності.

Окрім традиційно економічної гроші виконують ще й соціально-психологічну функцію. Зубіашвілі І. (2008), вивчаючи ставлення старшокласників до грошей зазначає розбіжності між значущістю грошей як цінності та їх доступністю для старшокласників, що разом з блокадою потреби віднайти власне місце в житті являє собою ціннісно-мотиваційне джерело внутрішньоособистісного конфлікту старшокласників. Це може спричиняти дезадаптацію у сфері економічних відносин та самореалізації. Така конфігурація елементів зумовлює суперечливе, нераціональне ставлення старшокласників до грошей, яке характеризується високою афективною напруженістю, що пояснює стихійність і непередбачуваність процесу економічної соціалізації старшокласників та свідчить про те, що гроші містять в собі великий конфліктогенний потенціал. Авторка зазначає, що старшокласникам притаманний пасивний тип економіко-психологічної адаптивності та домінуванням в його структурі афективного компоненту, а саме високої грошової тривожності. На думку Зубіашвілі І., гармонізація образу грошей є одним зі способів підвищення економічної соціалізації особистості.

На основі виявленого нижчого порівняно зі столичними старшокласниками рівня самооцінки економічного статусу дітьми з провінційних районів країни підтверджено існування внутрішньоособистісної дисоціації монетарних цінностей, яка є більш глибокою в економічній свідомості старшокласників з регіонів (Губеладзе, 2016 в; Фенько, 2000).

Образ грошей розвивається і трансформується в онтогенезі завдяки появі нових вимірів і наповнення їх різним змістом у відповідності з досвідом і завданнями дорослішання.

Говорячи про власність часто гроші співвідносять з матеріальними речами і цінностями, оскільки матеріальні блага

найпростіше одержати за гроші. Однак вони можуть бути засобом досягнення також соціальних і духовних цілей. Можна, наприклад, звільнити час і одержати інші ресурси для самореалізації; за допомогою грошей і фахівців скорегувати свій імідж і зміцнити репутацію, що похитнулася. За допомогою грошей легко одержати матеріальні цінності. Перехід грошей у річ відбувається майже автоматично, тому саме їх і розглядають як причину або джерело матеріальних цінностей. Такий причинно-наслідковий зв'язок трансформується у свідомості людей у відношення еквівалентності: гроші — матеріальні цінності, матеріальне благополуччя (Зубіашвілі, 2018).

Суб'єктами ставлення до грошей можуть бути як особистість, так і соціальна спільнота (індивідуальний або груповий суб'єкти). Об'єктами монетарного ставлення є зовнішні умови монетарної діяльності, представники різних соціальних груп, з якими вони пов'язані партнерськими або іншими формами взаємодії, характеристики монетарної діяльності її суб'єктів. За валентністю образ грошей може бути позитивним, негативним або нейтральним (Сімків, 2010).

Є визначення образу грошей та особливостей ставлення сучасної української молоді до грошей як компоненту психологічної власності. В цілому автори розглядають власність в руслі економічної психології, як усе те, на що ми маємо право і можемо відчути (гроші, майно, нерухомість...). Гроші можуть розглядатися як одна з форм власності, тобто те, чим я володію. А з іншого боку як інструмент збільшення, накопичення, примноження власності, тобто те, на що можна щось купити. У зв'язку з цим збільшуються, посилюється смислове навантаження на поняття «гроші».

Одним з компонентів бідності як стилю життя, що визначає фінансову успішність чи неуспішність особи, є економічна свідомість, яка, на думку Корокошка І. (2011), окрім інших фінансових постав також включає уявлення про гроші і ставлення до них.

Представники класичної теорії економіки вважають людей істотами раціональними, які діють відповідно логіки задля досягнення максимальної матеріальної користі. Проте дослідники поведінкової економіки, як то Канеман Д., Словик П., Тверски А.,

ділятися з іншими, але точно вони мають прийматися самою особою, ставати частиною її Я.

Дослідники частіше зосереджують свою увагу на психології інтелектуальної власності (Fromer, 2010). Думки, ідеї, світогляд, напевно ще більш складна і слабко вловлювана категорія. Проте вона конструюється на основі системи цінностей і переконань людини, які теж були інтеріоризовані у внутрішній світ із суспільних норм, традицій, соціокультурного контексту. І починають вони формуватися і проявлятися у зовнішній світ з уміння відстоювати свої ідеї, точку зору, смаки у буденних чи екстраординарних ситуаціях. Спочатку власна позиція відстоюється відносно своїх речей, території, режимних моментів, а вже пізніше з розвитком особистості — поширюється на цінності та постави (Нартова-Бочавер, 2008).

Людина як суб'єкт і носій ідеї є водночас і її заручником. У такій іпостасі людина як об'єкт вивчення привертала увагу дослідників гуманістичної та екзистенційної психології (Франкл, 2018; Фромм, 2019; Эриксон, 1996). Вони стверджували, що надзвичайно важливо розуміти світогляд, філософію і ціннісно-смислову сферу особистості і групи людей, щоб мати змогу передбачити її поведінку. При цьому, як стверджує Юнг К. (1991), здатність зберігати індивідуальну свободу особистості, що оптимально поєднується, а не пригнічується колективними цінностями, є ознакою і запорукою функціонування живого, довговічного суспільства. А оскільки індивід не існує відокремлено сам по собі, а так чи інакше передбачає колективне ставлення до свого існування, то процес індивідуації веде не до роз'єднання, а до більш інтенсивної і колективної єдності (с. 522). Тож, індивід і соціум не можуть бути протиставлені один одному. Вони скоріше доповнюють існування один одного. Повага до цінностей і поглядів однієї особи посилює суспільство в цілому, а насильницька підміна особистого світогляду і цінностей колективними — до протесту суспільства і його руйнування (Аджемоґлу & Робінсон, 2019; Фукуяма, 2020).

Порушення цього виміру психологічного простору, а саме права на володіння і прояв своїх ідей, цінностей, думок може виражатися через депривацію з боку інших людей, особливо близьких і значущих, які не розділяють чи не поважають

Часто у контексті вивчення ролі взаємин і почуття власності, дослідники фокусуються на визначенні особливостей ведення сімейного бізнесу, збереження прав у такій системі, успішному залученні молодого покоління до родинної справи тощо (Ceja & Tapies, 2011; Bernhard, 2011).

2.1.6. Ідеї, цінності, думки

Ще одним виміром психологічного простору особистості є її цінності, смаки, вподобання, ідеї, думки, які відображають світогляд людини, життєві стратегії, визначають її буденність і відповідні соціальні практики. Саме тому вони є вагомою частиною психологічного простору особи. Альтман І. (1975) визначав як суто людську особливість так звану «когнітивну територіальність» або ідеї. Це означає, що людина може заявляти своє право володіння не лише на матеріальні речі і територію, але й на ментальні об'єкти, як то ідеї, продукти творчої, наукової, мистецької діяльності, інші види авторства, де ідеї людини мають високу цінність. Однак, варто зазначити, що в умовах інформаційного суспільства і з поширенням інформаційних технологій, висловлення і відстоювання власної думки, ідеї набуло зовсім іншого контексту і значення. Висловлювати і, головне, відстоювати свою думку, поширювати її може абсолютно кожен. Із таким масовим поширенням, унормованістю, а відтак і спрощенням, сама така можливість трансляції своїх ідей, точки зору, як колись унікальне право освічених, привілегійованих верств, втрачає свою цінність. Ще складнішим є збереження авторства.

Багато дослідників підкреслювали важливість світогляду та системи цінностей для розвитку особистості (Левин, 2000; Леонтьев, 2000; Франкл, 2018; Эриксон, 1996; Юнг, 1991). Напевно це одна із найбільш складно досліджуваних і відчутних категорій, яка, з одного боку, є доволі незрозумілою, а з другого, — має сильний вплив на поведінку людини. Суперечливим є розуміння, що цінністю можна «володіти» чи її можна присвоїти, розпоряджатися і контролювати. Але вона, будучи частиною особистості, інтеріоризованою нормою, точно визначає поведінку особи, її вибір, постави та соціальні практики (Smith, 1991). Цінності можуть бути як особистими, так і роз-

Талер Р. та інші, доводять, що люди, приймаючи економічні і фінансові рішення, часто діють ірраціонально. Одним із пояснень, які наводять автори, є прагнення людей економити власні енергетичні й інтелектуальні ресурси та діяти стандартно, типово, узвичаєно, часто просто наслідуючи поведінку оточення, а ніж кожен раз обдумувати кращі, ефективніші стратегії (Канеман, Словик & Тверски, 2005; Паниди, 2017; Талер, 2018).

Сміт А. у своїй праці «Теорія моральних почуттів» яскраво продемонстрував зв'язок між економічним інтересом особи і її визнанням в суспільстві чи принаймні у найближчій референтній групі чи спільноті (Смит, 2002). Як показують дослідження психології бідності, більшість людей, які живуть за межею бідності, все ж мають речі першої необхідності і не потерпають від нестерпної матеріальної депривації (Муздыбаев, 2001). Натомість вони прагнуть багатства, принаймні відносного, заради того, щоб бути поміченими, прийнятими, викликати симпатію і схвалення, і, врешті решт, відчувати задоволення собою. Навіть заможні люди, які абсолютно здатні собі дозволити купити все, що забажають, все ж пагнуть не стільки досягнення якогось абсолютного багатства, скільки того, щоб мати вищий, принаймні «не гірший» статус серед осіб певного соціального статусу. Отже і фінансовий успіх і власність є апріорі мірилом визнання і певного соціального статусу. Через це власне і не працюють соціальні програми із підтримки бідних верств населення, оскільки отримані від держави ресурси завжди будуть недостатні, завжди буде хотітися більше. А для деяких людей, навпаки, отримання соціальної допомоги від держави вже є приниженням їхньої гідності. І як точно відмітив Гантінґтон С. (2019), рушіями різного роду політичних протестів, мітингів є не бідні люди, які очевидно отримують найменше матеріальних ресурсів, а середній клас, який усвідомлює, що втрачає свої можливості порівняно з іншими. При цьому докладаючи чимало зусиль для свого успіху і добробуту.

Як показують дослідження, відчуття щастя і задоволеності життям приносить не наявність певних об'єктів власності чи певної суми на рахунку, а саме відчуття своєї домінантності, першості, переваги. На цій основі у людей активно виробляється серотонін — гормон щастя. Люди відчувають втрату гостріше,

ніж виграш чи привласнення. Певною мірою це пояснює існування такого феномену як «ефект володіння», що полягає в тому, що люди схильні значно вище цінувати те, що вже мають (Brunera, Calegarib & Handfield, 2020; Hood, Weltzien, Marsh & Kanngiesser, 2016).

2.1.4. Матеріальні речі

Бодріяр Ж. (2001), описуючи суспільство споживання, наголошує на непересічній ролі саме споживання речей, що стає цілою філософією чи способом життя, до якого залучена кожна людина. Речі окрім виконання своїх безпосередніх функцій набувають особливого змісту і значення. Підтвердження цих ідей знаходимо вже в емпіричних розвідках Ворен К. і Кемпбел М., які демонструють, яким чином речі стають привабливими, бажаними і «крутими» (Warren & Campbell, 2014). Екологічна семіотика Альфреда Ланга передбачає дослідження людей в їхніх житлах з їхніми речами, люди, які змінюють своє буденне життя, страждають від нього, стають заручниками влади речей чи дому.

Проблеми привласнення речей і матеріальної депривації розкривалися у роботах Джеймса У., Лоренца К., Альтмана І., Лійк К., Голан М., Хефта Х., Вулвілла Дж., Ланга А., Чиксентмігаї М. і Рохберг-Хальтона Е., Камптнер Н., Кляйне С. і Бейкер С. Особисті предмети як психологічно значущі об'єкти традиційно вивчалися історією матеріальної культури, а в межах психологічної науки, на жаль, їм не надавалося достатньої уваги.

Світ речей в психології вивчався тільки кількома класиками, які складають скоріше виключення — Джеймс У., Бюлер Ш. в роботах про символізацію і Баркер Р., які вслід за Левіним К., Брунсвіком Е. говорили про ступінь відповідності між людиною і середовищем. Однак розуміння речей і тут було недостатнім, оскільки останні розглядалися виключно як засоби, інструментально. Як відомо, вартість не вичерпує усієї цінності предмету. Не кожна річ може бути емоційно адекватно замінена іншою і тому не може з ними адекватно взаємодіяти.

«Як речі в новий час стали так багато значити? Забування цього факту пов'язана з декартівським розумінням речей тільки як протяжних. Наша одержимість речами пов'язана з тим,

лекс. Прив'язаності змінюють свій зміст залежно від зміни ідентичності власника (с. 150).

Світ речей вивчав Лунт П. (Lunt, 1997), розглядаючи їх як елемент соціальних стосунків, у тому числі і сімейних. Разом з Лівінгстоун С., провівши низку інтерв'ю з сім'ями, відзначають, що речі часто є маркерами для позначення певних обов'язків і рольових ідентичностей, інструментами схвалення чи покарання, об'єктами суперечки чи єднання, а також засобом управління і побудови владно-підвладних стосунків (Lunt & Livingstone, 1992).

2.1.5. Соціальні контакти

Соціальні контакти є однією з найбільш дискусійних сфер, в якій появляється почуття влаcності. Одразу виникає питання, чи може в сучасному світі одна людина «володіти», розпоряджатися іншою? Однак наголосимо, що мова іде про психологічне переживання, що якась особа, наприклад «мій друг», «моя дитина», «мій чоловік» належить мені. А способи контролю і впливу можуть здійснюватися у дещо інший спосіб, ніж щодо матеріальних речей.

Також об'єктом володіння можна вважати і соціальний капітал людини, який вона може умовно конвертувати у інші блага. Як стверджує Вінков В. (2013, 2018), соціальний капітал може бути як чинником сприяння поширення бідності в суспільстві, коли він набуває деструктивних форм у вигляді кумівства, корупції, так і ресурсом для виживання і досягнення мети, коли вирішення проблеми людиною неможливе. Довіра у міжособистісних стосунках є основою соціального капіталу. Як показують результати досліджень, особи з низьким рівнем економічного добробуту відчувають брак емоційної підтримки серед свого оточення.

Ненсі МакВіл'ямс (2012) порівнює втрату соціальних взаємин як втрата частинки себе (Мак-Вильямс, 2007). На підтвердження цієї думки можна навести і результати наших досліджень серед членів сімей, родин, які постраждали внаслідок воєнного конфлікту на Донбасі. Одним з ключових факторів дезадаптації і болісних переживань є втрата чи порушення контактів з близькими (Hubeladze, 2016).

які об'єднують нас з друзями. І тим не менш, коли я думаю про те, з якими почуттями я врешті решт продав нашу стару машину, з якою були пов'язані численні спогади про чудові подорожі, я повністю впевнений, що це відчуття того ж роду, що й розставання з другом».

Тож, виникає такий парадокс. З одого боку людині потрібні власні речі і простір для самоідентифікації, позиціонування свого статусу, врешті решт для формування відповідальності. А з другого, речі, а скоріше їх надлишок є джерелом проблем, ускладнень, які необхідно вирішувати у зв'язку з цим: заздрість, надмірне бажання привласнення, необхідність догляду, прибирання, ремонтування тощо та врешті утилізація.

Альтман І. (1975) зазначав, що для людей володіння об'єктами рівноцінно володінню місцем. Ланг А. (1989) підкреслює цінність речі як учасника діалогу, знака, послання від покоління до покоління, від одного члена родини іншому.

На Заході термін «прив'язаності» (attachment) використовується не так давно і по відношенню до речей (Kleine & Baker, 2004). Прив'язаність до матеріальних речей, як і загалом до об'єктів власності, — це багатофакторні стосунки між особою або групою людей і певним об'єктом, який людина психологічно привласнила, індивідуалізувала в процесі суб'єкт-об'єктної взаємодії.

Згідно з теорією Нартової-Бочавер С. (2008), прив'язаність формується по відношенню до певних, конкретних об'єктів, а не категорій виробів чи торгових марок. Тобто, людина відчуває прив'язаність, наприклад, саме до цієї вази, бо вона подарована на ювілей дорогою їй людиною. А загалом вази як вид, можуть їй подобатися, але не викликають такої емоційної прив'язаності. Об'єкт власності, до якого виникла прив'язаність, має психологічно прийматися. Прив'язаності можуть посилюватися і розширюватися самі по собі. Вони індивідуальні і передбачають відмову від ознак предмету як товару, тобто цей об'єкт психологічно не підлягає купівлі-продажу. Прив'язаність не виникає одномоментно, а передбачає історію привласнення і володіння об'єктом. Об'єкт, до якого володіє певною енергією, силою, що можу спонукати особу до певних дій. Прив'язаність — це багатофакторне і системне явище, це складний емоційний комп-

що ми їх не розуміємо. В цьому сила їхньої влади над людьми. Їхня конструктивна роль в житті суспільства неоціненна, їхній вплив на становлення особистості сповнена таємниць. При цьому вони ледь усвідомлюються; і тому майже повністю ігноруються психологією» (Lang A., 1981).

При цьому річ може розглядатися з різних ракурсів: як об'єкт, засіб і результат діяльності; як інструмент персоналізації простору та маркер особистої території; як інструмент, спосіб позиціонування власного статусу та засіб самопрезентації; як символ певного досвіду, вражень, переживань (емоційна зарядженість); як інструмент та об'єкт комунікації і побудови соціальних стосунків; як засіб набуття і підтримання особистої і соціальної ідентичності; як інструмент установки контакту з реальністю; як альтернатива або засіб заміщення соціальних об'єктів; як ресурс самопідтримки і надання ситуативної психотерапії.

Відповідно до вчення Виготського Л. (1982) про знаки, людина інструментально, споживацьки ставиться до речей, — і в результаті має зовсім не те, на що очікувала. Як демонструють у своїх дослідженнях іноземні вчені, інструментальні атрибути речей, сервісу і загалом середовищні ознаки впливають на формування і розгортання почуття власності (Paundra, Rook, van Dalen & Ketter, 2017; Richins, 1994; Seferin & Van Der Linden, 2012).

Ланг А. емпірично доводить, що незважаючи на те, що люди можуть цього не усвідомлювати, проте будинки, які вони будують, їхнє житло впливає на конструювання ідентичності людини (Lang, 1981).

Чиксентмігаї М. та Рохберг-Хальтон Е. розглядають символічні значення речей як баланс між двома динамічними силами: диференціації (виокремлення володаря із соціального контексту, підкреслення її індивідуальності) і злиття (річ символічно виражає інтеграцію свого володаря з соціальним контекстом) (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981). Було опитано 315 осіб з 82 американських родин відносно їхніх найулюбленіших речей. Респондентів просили описати і прокоментувати роль цих речей в їхньому житті. Було визначено, що різноманітні культури по-різному урівноважують ці сили, наприклад у західній культурі домінує індивідуалізуюча сила. Автори визначили також, що чоловіки і молодь мають схильність до

диференціації і орієнтації на дію, а жінки і старші люди — до спостереження і орієнтації на інших.

Найважливіший результат цього дослідження — відкриття процесу «культивації», за аналогією із соціалізацією, є процесом взаємодії людини з річчю. За результатами досліджень, де опитаних просили описати найулюбленіші речі і їхню роль в житті людей, автори показують роль культивації, окрім особистісних та соціокультурних відмінностей, у становленні Я-концепції. Приділяючи увагу, спрямовуючи енергію на ті чи інші об'єкти, людина вибудовує власне «Я» у контакті з конкретним світом.

Екологічне розуміння людини в середовищі прагматичне. Воно базується на визнанні концептуальної одиниці, яку утворює людина і її середовище як неподільне ціле, і одночасно передбачає новий, м'який поворот в поясненні і уточненні того, як правильно взаємодіяти із середовищем (Adler, Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1983).

Дослідники вперше змістили фокусу своєї уваги від людської взаємодії до відносин між людьми та неживими побутові предмети, з якими вони живуть. На основі інтерв'ю з трьома поколіннями вісімдесяти двох чиказьких сімей, автори досліджують психологічне значення «первинної групи» побутових «речей», які, як вони стверджують, функціонують як «знаки соціалізації» та взірці для наслідування своїх власників. Дослідники доводять, що молодь легко прив'язується до предметів, які забезпечують негайний комфорт і насолоду, тоді як з віком люди все більше цінують споглядальні об'єкти, що символізують дорогі спогади та соціальні зв'язки (наприклад, фотографії, тарілки з реліквіями та меблі тощо). Чоловіки характерно знаходять сенс в предметах, що означають особисті досягнення або абстрактні ідеали, тоді як жінки формулюють свою прихильність до побутових речей з точки зору родинного значення або їхнього значення стосовно інших тісних соціальних зв'язків (Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981).

Кампттнер Н. (1991) посилаючись на праці Чиксентмігаї М. і Рохберг-Хальтона Е. на основі проведених нею інтерв'ю розробила типологію символічних функцій об'єктів, які розглядаються з точки зору підтримання особистісної ідентичності

і включають персональну історію, ідеальний образ себе, значущих інших та самовираження.

Виокремлюються також предмети власності, які символізують трансцендентні аспекти ідентичності. Окрім цих символічних функцій, речі впливають на настрій, приносячи задоволення, надають впевненість у безпеці. Окрема річ може виконувати безліч функцій. Наприклад плюшевий ведмедик може нагадувати про дитинство, час безпеки і невинності або про бабусю, яка його подарувала.

Символічно вбираючи в себе матеріальний світ, «Я» розширяється і збагачується. Може бути різний зміст, ступінь і наслідки порушення буденного буття. За змістом можна виокремити вплив на тіло, позбавлення людини власної території, права на особисті речі, можливості визначати режим життя і послідовність дій, обирати коло знайомих і систему цінностей.

У вітчизняній традиції речі розглядаються як знаряддя діяльності. Разом з тим функції речей значно різноманітніші. Речі також володіють різним ступенем інтимності по відношенню до їх власника. Наприклад, на думку Джеймса У. (1991), маєток чи яхта важливі для підтримки статусу у великому (широкому) соціумі, у той час як одяг — це символ емоційної захищеності і особистісної ідентичності. Речі можуть відображати міру самоповаги і духовного розвитку суб'єкта («Вау-імпульс» у В. Пєлєвіна) (Нартова-Бочавер, 2008, с. 147).

Одяг завжди сприймається як важлива складова особистісної ідентичності, а тому багато подій, які пов'язані із насильницькою деіндивідуалізацією (армія, арешт...), супроводжується роздяганням або переодяганням в уніформу. Смислове навантаження цієї процедури полягає в тому, щоб подавити, травмувати і у такий спосіб зробити людину більш керованою (Нартова-Бочавер, 2008, с. 148). Речі — це засіб самоствердження, знак ідентичності, історія суб'єкта і його сім'ї. До того ж знак, який володіє не лише особистою цінністю, але і товарною вартістю.

У цьому контексті може бути доречною цитата Лоренца К. (1992): «На перший погляд може здатися парадоксальним і навіть цинічним, якщо я висловлюю впевненість, що сум, який ми відчуваємо, викидаючи у смітник вірні старі штани або курильну трубку, має певні спільні корені з соціальним зв'язками,

Закінчення табл. 3.1

1	2	3	4
10	Перевірка ефективності запропонованої тренінгової програми гармонізації почуття власності	Анкета	47 осіб

Попередньо на основі теоретичного аналізу було здійснено ідентифікацію вимірів психологічного простору особистості, в яких відбувається реалізація почуття власності,

Запропонований комплекс включає низку методів: *асоціативний експеримент* з метою вивчення вимірів психологічного простору особистості, в яких відбувається реалізація почуття власності, особливостей його прояву, мотивації психологічного привласнення та психологічних наслідків; *фокус-групове дослідження* для з'ясування типових соціальних практик та особливостей їхнього прояву; *експертне опитування* для уточнення переліку найбільш типових соціальних практик, в яких реалізується почуття власності; *опитування* (Питальник «Психологічне тяжіння до бідності», В. Васютинського; Шкала психологічного благополуччя, К. Ріфф, Шкала «Індивідуалізм-колективізм» за методикою Г. Хофстеде; Шкала альтруїзму-егоїзму з Методики «Діагностика соціально-психологічних постав особистості у сфері мотивацій і потреб» О. Потьомкіна, Шкала А — виявлення постав, спрямованих на альтруїзм та егоїзм; Шкала інтернальності-екстернальності (Опитувальник «Рівень суб'єктивного контролю») і Шкала «Рівень розвитку почуття власності» (Scale of psychological ownership, Avey, 2009); *контент-аналіз* для обробки даних асоціативного експерименту та фокус-групового дослідження; *математико-статистичні методи* обробки даних, *факторний та кореляційний аналізи* для *моделювання* особливостей реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Метод контент-аналізу дає змогу робити якісно-кількісний аналіз змісту повідомлень, що полягає у фіксації певних одиниць змісту, який вивчається. Його використання є доцільним у вивченні реальних соціально-психологічних явищ, які відображені

2.1.10. Громадянська сфера

Ще одним виміром психологічного простору особистості є громадянська сфера. І хоча вона є доволі слабко розвиненою у сучасних українців, все ж науковці доходять згоди, що національна і громадянська ідентичності є одними з ключових соціальних ідентичностей особи, в основі яких лежить колективне почуття власності щодо своєї країни.

Слабка національна ідентичність є серйозною проблемою і причиною «неспроможності держави», що неодноразово доведено на прикладі низки країн. Національна ідентичність, як стверджує Фукуяма Ф. (2020, с. 123) починається зі спільного переконання в легітимності політичної системи і влади країни. Національна ідентичність є не тільки запорукою державної безпеки, але й сприяє розширенню радіуса довіри між громадянами, а відтак і розвитку соціального капіталу. Довіра виступає як основа колективної власності та ідентичності. Проте з надмірним посилення національної ідентичності, рівень довіри знову буде зменшуватися. «Якщо члени суспільства відчувають себе членами великої родини і мають високий рівень довіри один до одного, то вони набагато охочіше підтримають соціальні програми своїм слабшим співвітчизникам» (там само, с. 126). І навпаки, актуалізована, загострена колективна ідентичність (расова, релігійна, етнічна, політична тощо) може спричинити розгортання демократичних революцій, запускати соціальні рухи, допомагати чи заважати у конструюванні ефективних соціальних інституцій.

Ті, кого можна назвати «світовими космополітами» стверджують, що самі поняття національної ідентичності і державного суверенітету застаріли і на їхнє місце мають прийти нові, ширші, транснаціональні ідентичності й інституції. Деякі прихильники Євросоюзу (Роберт Шуман і Жан Моне) стверджують, що саме загострена, актуалізована національна ідентичність та фокусованість на етнічних питаннях, було основною причиною двох світових воєн. Відтак, послаблення ролі національної ідентичності мало б вести до більш мирного існування людства.

2.2. Соціальні практики як простір реалізації почуття власності

Власність, у тому числі і у її соціально-психологічному змісті, відіграє вагому роль у житті як особи, так і спільноти, будь-якої соціальної групи чи суспільства в цілому через впливи, які переживання почуття власності має в соціальних стосунках і взаємодії. Власність як соціально-психологічне явище має дуальну природу, з одного боку визначаючись через соціокультурний контекст, з іншого боку, відтворюючи і продукуючи його. Власність, почуття власності, мотивація привласнення зумовлюють різні соціальні дії осіб і необхідність їх співвіднесення із іншими, із спільним соціальним контекстом та нормами. Тож перед нами постало завдання визначити ті соціальні практики, які здійснює особа, спираючись на своє почуття власності у різних сферах життєдіяльності. Ці практики визначають спосіб мислення і дії у відповідності з певними індикаторами, наприклад «моє» — «не моє», «для нас» — «не для нас». Як стверджує Бурд'є П. (1998) саме соціальні практики дають змогу особистості як соціальному суб'єкту перевіряти свої поведінкові акти на відповідність сталим уявленням про навколишню дійсність за критеріями доступності/недоступності, належності/неналежності. Бауман З. (2008), описуючи сучасну реальність, наголошує на її легкості, мінливості, гнучкості і відкритості. Оскільки соціальні практики сприяють усвідомленню особистістю власної неперервності, дають їй змогу гнучко реагувати на соціальні зміни, рухатися назустріч новому досвіду, сприяють пошуку оновлених ідентичностей (Титаренко, Кочубейник, Черемних, 2014, с. 11), постає необхідність визначення, яким же чином соціум визначає формування почуття власності особи та його реалізацію у соціальних практиках володіння, та як реалізація почуття власності у певних соціальних практиках трансформує соціальну реальність. Бо саме у практиках, через них і завдяки ним особа змінюється, спілкується, набуває і передає досвід.

Соціальна реальність постає як мереживо соціальних практик, сукупність яких дає змогу уявити, сприйняти, представити цілісну соціальну картину. Вивчення діяльності людей через призму соціальних практик є взаємозв'язок теоретичних і емпі-

Продовження табл. 3.1

1	2	3	4
6	Особливості прояву почуття власності в соціальних мережах	Опитувальник, що містив 16 змістових питань та соціально-демографічний портрет респондентів	158 осіб — користувачів соціальних мереж, віком від 15 до 77 років
7	Структурно-динамічні особливості проживання почуття власності в умовах карантинних обмежень під час пандемії COVID-19	Авторська анкета щодо особливостей проживання почуття власності в умовах карантинних обмежень; Метод незакінчених речень; Шкала психологічного благополуччя (Ріфф К.)	363 осіб віком 15–76 років
8	Колективне почуття власності щодо своєї країни	3 фокус-групи	23 магістранти з різних країн Європи та Азії
9	Особливості реалізації почуття власності у просторі індивідуалізму-колективізму	Шкала «Індивідуалізм-колективізм» за методикою Г. Хофстеде; Шкала альтруїзму-егоїзму з Методики «Діагностика соціально-психологічних постав особистості у сфері мотивацій і потреб» О. Потьомкіна, Шкала А — виявлення постав, спрямованих на альтруїзм та егоїзм; Шкала інтернальності-екстернальності (Опитувальник «Рівень суб'єктивного контролю») і Шкала «Рівень розвитку почуття власності» (Scale of psychological ownership, Avey, 2009)	163 особи

Таблиця 3.1

Етапи дослідження реалізації почуття власності в соціальних практиках

№	Назва етапу	Методи і методики	Вибірка
1	2	3	4
1	Визначення соціальних репрезентацій власності і грошей у свідомості українців		
	1.1. Власність	Асоціативний експеримент, контент-аналіз	150 осіб
		Семантичний диференціал, Питальник «Психологічне тяжіння до бідності» (В. Васютинський)	240 осіб віком від 16–75 років
	1.2. Гроші	Асоціативний експеримент, контент-аналіз	50 студентів
		Семантичний диференціал	142 особи
2	Дослідження мотивації психологічного привласнення	Асоціативний експеримент Контент-аналіз	150 осіб віком від 16–75 років
3	Визначення типових соціальних практик, в яких реалізовується почуття власності	Фокус-групи (10 груп)	108 студентів
		Експертне опитування	10 експертів
4	Емпірична верифікація типів реалізації почуття власності в соціальних практиках	Опитування, семантичний диференціал	627 осіб віком від 18 до 75 років
5	Визначення особливостей реалізації почуття власності в контексті психологічного тяжіння до бідності	Опитування, семантичний диференціал, Питальник «Психологічне тяжіння до бідності» (В. Васютинський)	424 особи віком 18–76 років

ричних досліджень їх узвичаєних, рутинних дій в рамках тих чи інших соціальних інститутів (Шугальский, 2012; Trigg, 2001).

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що соціальні практики як об'єкт наукових пошуків вже досить довго знаходять у фокусі уваги дослідників, особливо соціологів, філософів, психологів (Баліч Н., Бурд'є П., Вахштайн В., Волков В., Гордієнко Н., Дронова І., Кожемякін Є., Коваліско Н., Кочубейник О., Настояща К., Титаренко Т., Хархордін О., Черемних К., Яремчук С., Richardson L. та ін.). Науковці розглядають різні їхні типології, залежно від спрямування і тематики дослідження. Найбільш близьким поняттям до соціальних практик, в яких реалізовується почуття власності, є соціальні практики споживання (Закірова Л., Зоська Я., Коваліско Н., Лапіна В., Родионова В., Тарасенко В., Черевко Ю., Шконда І.), які визначаються як діяльність, спрямована безпосередньо на одержання, споживання і розпорядження товарами, послугами чи інформацією.

Як стверджує Татенко В. (2013) актуалізація інтимного життя, принаймні певних його сфер, покликана вивести особу на рівень індивідуальної та спільної вчинкової активності. При цьому вчинкова активність постає як опозиційна по відношенню до практикування. Водночас ми погоджуємося з тезою, що була висловлена низкою авторів (Гречко, 2010, Кочубейник, 2010, Татенко, 2013, Титаренко, 2014), що трансформація ідентичності, практики і почуття власності має виходити із внутрішньої потреби особи, як відповідь на невідповідність (десинхронізацію) соціокультурного контексту із внутрішніми цінностями та ідеалами. Особистість сама виступає ініціатором трансформацій, що може бути відображенням її суб'єктної позиції.

Важливими умовами реалізації почуття власності, що представлені у соціальних практиках, є зміст соціальних як економічних, так і неекономічних практик, соціальна цінність власності, соціально-культурні традиції співпраці та конкуренції у взаємодії, міжособова взаємодія з привласнення тощо.

Розмивання звичних соціокультурних практик, що раніше сприяли вибудові самопрезентацій, тепер загострює потребу в усталених уявленях про себе. Кочубейник О. (2011) підкреслює вагому роль соціальних практик у конструюванні автентичності.

Дослідниця обґрунтовує, що соціальні практики, які використовуються для конструювання автентичності, завжди наявні в інтерсуб'єктивному просторі і латентним чином забезпечують цей процес, визначаючи його соціально-психологічну ґенезу, роблячи цей процес інтимно особистісним, але здійснюваним за допомогою спільного соціального інструментарію (с. 13).

Конструювання автентичності, за Кочубейник О., відбувається внаслідок або як результат необхідності впорядкування двох дихотомій. По-перше, прагнення до стабільності та невпинною змінюваністю практик соціальності. По-друге, між потенційною необмеженістю виборів, наданих особистості, та скінченною обмеженістю фактичності як результатом здійсненого вибору.

Водночас бракує системного підходу до аналізу реалізації означеного феномену у різних сферах життєдіяльності людини, а відтак у різноманітті її соціальних практик. У сучасній соціально-психологічній науці поза увагою дослідників залишаються соціальні практики, що виникають, здійснюються, функціонують на основні почуття власності. Теоретичні і емпіричні розвідки в цьому напрямі дали б змогу побудувати типи реалізації почуття власності в соціальних практиках, окреслити їхні особливості функціонування та чинники актуалізації/деактуалізації.

Тож, перед нами постало завдання визначити та обґрунтувати соціальні практики, в яких можлива реалізація почуття власності, і на їхньому прикладі простежити можливості такої реалізації.

У сучасній соціальній теорії під практиками розуміються звичні рутинні соціальні дії, засновані на колективному досвіді суб'єктів, які мають певні атрибуції (Настояща, 2018, с. 61). Практики є безпосередньо зрозумілими й передбачуваними, вони сприймаються як щось природне, і тому їх важко відрефлексувати. Як стверджує Реквіц А., соціальне існує не в головах людей, не в дискурсі і не в інтерсуб'єктній взаємодії, а в рутинізованих способах поведінки, тобто у практиках (Reckwitz, 2002, с.247). Соціальні практики здійснюються завжди у взаємодії з іншими. Але не з тими, кому особа себе протиставляє, а з тими, з ким вона поділяє власну повсякденність.

РОЗДІЛ 3
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНИЙ КОНТЕКСТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ

3.1. Стратегія дослідження реалізації почуття власності в соціальних практиках

Аналіз літератури показав, що не існує спеціалізованих методик для вивчення почуття власності як генералізованого соціально-психологічного явища. Тим паче бракує відповідного інструментарію для вивчення реалізації почуття власності. Водночас емпірична верифікація та обґрунтування авторської концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках потребує розробки і обґрунтування відповідного комплексу методів і методик, які дозволили б здійснити емпіричне дослідження у відповідності до поставлених завдань.

Така методологічна складність поставила перед нами завдання — розробити відповідний комплекс методів і методик та спроектувати авторський дизайн дослідження. Отже нижче наведемо комплекс методів емпіричного дослідження особливостей реалізації почуття власності особи в соціальних практиках.

Для досягнення поставленої мети було визначено низку завдань:

1) проаналізувати наявний інструментарій для дослідження реалізації почуття власності в соціальних практиках;

2) здійснити поетапний опис стратегії організації емпіричного дослідження;

3) представити методичну базу емпіричного дослідження психологічних особливостей реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Досліджуючи психологічні особливості реалізації почуття власності в соціальних практиках нами було використано як якісні, так і кількісні методи збору та обробки інформації. Для розв'язання поставлених завдань нами було обрано стратегію дослідження та розроблено відповідну програму дослідження, яка включала кілька етапів, що відображені у таблиці 3.1.

та ставлення до власності на соціальні норми та соціальну практику (екстеріоризація, категоризація, конкуренція, диференціація, дискримінація, стереотипи, ідеалізація, інгруповий фаворитизм). Показано, що актуалізація прояву почуття власності можлива шляхом посилення контролю над об'єктом власності, поглиблення інтимних знань про нього та самоінвестування сил, знань, зусиль щодо мети власності. Представлено верифіковані типи реалізації почуття власності в соціальній практиці, в основу яких покладено критерії сформованості/несформованості та актуалізованості/неактуалізованості: сформоване (значуще) — актуалізоване, сформоване (значуще) — неактуалізоване, несформоване (незначуще) — актуалізоване, несформоване (незначуще) — неактуалізоване. Визначено основні закономірності реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Показано, що почуття власності в різних сферах може реалізовуватися в континуумі актуальності-неактуальності даного переживання на конкретний момент часу, та сформованості-несформованості як певного соціально-психологічного явища, що створює основу для виокремлення чотирьох моделей реалізації почуття власності в соціальних практиках: значуще-актуалізоване, значуще-неактуалізоване, незначуще-актуалізоване, незначуще-неактуалізоване.

Соціальні практики мають чітку структуру — зовнішню і внутрішню будову, зміст та форму. Вони є завжди соціокультурними і фоновими, латентними не тому, що вони приховані, а тому що вони настільки очевидні, що особистість їх не помічає, як не помічає і буденну повсякденність, оскільки зосереджена переважно на стратегічних питаннях, власних емоціях і думках. Практику часто можна сплутати зі звичкою, оскільки і те, і те є традиційною дією. Однак звичка є скоріше індивідуальною, особистісною, унікальною, персоналізованою, а соціальна практика — загальнопоширена і масова.

Трансформація соціальних практик породжує зміни в соціальних інститутах, ідентичності людини та соціальній поведінці (Войтович, 1998). Як наголошує Артеменко А. (2013), ідентичність залежить від соціального оточення, ролей і статусу. А значне ускладненя соціокультурних процесів і способів їх реалізації зумовлює необхідність переходу від лінійного до об'ємного бачення соціальної реальності та способів ідентифікації. Він підкреслює важливість впливу унікального на формування подій соціального світу, при цьому ідентичність набуває здатності утворювати цілісну єдність (с. 17).

У сучасному науковому дискурсі тривають дискусії щодо визначння соціальних практик. Соціальна практика може розглядатися і як соціальна дія, і як конструкт свідомості, і як елемент культури. Дослідники соціальних практик пропонують наступні критерії для їхнього визначення: *неусвідомлюваність, рутинність, фоновість* (забезпечує мимовільне функціонування особи в соціумі, тим самим культурно вбудовує її у цей соціум, робить особу його частиною); *повторюваність, відтворюваність* (кожну практику особа повторює у своєму житті безліч разів); *автоматичність* (формується із повторюваності); *культурообумовленість* (їх природа відповідає системі культури, окреслює соціальні практики як культурний елемент, певний культурний код у приналежності до певної субкультури); *тілесність* (біологічна репрезентація соціальних практик за допомогою тіла); *рухливість* (яким чином відбувається ця практика, які дії, в якій послідовності робить той, хто здійснює практику); *процесуальність* (схильність до самозмін); *вимірюваність* (придатна для обчислень і підрахунків); *правилообумовленість,*

нормативність, конвенційність (прив'язка до виконання певного узгодженого алгоритму, правила, виробленого тією чи тією спільнотою); *спільність, колективність* (звичні, регулярні для певних спільнот) (Иванова, 2014; Настояща, 2018; Титаренко, Кочубейник, Черемних, 2014; Яремчук, 2017).

Зважаючи на множинність спільнот, яка може бути безкінечною, і продукувати множинність реальностей, кожна з них виробляє свої правила для своїх практик (Щюц, 2003). Внутрішньо вони зумовлюються габітусом, а зовнішньо-соціальною структурою. Означені характеристики є загальними для практик, незалежно від того, з якої позиції вони розглядаються і до якого типу відносяться. Саме вони визначають практику як практику, відрізняючи її від інших елементів культурної системи (Настояща, 2018, с. 58). Вони забезпечують континуальність, поступальність, еволюційність конструювання особистістю себе і свого життя. Практикування, ідентифікування та автономізація неможливі без постійної двосторонньої взаємодії і комунікації з соціумом, найближчим оточенням, культурним і природним простором, із власним минулим і майбутнім, що забезпечує взаємопроникнення соціального та індивідуального (Титаренко, 2014, с. 15).

З огляду на багатогранність і широку палітру соціальних практик, існує потреба їх систематизації і типологізації. Однак, і досі ці спроби не привели до вироблення єдиної чіткої системи. Типологізація практик може здійснюватися на різній основі, зокрема і за сферами практикування, що є горизонтальною типологією (Настояща, 2017, с. 173). Частіше дослідники складають свою типологію, залежно від цілей власного дослідження.

Об'єктивною основою типологізації соціально-психологічних практик може бути зміст її аспектів і основ. Наприклад, досліджуються релігійні соціальні практики (Козловський, 2007), практики успіху (Карпенко, 2016), практики життєконструювання (Титаренко, Кочубейник & Черемних, 2014), практики споживання (Закирова & Родионова, 2011; Лапіна, 2018; Тарасенко, 1993), практики як маркер стилю споживання (Коваліско, 2010), комунікативні практики (Луман, 2000, 2003). Відповідно можуть бути визначені та проінтерпретовані практики, в яких реалізовується почуття власності, як видові по

альних практиках як унормованих, буденних, рутинних діях та актуалізованим проявом його в ситуаціях загострення потреби психологічного володіння чимсь або втрати об'єкта власності, що спонукає особу до суб'єктної активності і відповідальності. Реалізація почуття власності залежить від змісту як економічних, так і неекономічних соціальних практик, соціальної цінності власності, соціально-культурних традицій співпраці та конкуренції у взаємодії, особливостей міжособової взаємодії з привласнення.

Представлено *основні положення адаптивно-конструювальної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках*, яка на основі виявлених змістових і динамічних ознак почуття власності пояснює його реалізацію в соціальних практиках як коливання, балансування між рутинністю, буденністю, неусвідомленістю соціальних практик і прагненням до суб'єктних проявів та формування відповідальної особистості. В основу концепції покладено *структурно-функціональну модель реалізації почуття власності в соціальних практиках*, що відображає мотиви, чинники та способи актуалізації почуття власності в соціальних практиках; розкриває функції, етапи, соціально-психологічні механізми, типи, наслідки та ефекти реалізації почуття власності в соціальних практиках; дає змогу вивчити закономірності цього процесу.

На основі запропонованої структурно-функціональної моделі визначаються мотиви психологічного привласнення: прагнення до привласнення, формування ідентичності, почуття територіальності, належності та відповідальності. Основними чинниками реалізації власності у соціальній практиці є психологічні, демографічні, соціокультурні, ситуаційні та об'єктні. Визначаються функції реалізації почуття власності, а саме сигнальна, координаційна, мотиваційна, оцінна, інтегративна та пізнавальна. Розкрито сутність соціально-психологічних механізмів реалізації почуття власності у соціальних практиках, що забезпечує двосторонність цього процесу: засвоєння соціальних норм і цінностей як внутрішнього особистого досвіду (соціальне порівняння, ідентифікація, соціалізація, наслідування, інтеріоризація, конформізм, адаптація, навіювання, переконання); а також вплив особистих цінностей, досвіду

чимсь або втрати об'єкта власності, що спонукає особу до суб'єктної активності і відповідальності.

– Почуття власності реалізовується в різних вимірах психологічного простору особистості (територіальність, тілесність, соціальні контакти, фінансова сфера, матеріальні речі, віртуальний простір, часовий режим, ідеї, організаційна та громадянська сфери), одночасно розгортаючись у ньому і конструюючи та трансформуючи його.

– Реалізація почуття власності може відбуватися в трьох станах або темпоральних перспективах, перманентно коливаючись між ними: актуальному (переживання щодо володіння на теперішній час), перспективному (мотивація привласнення, бажання мати у майбутньому) і ретроспективному (сум, ностальгія за тим, що втрачено чи залишилося в минулому).

Висновки до другого розділу

Введено в обіг поняття *реалізації почуття власності в соціальних практиках*, яке розуміється як спосіб прояву, утілення і зміни почуття власності особи протягом життя в процесі міжособової та групової взаємодії. Охарактеризовано її компоненти (когнітивний, афективний, поведінковий) та особливості здійснення.

Обгрунтовано і проаналізовано основні виміри психологічного простору особистості, в яких реалізовується почуття власності, одночасно розгортаючись у них, конструюючи та трансформуючи їх: тілесність, територіальність, фінансова сфера, соціальні контакти, матеріальні речі, ідеї (цінності, думки), часовий режим, віртуальний простір, організаційна і громадянська сфери. Почуття власності засвоюється, унормовується через соціальні практики та реалізується в них, тим самим зумовлюючи функціонування цих практик, та можливу їх трансформацію. *Соціальні практики, у яких реалізовується почуття власності*, визначаються як нормалізовані, структуровані моделі поведінки, соціальні дії, в яких людина проявляє себе як власник і усвідомлює своє почуття власності щодо різних цілей. Почуття власності має адаптивний характер та балансує між реалізацією в соці-

відношенню до загалом соціальних практик. Тобто *соціальні практики, в яких реалізовується почуття власності* — це унормовані, структуровані зразки поведінки, соціальні дії, в яких особа проявляє себе як власник і реалізує своє почуття власності.

Так, говорячи про соціальні практики володіння, ми спираємося на визначення феномену почуття власності і основні сфери його реалізації відповідно до різних вимірів психологічного простору особистості. Таке емоційне переживання людини щодо різних об'єктів власності, що виникає у процесі її відносин з навколишнім світом, формується і проявляється у ході взаємодії із соціумом, через і завдяки соціальним практикам. У ньому відбивається значення об'єктів власності, стосунків з іншими людьми навколо об'єктів, а також потреби і мотиви психологічного привласнення. Почуття власності як конструкт самосвідомості особи, що реалізовується у соціальних практиках та виступає одночасно чинником та наслідком міжособової взаємодії є багатовимірним утворенням, специфіка якого визначається організацією його складових і гетерогенністю його проявів.

Як і будь-які інші соціальні практики, практики, в яких реалізовується почуття власності, можуть відрізнятися у різні історичні періоди і на різних етапах життя особи та залежати від її місця проживання, статусу і соціальних ролей. Вони можуть описувати, характеризувати, відображати як «близький» повсякденний життєвий світ особистості, так і відображати «масштабні» суспільні явища (Яремчук, 2017, с. 61).

Тривають дискусії дослідників щодо стабільності/повторюваності практик. Чи можуть вони трансформуватися та що чи хто є рушійною силою та першоджерелом таких змін: самі практики, особа в своїй активній діяльності і суб'єктності чи кризові події.

Обґрунтовуючи сегмент стабільності у конструюванні автентичності особистості, Кочубейник О. (2010) наводить наступні типові характеристики психосоціальних практик буденності: безумовна необхідність, консервативність, усередненість і загальнодоступність, знеособленість подій і фактів буденного життя, приватність, постійність (традиційність, вічність), впізнаваність і зрозумілість (с. 114). Натомість сегмент трансформації, що є, з одного боку, опозиційним, а з другого — взаємодоповнювальним до сегменту стабільності, забезпечує численні

зміни, варіації, переконструювання старого і створення нового (с. 116). Рушійними силами таких трансформацій Кочубейник О. визначає ритуали, свято, екстрим і життєві кризи. Саме вони через свою епізодичність, випадковість, насиченість, бурхливість спонукають людину до видозміни і виходу за власні межі. Ознаками психосоціальних практик трансформації є добровільний вибір предметів, відносна рідкість, тимчасовість, випадковість, невизначеність і певна хаотичність, підвищена емоційно-вольова напруженість і ризикованість (там само, с. 120).

На думку Золотухіної-Аболіної О. (2006) повторюваність, зрозумілість і навіть певна стереотипність психосоціальних практик не є абсолютною і тотальною. Натомість завжди існує місце для незрозумілості, невизначеності і винятковості, що, власне, і зумовлює постійну рухливість і мінливість соціальних практик.

Автентичність особистості, за теорією Кочубейник О., розгортається у трьох модусах: персоналізації (прагнення до особистісного самовизначення та унікальної цілісності особистості), уніфікації (потреба в належності до певної соціальної спільності) та потенціоналізації (переживання стосовно різноманітних змін, варіацій, творчості; забезпечує випробовування нових сфер внутрішньої і зовнішньої реальностей). Своєрідне комбінування означених модусів дозволяє конструювати різні моделі статусу автентичності (Кочубейник, 2010).

Термін реалізація в словосполученні «реалізація почуття власності в соціальних практиках» лише почасти спрямовано на розуміння відповідного процесу як прояву/застосування/утілення «готового» почуття «на практиці». Насправді ми розуміємо його зміст ширше — як такий, що містить і конструювання, і продукування, і репродукування, і підтримку, і вироблення почуття власності, але як уже відбутий етап, досягнутий стан. Саме на цій основі особа/особистість/суб'єкт набуває здатності бути чинним елементом соціальних практик, їхньою суб'єктною інстанцією, а відтак і реалізовує цю здатність. Останнє й становить предмет нашого дослідження: як особистість, маючи до певної міри сформоване під впливом соціальних практик почуття власності, надалі реалізовує його в структурі тих самих практик, як відносно більш самостійний носій цього почуття.

На основі комбінації цих наслідків було сформульовано *ефекти,* які може мати реалізація почуття власності в соціальних практиках: конкуренція, саморозвиток, співпраця, надмірне накопичення, привласнення, ревнощі, заздрощі. Описані ефекти можуть бути позитивними і негативними, залежно від характеру впливу на життєдіяльність особи і спільноти.

Підсумовуючи, означимо *положення адаптивно-конструювальної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках,* що можуть бути сформульовані у вигляді таких тез.

– Почуття власності особи поширюється на різні об'єкти власності, залежно від їх цінності і важливості, від рівня актуальності даного об'єкту власності на даний момент утворює динамічний простір психологічного володіння особистості, який можна унаочнити у вигляді відцентрованих кіл, де *ядро* утворюють об'єкти власності, які мають найвищу валентність та значення для особи станом на зараз, *розширення* — менш значущі наразі, але загалом вагомі об'єкти власності та *периферія* — несформоване або не актуалізоване почуття власності щодо певних об'єктів власності, або дифузія відчуттів. Відбувається постійна зміна валентності тих чи інших об'єктів власності, а отже і процес переконструювання цієї системи є невпинним (рис. 2.1).

– Багатомірність природи почуття власності визначається в його багатокомпонентній структурі, існуванні різних типів прояву почуття власності і актуальних форм.

– Реалізація почуття власності розпочинається на основі інстинктивних прагнень і потреб, що поступово викристалізовуються і трансформуються в процесі соціалізації завдяки залученню індивіда до соціальних практик, під впливом яких він засвоює суспільні норми та способи володіння, водночас їх конструюючи і зумовлюючи.

– Почуття власності розгортається в онтогенезі, перебуває в постійному розвитку, рушійними силами якого є психологічні, демографічні, соціокультурні, ситуаційні та об'єктні (властивості самого об'єкта власності) чинники в їхній взаємодії (рис. 1.2).

– Адаптивна природа почуття власності зумовлює його балансування між реалізацією в соціальних практиках як унормованих, буденних, рутинних діях та актуалізованим проявом його в ситуаціях загострення потреби психологічного володіння

видозмін самих соціальних практик, а відтак і визначати особливості переживання почуття власності, детермінувати його актуальність, валентність, інтенсивність. У той самий час через переживання особою чи спільнотою певного почуття власності щодо певного об'єкту, особливості перебігу цього переживання можуть зумовлювати певні зміни в соціальних практиках.

Реалізація почуття власності може мати різну спрямованість і бути пов'язана з різними переживаннями, а саме: переживання з приводу бажання володіти якимось об'єктом власності; переживання власне належності собі того чи другого об'єкту, що дає відчуття його емоційної та сенсової значущості, незамінності; переживання легітимності володіння об'єктом — власне, своїх прав на нього, визнаних іншими; переживання тривоги, страху, що пов'язані з потенційною можливістю втрати цього об'єкту.

Тож, як бачимо, почуття власності може варіюватися феноменологічно, насичуватися різними середовищними та соціально-психологічними чинниками і відігравати різну роль у становленні ідентичності особи — як стимулюючу, так і гальмуючу.

В основу визначення *типів* реалізації почуття власності в соціальних практиках було покладено два критерії (суб'єктивна значущість/незначущість даного переживання або сформованість/несформованість та актуалізованість/деактуалізованість на даний момент). Відповідно утворилося чотири типи реалізації почуття власності в соціальних практиках, які буде покладено в основу емпіричного дослідження. Для опису кожного з типів у якості критеріїв оцінки ми використали компоненти почуття власності: сила відчуття себе власником, рівень контролю, готовності ділитися та бажання розпоряджатися, рівень самоінвестування та ідентичності.

Реалізація почуття власності в соціальних практиках має свої *наслідки*, що відповідним чином впливають як на активність самої особи у подальшому, так і на соціальні практики, в яких це почуття власності реалізується. Насамперед мова йде про задоволеність/незадоволеність переживанням почуття власності і відчуттям себе власником, рівень відповідальності/безвідповідальності, готовність/не готовність захищати свій об'єкт власності і своє право на володіння.

Усвідомлюючи багатозначність можливих трактувань категорії суб'єкт, ми надавали перевагу його традиційному розумінню як автономної інстанції з огляду на більш виразну «очевидність» такого суб'єкта та істотну зручність відповідного розуміння, маючи на увазі перспективи широкого практичного використання результатів дослідження.

2.3. Адаптивно-конструювальна концепція реалізації почуття власності в соціальних практиках

У цьому підрозділі ми спробуємо представити і обґрунтувати авторську адаптивно-конструювальну концепцію реалізації почуття власності в соціальних практиках. З цією метою нами було здійснено міждисциплінарний аналіз концептуально-методичних основ дослідження та основних напрямів вивчення соціально-психологічної природи почуття власності. На основі узагальнених результатів обґрунтовано: структуру почуття власності та етапність процесу реалізації почуття власності в соціальних практиках; визначено його структурні компоненти, рівні прояву, наслідки та ефекти. Розроблено структурно-функціональну модель реалізації почуття власності в соціальних практиках, описано її структурні елементи і їхню психологічну сутність. Визначено і описано типи реалізації почуття власності в соціальних практиках. Здійснено системний соціально-психологічний аналіз умов, чинників та механізмів як складових концептуальної моделі реалізації почуття власності.

Внаслідок складності і практичного значення питання виникнення та реалізації почуття власності в соціальних практиках назріла потреба вивчення почуття власності у різних сферах життя і соціальних практиках особистості та розробки і аргументації соціально-психологічної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Почуття власності як соціально-психологічний феномен є одним з психічних явищ, а отже розробка концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках відбувалась на основні загально психологічних принципів: детермінізму (лінійного

і нелінійного), єдності психіки і діяльності, розвитку в діяльності, відображення і системності.

Відповідно до принципу детермінізму, почуття власності залежить від способу життя. Так розкриваються основні причини виникнення і розгортання почуття власності у філо- і онтогенезі, та його закономірну зумовленість.

В основу аналізу реалізації почуття власності покладено два види детермінізму: класичний, лінійний, причинно-наслідковий, каузальний, згідно з яким розвиток (становлення, розгортання) почуття власності й особистості зумовлюється вродженими біологічними передумовами і соціокультурними впливами, та теологічний детермінізм — нелінійний (індетермінізм, самодетермінізм), викликаний власною активністю особи, її цінностями і цілями, з огляду на її свободу волі, що дає змогу їй проявлятися життєвому контексті як людині певної епохи, культури, ментальності тощо.

Принцип єдності психіки і діяльності дає змогу розкривати механізми появи, функціонування і прояву почуття власності як соціально-психологічного явища в соціальних практиках. Виникаючи через діяльність і зовнішню активність почуття власності утворює внутрішній, ідеальний план об'єкту власності і відповідно переживання володіння. У свідомості особи виникають специфічні моделі, образи дійсності, за допомогою яких особа орієнтується в зовнішньому оточенні і соціальній дійсності.

Принцип розвитку дає змогу розглядати почуття власності як динамічне утворення, що постійно трансформується, видозмінюється, реалізується на різних етапах становлення особистості в і завдяки діяльності особи. З огляду на це почуття власності варто розуміти, пояснювати та оцінювати як продукт розвитку і результат діяльності.

Принцип відображення пояснює сигнальну функцію почуття власності, тобто його здатність до суб'єктивного відображення дійсності. Психічне відображення дає змогу виокремлювати значущі для особи об'єкти власності, випереджаючи її безпосередній фізичний контакт з відповідним об'єктом. Психічне відображення є джерелом створення образ світу, що дає змогу людині орієнтуватися в навколишньому середовищі та спонукає її до активної діяльності.

частину особи, визначаючи її своєрідність, унікальність і формуючи автентичність, інтимність, приватність.

Фройд З. визначає ідентифікацію як механізм емоційної прихильності до інших людей (Фрейд, 2013).

Механізми научання або соціалізації, які забезпечують засвоєння соціокультурних норм щодо володіння і власності; механізми інтеріоризації — переведення сприйнятих суспільних норм у власну систему цінностей через рефлексування, усвідомлення чи наслідування; механізми екстеріоризації, тобто прояву сформованого почуття власності у різних сферах та соціальних практиках особи і групи (спільноти).

Разом з тим важливо відмітити, що усі ці типи механізмів взаємопов'язані між собою і зумовлюють невпинний плин і трансформацію як одного, так і іншого, що зумовлене одвічним питанням соціальної психології про співвідношення і первинність індивідуального і соціального, власного (персонального) і колективного.

Почуття власності функціонує і реалізовується, проявляється на чотирьох рівнях:

– *інтраперсональному (внутрішньоособистісному)* — переживання, емоційні реакції на володіння певним об'єктом власності (бажання, радість, задоволення, страх, заздрість, тривога, відчай, горювання від втрати);

– *індивідуальному (персональному)* — об'єкт власності стає частиною чи логічним продовженням особистості людини. Людина сама себе сприймає через призму своїх володінь, у такий спосіб вибудовуючи свою самооцінку, життєві стратегії, комунікацію з іншими тощо;

– *інтерперсональний (міжособистісний, груповий)* — взаємодія різних суб'єктів володіння щодо певного об'єкту власності, чи то з позиції конкуренції та відстоювання і захисту свого унікального права на володіння чимось, чи то з позиції співпраці в мовах спільного володіння;

– *загальносуспільний* — функціонування загальних суспільних цінностей щодо власності і володіння, унормовування відповідних соціальних практик володіння і перехід їх (чи їх функціонування) як певних елементів загальноприйнятих соціальних норм. Трансформація норм суспільства може призводити до

впливу особистих цінностей, досвіду та постав щодо власності на суспільні норми і соціальні практики володіння (рис. 2.3).

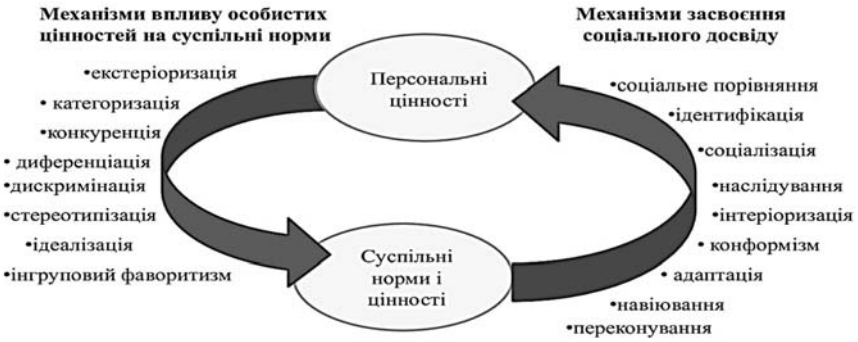


Рис. 2.3. Соціально-психологічні механізми реалізації почуття власності в соціальних практиках

До першої групи соціально-психологічних механізмів засвоєння суспільних норм і цінностей у внутрішній (персональний) досвід можна віднести: соціальне порівняння, ідентифікація, соціалізація, наслідування, інтеріоризація, конформізм, адаптація, навіювання, переконування. До другої групи соціально-психологічних механізмів впливу особистих цінностей, досвіду та постав щодо власності на суспільні норми і соціальні практики володіння можна віднести: екстеріоризацію, категоризацію, конкуренцію, диференціацію, дискримінацію, стереотипізацію, ідеалізацію та інгруповий фаворитизм.

Також психологічні механізми реалізації почуття власності в соціальних практиках можна поділити на ті, які забезпечують розвиток, розгортання, конструювання почуття власності (научання, навіювання, переконування, соціалізація тощо) та ті, що забезпечують сприймання та оцінку певних об'єктів власності та інших людей по відношенню до об'єктів власності певних конкретних ситуаціях (соціальна категоризація, стереотипізація, дискримінація, атракція, антиципація, персоніфікація тощо).

Завдяки діалогічності і комунікативності суспільства уможливлюється дія механізму інтеріоризації, завдяки якому первинно зовнішня взаємодія особи і соціуму переходить у внутрішню

Принцип системності дає змогу нам розглядати реалізацію почуття власності в соціальних практиках як складну систему взаємопов'язаних психічних явищ і процесів.

Тож, як було показано раніше, почуття власності ґрунтується на інстинктивній потребі у власності, виражається через ставлення до власності (переживання власності) та відносини власності й реалізується у відповідних соціальних практиках. Це соціально-психологічний феномен, що ґрунтується на базовій інстинктивній потребі у власності, задоволення якої тісно пов'язане з формуванням особистості і функціонуванням групової свідомості. Він же є і психологічним атрибутом особистості, який виокремлює її з-поміж інших. Почуття власності є основою для категоризації і диференціації, що можливо тільки у соціальній взаємодії (Бурменко & Карнышев, 2003; Пайпс, 2008; Хазратова, 2009; Хазратова & Луценко, 2011; Noguti & Bokeyar, 2014). Психологічна власність водночас є і основою суспільних відносин, визначаючи особливості всієї системи відносин суспільства, і об'єктом відносин людини, її переживань, цінностей, основою формування її суб'єктності. У цьому контексті важливо виокремити різні процеси, пов'язані зі здійсненням, функціонуванням почуття власності.

Формування почуття власності ми розуміємо як складний процес становлення почуття власності особистості, який відбувається в результаті розвитку, виховання і соціалізації особи; цілеспрямований процес соціалізації особистості, що характеризується відносною завершеністю. Формування почуття власності не є скінченним процесом і відбувається протягом життя людини в онтогенезі, проте сензитивним періодом завершення його становлення є юнацький вік, який характеризується активним формуванням самосвідомості особи. По мірі того, як почуття власності щодо різних об'єктів володіння формується, відбувається його імплементація, вбудовування в соціальний контекст, тобто його реалізація в соціальних практиках. *Актуалізацію почуття власності* ми розуміємо як ситуативний посилений прояв почуття власності в певних умовах в результаті впливу певних зовнішніх факторів чи внутрішніх чинників. Деактуалізація, навпаки, передбачає зниження його прояву. Ключовим поняття для нашої концепції є саме *реалізація почуття власності*, яку ми інтерпре-

туємо як спосіб прояву, втілення і зміни почуття власності особи протягом життя в процесі міжособової та групової взаємодії.

На основі узагальнення теоретичних розвідок та результатів емпіричних досліджень було розроблено структурно-функціональну модель реалізації почуття власності в соціальних практиках (рис. 2.2).

Так, можна виокремити три компоненти реалізації почуття власності в соціальних практиках:

– Афективний — власне емоційні переживання, пов'язані з володінням щодо самого об'єкту власності, щодо себе як власника та щодо інших суб'єктів володіння.

– Когнітивний — знання, соціальні постави, стереотипи щодо володіння, власності, бідно-багатства тощо.

– Поведінковий — власне дії, активність щодо об'єкту власності, щодо себе та інших суб'єктів власності, які відображаються і утворюють реалізацію почуття власності.

Становлення та реалізація почуття власності розгортається у кілька етапів:

1) Онтогенетичне розгортання інстинктивних потреб особи, зокрема потреби у володінні, території, безпеці у почуття власності (або упредметнена екстеріоризація);

2) Становлення особистісної та соціальної ідентичності на основі відчуття власності у процесі первинної соціалізації в контактних групах (сім'я, друзі, референтна група тощо);

3) Життєве самовизначення і формування відчуття належності на базі інтеріоризованих суспільних цінностей і моральних норм щодо власності і володіння, бідності і багатства;

4) Самоздійснення та прояв самоефективності особи у процесі реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Засвоєння соціальних практик, які конструюють чи переконструйовують почуття власності — актуалізуються в кризових ситуаціях.

Реалізація почуття власності як соціально-психологічного феномену виконує низку важливих функцій як для самої особи, так і з точки зору конструювання і переконструювання її соціальних практик:

– *сигнальна* — виникнення, розгортання почуття власності сигналізує особі про значимість, цінність певного об'єкту власності і спонукає особу спрямовувати на нього свою діяльність;

Виокремимо систему *чинників,* що спонукають чи загальмовують (актуалізують/деактуалізують) реалізацію почуття власності в соціальних практиках:

– *психологічні* (мотивація (актуалізовність/неактуалізованість потреби у володінні), персональні цінності, переконання і ставлення до власності, проживання способу життя, схильність до накопичення, відповідальність, рівень самооцінки, локус контролю, рівень задоволеності життям);

– *демографічні* (вік, стать, сімейний статус, етап життєвого циклу; професія, рівень освіти, рівень прибутку, місце проживання тощо);

– *соціокультурні чинники* (належність до певних спільнот, культура і субкультура, групові цінності та соціальні стереотипи щодо власництва, бідності/багатства, підприємництва, споживчої поведінки тощо, економічна (у тому числі споживацька, підприємницька, власницька) ідентичність, постави, мода, мова, релігія, родинні зв'язки і традиції, грамотність);

– *ситуаційні чинники* (привід для привласнення, соціальне оточення, фізичне оточення, часова обмеженість, емоційний тиск, попередній досвід);

– *особливості самого об'єкту власності* (привабливість об'єкту власності, його унікальність/масовість, доступність/недоступність).

Реалізація почуття власності залежить від змісту як економічних, так і неекономічних соціальних практик, соціальної цінності власності, соціально-культурних традицій співпраці та конкуренції у взаємодії, особливостей міжособової взаємодії з привласнення.

Внутрішні потреби, що стимулюють появу почуття власності: потреба у володінні базовими речами, які забезпечують харчування, потреба в захисті, безпеці, потреба в самоефективності, самоідентичності, наявність місця, дому.

Оскільки реалізація почуття власності в соціальних практиках є двостороннім і циклічним процесом, то аналізуючи соціально-психологічні механізми цього процесу доцільним буде розвести їх на дві групи: 1) соціально-психологічні механізми засвоєння суспільних норм і цінностей у внутрішній (персональний) досвід та 2) соціально-психологічні механізми

2019; Мироненко, 2015; Kwon, 2020; Lee & Suh, 2015; Waltemate, Gall, Roth, Botsch & Latoschik, 2018), а також психологічну власність щодо організації (Peirce, Kostova & Dirks, 2002) і громадянську сферу (Дроздов, 2016; Хазратова, 2010; Nijs, Martinovic, Verkuyten, Sedikides, 2020). Важливими умовами реалізації почуття власності, що представлені у соціальних практиках, є зміст соціальних як економічних, так і неекономічних практик, соціальна цінність власності, соціально-культурні традиції співпраці та конкуренції у взаємодії, міжособова взаємодія з привласнення тощо. Психологічний простір особистості, а відповідно і почуття власності розвивається в онтогенезі завдяки появі нових вимірів, переносу своїх меж в рамках тих вимірів, що вже існують, і наповнення їх різним змістом у відповідності з досвідом і завданнями дорослішання.

Як зазначалося вище, під *соціальними практиками володіння, в яких реалізується почуття власності,* ми розуміємо унормовані структуровані соціальні дії, в яких особа проявляє себе як власник і реалізовує почуття власності, а також сприяють конструюванню чи конструюють почуття власності. Соціальні практики, які виникають і функціонують на основі прояву почуття власності у різних вимірах психологічного простору: фінансова сфера, територіальність, матеріальні речі, соціальні контакти, інформаційний простір, тілесність, часовий режим, життя в організації, цінності, ідеї, думки, громадянська сфера. Такі соціальні практики є не тільки простором для реалізації почуття власності, але й конструюють його та можуть бути як економічно, так і неекономічно зумовлені (Губеладзе, 2020 б).

У різні історичні періоди і на різних етапах життя особи соціальні практики можуть відрізнятися, а також залежати від місця проживання особи, статусу і соціальних ролей. Вони можуть описувати, характеризувати, відображати як «близький» повсякденний життєвий світ особистості, так і «масштабні» суспільні явища.

Як було показано вище, психологічний простір володіння має кілька рівнів: ядро, розширення і периферія (див. рис. 2.1), що визначає та ілюструє рівень значущості та актуальності певних об'єктів власності для особи чи групи на даний момент.

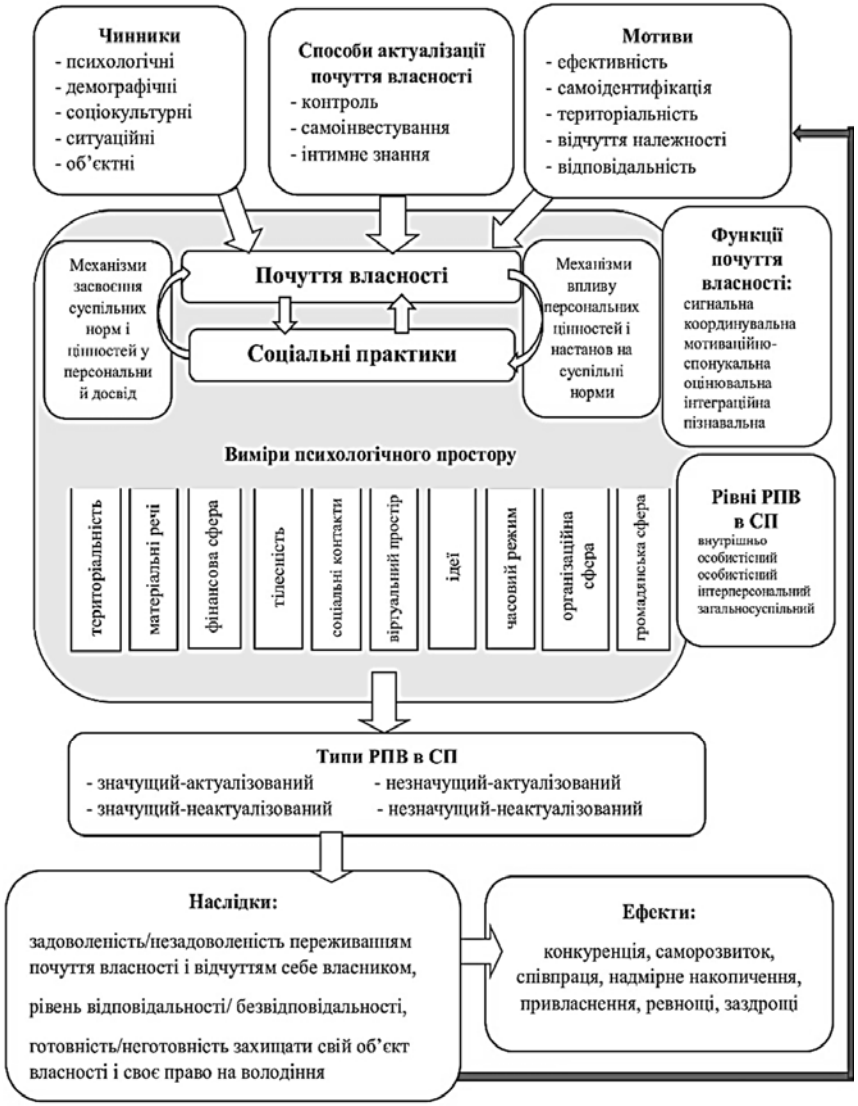


Рис. 2.2. Структурно-функціональна модель реалізації почуття власності в соціальних практиках

– *координувальна* — те, що важливо для особи, актуалізує її почуття власності, і як результат сприймається ясніше і зрозуміліше; загальна система речей і наколишніх явищ стає структурованою відповідно до психологічного переживання власності особи;

– *мотиваційна (спонукальна)* — сформоване чи актуалізоване почуття власності може спонукати особу до дії, посиленої активності або навпаки перешкоджати цьому;

– *оцінювальна* — позитивне чи негативне почуття власності показує, як людина ставиться до об'єктів власності чи інших суб'єктів власності; і навпаки, ставлення до власності може актуалізувати чи деактуалізувати переживання почуття власності;

– *інтеграційна* дає змогу співвідносити і поєднувати внутрішні прагнення, соціальний досвід і інтеріоризувати його внутрішній план;

– *пізнавальна* — переживання почуття власності як афективний конструкт забезпечує глибше усвідомлення реальності, ніж це може дозволити логічне мислення.

Серед мотивів психологічного привласнення дослідники визначають ефективність, самоідентифікацію і потребу мати місце (відчуття територіальності), відчуття належності, відповідальність (Pierce, Kostova, Dirks, 2002). Мотивація ефективності має на меті актуалізувати почуття ефективності і компетентності особи. Це стає можливим завдяки функції контролю, яку здійснює особа по відношенню до об'єктів своєї психологічної власності. Тобто прагнення контролювати своє оточення призводить до підвищення ефективності особи, її здатності досягати бажаного результату (Furby, 1980). Переживання власності допомагає особі вибудовувати самоідентичність через об'єкти, які вона сприймає як свої, а також вибудовувати образ інших через їхні об'єкти власності. І нарешті, третій мотив, пов'язаний із потребою людини мати дім, свою територію чи простір. У своєму дослідженні ми емпірично визначили і обґрунтували дію таких мотивів як вплив та контроль над об'єктом власності; право самостійного, унікального користування та недоступність для інших, що детальніше описано у підрозділі 3.3 та статті автора (Губеладзе, 2021 г).

Існує три способи актуалізації формування і реалізації почуття власності. По-перше, це здійснення *контролю* над об'єктом

власності. Чим більше людина може контролювати і здійснювати вплив на об'єкт чи потенційний об'єкт власності, тим глибше буде її психологічне переживання цього об'єкту як частини її самості (Furby, 1980). Другий шлях — це *інтимне пізнання об'єкта власності*. Тобто, коли у особи з'являються певні особисті, персональні, унікальні знання про цей об'єкт власності, що базується на реальному досвіді її взаємодії з об'єктом, стрімко розвивається її почуття власності щодо цих об'єктів (Джеймс, 1991; Beaglehole, 2015). І третій шлях до психологічного привласнення відбувається через *самоінвестування* людини своїх сил, знань, зусиль щодо об'єкта власності. Тобто глибше почуття власності людина відчуває до об'єктів, які вона сама створила, чи за якими доглядає, що породжує в людини відчуття того, що цей об'єкт є частиною її самої (Peck & Shu, 2018, с. 9). За рахунок впливу на ці важелі можна посилити чи послабити ефекти володіння, його валентність та інтенсивність реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Почуття власності може мати актуальний (переживання щодо володіння на даний момент), перспективний (мотивація привласнення, бажання мати тощо) і ретроспективний стан (сум, ностальгія за тим, що втрачено).

Багатомірність природи почуття власності визначається в його багатокомпонентній структурі, існуванні різних типів прояву почуття власності і актуальних форм. Рівень сформованості та актуалізованості почуття власності впливає на рівень соціальної активності особистості і вибір нею відповідних стратегій життєтворення.

Почуття власності одночасно утворює і проявляється у психологічному просторі особистості, який включає комплекс фізичних, соціальних і суто психологічних явищ, з якими людина себе ототожнює. Як защначалося раніше, Нартова-Бочавер С. (2008) пропонує розглядати шість вимірів психологічного простору особистості, що утворюють єдність фізичного, соціального і духовного аспектів життя особи: тілесність; територіальність; особисті речі; часовий режим; соціальні зв'язки; смаки (цінності) (с. 138). На нашу думку, в час інтенсивного розвитку інформаційних технологій доречним було б додати до цього переліку віртуальний простір особистості (Дембицька, Рябовол & Голяка,

3. Розподіл і планування витрат.
4. Споживацькі практики — витрати грошей.
5. Ведення спільного бюджету.

Матеріальні речі:

1. Розташування речей певному порядку і його дотримання.
2. Персоналізація речей або маркування.
3. Догляд за речами.
4. Витрачання часу на речі (вибір, придбання, догляд тощо).
4. Купівля, продаж речей.

Соціальні контакти:

1. Спілкування з близькими людьми, рідними і друзями.
2. Прояви ревнощів.
3. Дотримання традицій.
4. Налагодження контактів у соціальних мережах.

Інформаційний простір:

1. Заглиблення в специфічну тему, тему інтересу (відстежування специфічного контенту, підписка на нього).
2. Застосування фільтрів.
3. Викладання фото, інформації про себе у віртуальний простір.
4. Комунікація з іншими через вподобання і коментарі.
5. Створення унікального контенту.
6. Ведення і персоналізація власного аккаунту.

Часовий режим:

1. Планування свого часу, розпорядку дня.
2. Дотримання/недотримання дедлайнів.
3. Виставлення пріоритетів.
4. Дотримання дисципліни, повага до часу інших (не спізнюватися).

Організаційна сфера:

1. Виконання посадових обов'язків.
2. Підвищення кваліфікації та власної професійної експертності.
3. Додаткове навчання у вільний час.
4. Планування робочого часу.
5. Прийняття рішень на роботі.

Ідеї, цінності, думки:

1. Створення інтелектуального чи творчого продукту.
2. Поширення інтелектуального чи творчого продукту.
3. Ведення щоденника.

в змісті повідомлень, а також для обробки й уточнення даних, отриманих іншими методами в соціально-психологічних дослідженнях (Богомолова & Стефаненко, 1992). У нашому дослідженні на першому етапі за допомогою контент-аналізу визначається семантична структура уявлень українців про власність, гроші, мотиви привласнення, відмінності індивідуального і колективного володіння. Ми використали цей метод і на інших етапах, наприклад, для аналізу результатів опитування за методом незакінчених речень та для опрацювання результатів роботи фокус-груп.

Метод семантичного диференціала широко використовується в дослідженнях, які вивчають особливості сприймання та поведінки людей, а також аналізують соціальні постави та особистісні смисли. Цей метод дає можливість визначати ставлення людини до свого соціального оточення, до світу речей та до себе самої. Семантичний диференціал базується на використанні факторного аналізу в дослідженні значень. Він дає змогу вивчати різні форми функціонування значень в індивідуальній свідомості (Петренко, 2010). У нашому дослідженні ми використали семантичний диференціал для вивчення соціальних репрезентацій власності і грошей у свідомості українців, для визначення змістового наповнення різних типів реалізації почуття власності в соціальних практиках, у тому числі в контексті психологічного тяжіння до бідності. Це дало нам можливість не просто визначити семантичну структуру, а й порівняти дані між собою за різними показниками у представників різних груп респондентів.

Однією з вагомих переваг *опитування* є можливість охопити великі групи респондентів за мінімальну кількість часу. Застосування цього методу дало нам змогу дослідити типи реалізації почуття власності в соціальних практиках, у тому числі в контексті психологічного тяжіння до бідності, у просторі індивідуалізму-колективізму та особливості прояву почуття власності в соціальних мережах.

Також нами було використано *вільний асоціативний експеримент*, як один з методів психосемантичного дослідження, суть якого полягає у наданні слова-стимула, у нашому випадку «власність» та «гроші», з метою викликати у респондентів певні асоціації. Ми скористалися ним як проективним методом для

визначення соціальних репрезентацій власності і грошей у свідомості українців, а також мотивації психологічного привласнення. Метод передбачав, що респондентам пропонувалося написати 5–10 асоціацій на слово-стимул, при цьому ми свідомо не обмежували і не скеровували процес наведення і відбору асоціацій. На основі зібраних асоціацій була створена таблиця частотного розподілу слів-реакцій.

Ще один метод, що був широко застосований у даній роботі був *метод фокус-груп*, або *фокусоване групове інтерв'ю*. Зокрема цей метод було застосовано для визначення найбільш типових соціальних практик, в яких реалізовується почуття власності, уточнення особливостей переживання почуття власності у тому чи тому вимірі психологічного простору особистості щодо певної сфери життєдіяльності людини. Також за допомогою фокус групового дослідження ми встановили особливості переживання почуття власності щодо своєї країни та у просторі індивідуалізму та колективізму. Оскільки, на відміну від класичних інтерв'ю, комунікація у фокус-групі відбувається переважно між самими учасниками, це дає змогу зафіксувати різні варіанти бачення проблеми. Ідеї, думки учасників сприймаються і аналізуються не самі по собі, а у їхній взаємодії, у вербальному і невербальному контексті розмови, оскільки в ході розмови учасники можуть більшою чи меншою мірою залучатися до обговорення, змінювати свої думки і навіть переконувати інших.

Особливості прояву різних типів реалізації почуття власності в варіативних соціальних практиках залежно від різних ознак (наприклад, віку, статі, суб'єктивного фінансового стану, рівня психологічного тяжіння до бідності чи рівня індивідуалізму-колективізму) можна простежити, використовуючи *порівняльний метод*. За одиниці порівняльного аналізу правлять змістові характеристики типів реалізації почуття власності в соціальних практиках в розрізі вікових і статевих відмінностей тощо. Використання порівняльного методу дало нам змогу проаналізувати ефективність запропонованої тренінгової програми результати, зафіксувавши і порівнявши результати до і після проведення тренінгу.

Для визначення типів реалізації почуття власності в соціальних практиках, а також семантичної структури репрезента-

соціальних практик у кожній запропонованій сфері життєдіяльності особи. Утворений перелік на наступному етапі пропонувався для експертного опитування (додаток Г).

Експертне опитування. Наступний етап дослідження полягав у визначенні найбільш відповідних соціальних практик володіння у кожній зі сфер. Визначені під час фокус-груп соціальні практики володіння було згруповано і запропоновано 10 експертам для оцінки на відповідність визначенню соціальних практик. Експертами виступили психологи-науковці, які займаються вивченням соціальних практик. Оцінка ступеня узгодженості думок експертів визначалася за допомогою коефіцієнта конкордації.

Експертам необхідно було прорангувати кожну із запропонованих соціальних дій, пов'язаних із проявом почуття власності у різних сферах відповідно до критеріїв визначення саме соціальних практик. Рангова оцінка зводиться до визначення вагомості (значимості) кожного показника рангом. Найбільш важливий показник позначають рангом R = l, а найменш значимим рангом R = n, де n — кількість запропонованих показників. Чим ближче значення коефіцієнта конкордації W до 1, тим краще погодженість думок експертів, а значення менше за 0,5–0,7 є незадовільними. Значущість коефіцієнта конкордації визначається за критерієм χ^2 Пірсона.

Наведемо напрацьований у фокус-групах перелік соціальних практик, в яких реалізовується почуття власності у різних вимірах психологічного простору особистості.

Тілесність:

1. Догляд себе і свого тіла.
2. Заняття спортом, фізичні вправи, тренування.
3. Дотримання здорового способу життя.
4. Носіння комфортного одягу.

Територіальність:

1. Прибирання.
2. Декорування, ремонт.
3. Персоналізація і маркування своєї території.
4. Захист, обмеження своєї території (закриті двері, замки).

Фінансова сфера:

1. Робити заощадження.
2. Приховувати свій прибуток від інших.

РОЗДІЛ 4
ПСИХОЛОГІЧНИЙ ЗМІСТ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ В СОЦІАЛЬНИХ ПРАКТИКАХ

4.1. Соціальні практики, в яких реалізовується почуття власності

Для верифікації найбільш типових соціальних практик, в яких реалізовується почуття власності, було проведено 10 фокус-груп, до яких було залучено 108 учасників. Це були студенти-психологи, які здобувають ступінь бакалавра (IV курс) та ступінь магістра. У кожній групі працювало 10–11 учасників. Їм пропонувалося виокремити найбільш поширені і типові соціальні практики володіння у відповідній сфері та обговорити особливості їхнього прояву. Кожна фокус-група працювала над окремим виміром психологічного простору особистості, в якому можлива реалізація почуття власності.

Оскільки учасниками фокус-груп були, так би мовити, пересічні громадяни, які не є фахівцями з теорії соціальних практик чи економічної психології, їм давалася пояснювальна частина, що таке соціальні практики, які їхні виразні особливості, що таке почуття власності і соціальні практики володіння. Наводилися приклади, в яких сферах може реалізовуватися почуття власності. Далі в ході обговорення учасники визначали найбільш типові соціальні практики володіння у відповідній сфері. Обґрунтовували, як ми відчуваємо втрату і що може посилювати переживання почуття власності в даній сфері. Учасникам важливо було розуміти, що соціальна практика — це лише елемент, частина серед усього різноманіття дій, які може здійснювати особа. І варто відрізняти її від вчинку, дії, правила, ритуалу за певними ознаками. Оскільки соціальні практики є фоновими і рутинними, їх важко відрефлексувати і відчути, то для ефективної роботи у фокус-групі було застосовано техніки відсторонення, опису та інтерпретації (Волков & Хархордин, 2008, с. 24–25). У результаті роботи кожної фокус-групи було створено і обґрунтовано перелік із 4–6

цій власності і грошей у свідомості українців було використано *метод факторного аналізу*. Суть цього методу полягає в тому, щоб перетворити матрицю ознак на матрицю з меншою кількістю змінних, що майже повністю зберігає ту саму інформацію, що й вихідна матриця. Крім того, факторний аналіз дає змогу виявити не лише кореляції між змінними та латентні фактори, а й ті компоненти, що пояснюють більшу дисперсію (Митина & Михайловская, 2001). Реалізація цього методу дає можливість визначити конструкти, які є найбільш статистично незалежними і, перетинаючись, утворюють психосемантичний простір типів реалізації почуття власності в різних соціальних практиках.

Застосування *кореляційного аналізу* дало змогу визначити особливості прояву різних типів реалізації почуття власності в соціальних практиках залежно від різних ознак: рівня значущості, актуальності, частоти прояву ситуації, персональної готовності контролювати, захищати об'єкт власності, інвестувати свої ресурси в нього тощо. Використання цього методу дало можливість не лише визначити форми зв'язку, а й виміряти силу цього зв'язку, що відображається в коефіцієнтах кореляції, і виявити вплив факторів на результативну ознаку.

Створений комплекс методів емпіричного дослідження психології реалізації почуття власності особи в соціальних практиках спирається на використання різних методів збору інформації, що сприяло конструюванню комплексного бачення феномену почуття власності, особливостей його реалізації в соціальних практиках та досягненню валідності результатів дослідження.

Поетапне слідування розробленій дослідницькій стратегії та використання описаних методів дає змогу комплексно і різнобічно дослідити почуття власності як соціально-психологічний феномен та особливості його реалізації в соціальних практиках. Вибір використаних кількісних і якісних методів змішаного дослідження є обґрунтованим і розкриває можливості узагальнення даних за допомогою допоміжної стратегії тріангуляції. Запропонована модель дослідження може бути реплікована, а також доповнена у подальших наукових розвідках залежно від завдань та умов дослідження.

3.2. Соціальні репрезентації власності і грошей у свідомості українців

Трансформація системи соціально-економічних відносин зумовлює зміну ціннісних орієнтацій особи, зокрема у ставленні до власності й грошей, у відносинах власності та спонукає формування нового типу мислення. Такі зміни можуть відображатися і в уявленнях людей про власність, об'єкти володіння, мотивацію привласнення і гроші. Так, соціальні репрезентації, за Московічі С. (1999), — це своєрідна форма повсякденного пізнання реальності, а особистість проявляє свою суб'єктність у такому пізнанні. За допомогою репрезентацій вона не просто відтворює, а наче наново творить об'єкти, інших людей та відповідні події навколишньої дійсності. Важливо, що соціальні репрезентації відображають не тільки саме поняття, а й цінності, що стоять за ним. Як наголошували Біган Дж. і Браун Е., асоціації дають змогу психологічно обґрунтовувати власність і надають їй специфічного психосемантичного наповнення (Beggan & Brown, 1994). Образи, уявлення функціонуючи в свідомості спонукають появу чи розвиток почуття власності (Kamleitner & Feuchtl, 2015).

Для вивчення соціальних репрезентацій власності та психологічного змісту того, що означає володіти, ми скористалися методологією асоціативного експерименту. Отримані дані дають змогу відтворити властивості центрального досліджуваного об'єкта (у нашому випадку власності і грошей) на рівні конкретних понять, що тісно взаємопов'язані з символічною активністю суб'єкта у соціальному полі. Як зазначають дослідники, у такий спосіб відтворюється буденне мислення, що сформувалося через засвоєння, інтеріоризацію практичного соціального досвіду навколишнього середовища. Тобто за допомогою соціальних репрезентацій відбувається перетворення отриманих уявлень і знань на щось буденне, конвенційне, типове. Вони одночасно є і результатом, і основою комунікації, зумовлюючи соціальну взаємодію і формування групової ідентичності, саме наділяючи дію соціально-психологічним змістом чи увиразнюючи його.

Для визначення соціальних репрезентацій власності в свідомості сучасних українців було проведено *асоціативний експе-*

обрано асоціативний експеримент, семантичний диференціал, експертне опитування, фокус-група, опитування та контент-аналіз.

Для визначення соціальних репрезентацій власності та грошей в уявленнях українців, змістової сутності поняття володіння і функцій, які воно виконує в життєдіяльності людини, мотивації психологічного привласнення було застосовано опитування, асоціативний експеримент та семантичний диференціал, а дані опрацьовано за допомогою контент-аналізу та методів математичної статистики. Визначено, що оснвними категоріями, що найбільшою мірою презентують поняття власність уявленнях українців є нерухомість, гроші, транспорт, земельна ділянка тощо. Серед «мого» найчастіше позначають об'єкти інтелектуальної власності, почуття, ідеї, а також тіло. До «нашого» частіше відносять країну і пов'язані з нею атрибути державності, інших людей та нерухомість. Основні ознаки, якими можна описати власність: позитивна бажаність, престижна корисність, впливовість, інноваційна динамічність, марнотратне споживання, легкість гедонізму, принади, впорядкована заощадливість.

Для визначення основних мотивів психологічного привласнення було проведено асоціативний експеримент, за результатами якого було визначено основні мотиви психологічного привласнення різних типів об'єктів: матеріальних, нематеріальних та абстрактних. Особливе значення для всіх груп опитаних мали три виміри: вплив та контроль над об'єктом власності; право самостійного, унікального користування та недоступність для інших. Для абстрактних та нематеріальних об'єктів власності більш вираженими є мотиви самопрезентації. Серед чоловіків домінує прагнення володіти об'єктами, що забезпечують вищий рівень ефективності, контролю та можливості розпоряджатися. Для жінок більш характерним і важливим є унікальність володіння і символічність предметів, які сприяють їх самовираженню. За віком суттєвих відмінностей не було виявлено.

Обґрунтовано соціокультурну зумовленість формування, реалізації та трансформації почуття власності в соціальних практиках. Визначено, що психологічні, демографічні, соціокультурні, ситуативні та об'єктні чинники реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Як бачимо, серед чоловіків домінує прагнення володіти об'єктами, що забезпечують вищий рівень ефективності, контролю та можливості розпоряджатися. Для жінок більш характерним і важливим є унікальність володіння і символічність предметів, які сприяють їх самовираженню. Цікавим виявився факт того, що відповідальність, а скоріше прагнення до відповідальності у чоловіків виявився на останньому місці. Припускаємо, що такий розподіл пов'язаний з надмірним соціальним тиском щодо відповідальної позиції чоловіків. Тож, це є свого роду уникненням відповідальності. Хоча, безумовно, цей факт потребує подальшого вивчення. Найменшою мірою опитувані орієнтуються на досяжність/недосяжність бажаного об'єкту власності.

Тож, представлені результати дослідження мотивації володіння з увиразненням відмінностей щодо різних типів власності та залежно від статі опитуваних. Суттєвих відмінностей за віком не було виявлено. Особливе значення для всіх груп опитаних мали три виміри: (а) вплив та контроль над об'єктом власності, (б) право самостійного, унікального користування та (в) недоступність для інших. Для абстрактних та нематеріальних об'єктів власності більш вираженими є мотиви самопрезентації. Серед чоловіків домінує прагнення володіти об'єктами, що забезпечують вищий рівень ефективності, контролю та можливості розпоряджатися. Для жінок більш характерним і важливим є унікальність володіння і символічність предметів, які сприяють їх самовираженню. Отримані результати закладуть основу для подальших наукових розвідок в цьому напрямі.

Висновки до третього розділу

Методологічна складність досліджуваного феномену почуття власності та особливості його реалізації в соціальних практиках, а також брак відповідного валідизованого інструментарію зумовила необхідність проектування авторського дизайну дослідження та розробки відповідного комплексу методів і методик. Дизайн дослідження передбачав поєднання кількісних і якісних методів дослідження, що дозволило комплексно і більш глибоко вивчити психологічну суть явища. За основні методи дослідження було

римент серед 150 осіб віком 18–76 років. Основні питання, які пропонувалися опитуваним: 1) «Назвіть 10–20 слів або словосполучень, які у вас асоціюються зі словом «власність»; 2) «Назвіть кілька прикладів того, що ви можете назвати своїм: Моє (мій, моя, мої)»; 3) «Назвіть кілька прикладів того, що ви можете назвати своїм: Наше (наш, наша, наші)»; 4) «Що для вас означає володіти чимось? З чого складається ваше почуття власності?»; 5) «Як ви відчуваєте, що щось належить саме вам?»; 6) «Як ви відчуваєте різницю між тим, що належить виключно Вам (позначено словами «мій», «моя», «моє», «мої») і те, що належить ще комусь (позначено словами «наш», «наша», «наше», «наші»)?»; 7) «Наведіть приклади, коли ви фактично не володієте чимось, але до чого маєте певне почуття власності»; 8) «Назвіть приклади, коли ви фактично володієте чимось, але маєте слабке почуття власності до цих об'єктів»; 9) «Що дає людині відчуття своєї власності». Отримані дані аналізувалися з урахуванням віку, статі та місця проживання (сільська, міська місцевість) респондентів.

Використання таких відкритих питань дало нам змогу окреслити проблемне поле розуміння і соціальних репрезентацій українців щодо поняття «власність» та «володіти» та окреслити основні мотиви психологічного привласнення чи володіння, а також функції, які виконує почуття власності в соціальних практиках.

Респондентам було запропоновано дати по п'ять-десять асоціацій на слово-стимул, у результаті чого було отримано 2045 слів і словосполучень. Потім цю сукупність індивідуальних асоціацій було об'єднано у тематичні групи шляхом виділення семантичної домінанти. Далі наведені групи у порядку спадання значення: «Нерухомість: дім, квартира, гараж, дача)» (313), «гроші» (123), «приватне майно» (120), «автомобіль, транспорт» (100), «земельна ділянка» (83), «речі» (78), «цінні папери» (53), «володіти» (53), «рух» (49), «закон, право» (55), «територія» (43), «власник» (38), «спадщина» (38), «капітал, рахунок» (31), «бізнес» (31), «господарство» (25), «сім'я, члени родини» (24), «природні ресурси» (15), «думки» (14), «ресурс» (14), «залежність» (14), «виробництво, завод, фабрика» (13), «купувати» (13), «країна, держава» (12), «відповідальність» (12),

«приватність» (12), «одяг» (12), «прибуток, заробіток» (11), «сила, влада» (11), «меблі» (10), «коштовне» (10).

Також респондентів опитали, що вони можуть позначити словом *«моє»*. Найчастіше під цю категорію потрапляє інтелектуальна власність, почуття, ідеї (307), власне тіло, частини тіла (253), далі зі значним відривом іде техніка і засоби пересування (91), діяльність: робота, навчання (77), нерухомість (71), життя у минулому (як досвід) і майбутньому (як плани і перспективи) (51), предмети гардеробу, аксесуари (47), майно узагальнено (45), країна та пов'язані з нею об'єкти і маркери (34), гроші (23), тварини (20), ідентифікатори особистості (18), книги, канцтовари (16), великогабаритне майно (9), їжа (3) тощо. При цьому цікаво відзначити, що з віком (після 45 років) на перше місце у позначенні «свого» виходить тіло на противагу інтелектуальній власності і почуттям як у чоловіків, так і у жінок. Лише у жінок ця заміна відбувається раніше, вже після 26 років. Прикметно також, що як для чоловіків, так і для жінок віком до 25 років на третьому місці по вживаності є техніка і засоби пересування. Тоді як старші особи все рідше позначають техінку і власний траспорт як «своє». Такі зміни можуть бути пов'язані з тим, що після 25 років все більше людей створюють сім'ї і, відповідно, і техніка, і засіб пересування потрапляють у категорію спільного користування.

Словом *«наше»* найчастіше позначають країну і пов'язані з нею об'єкти (195), об'єкти інтелектуальної власності, почуття, ідеї (179), інших людей (165), нерухомість (116). Далі зі значним відривом зазначають спільну діяльність (43), життя у минулому (як досвід) і майбутньому (як плани і перспективи) (34), майно узагальнене (28), техніка та засоби пересування (25), предмети побуту (22), тварини (10) тощо.

«Володіти чимсь» у свідомості українців означає: контролювати, мати право розпоряджатися, мати владу над цим об'єктом (81), самостійно використовувати (53), недоступність для інших (52), мати почуття до чогось/когось (46), умови привласнення (39), мати юридичне право власності (36), відчувати і нести відповідальність (19), мати ресурси (12), об'єкт має бути досяжним (8), задоволення потреб (4). Якщо для чоловіків більш важливим є контроль і самостійне, індивідуальне використання.

чекає, докладає більше зусиль, долає більше бар'єрів, тим сильніше буде відчуття того, що цей об'єкт власності належить саме їй. Меншою мірою опитувані орієнтують на легітимність володіння, тобто визнання іншими права господаря на володіння тим чи іншим предметом та можливості, які потенційно може надавати володіння тим чи іншим предметом. Тобто такий практичний мотив не є достатньо поширеним і вагомим.

Таблиця 3.2

Результати контент аналізу щодо ієрархії мотивів психологічного привласнення

№	Категорія	Об'єкти власності			жінки	чоловіки
		матеріальні	нематеріальні	абстрактні		
1	право контролювати та розпоряджатися	1(162)	4 (163)	4 (156)	4 (244)	1 (209)
2	самостійне використання	2(106)	3 (145)	11(103)	3 (200)	4 (167)
3	недоступність для інших	3(104)	1 (122)	1 (101)	1 (176)	2 (125)
4	відчуття, що щось належить саме тобі	4 (92)	10 (87)	5 (96)	5 (111)	3 (114)
5	умови набуття власності	5 (78)	7 (84)	2 (73)	2 (108)	5(87)
6	легітимне (юридично визнане) право володіння	6 (72)	2 (54)	3 (65)	7 (104)	7 (59)
7	відповідальність	7 (38)	11 (36)	8 (42)	11 (101)	6 (53)
8	ресурси і можливості, які дає об'єкт власності	8 (24)	5 (24)	7 (41)	10 (82)	11 (46)
9	досяжність	9 (16)	6 (11)	10 (13)	8 (63)	10 (26)
10	задоволення потреб	10 (8)	8 (9)	6 (8)	6 (38)	8 (12)
11	засіб самопрезентації та самовираження	11 (8)	9 (7)	9 (5)	9 (22)	9 (6)
	Всього	*708*	*742*	*703*	*1249*	*904*

Примітка: ** У дужках вказана кількість згадувань категорії*

включав два етапи: (а) визначення конкретних категорій для кодування висловлювань суб'єктів та (б) кодування кожного висловлювання в кожному інтерв'ю як щодо питання (або теми), так і категорії. Розрахунок надійності був відсотком узгоджених категорій, поділеним на загальну кількість кодів (погоджується плюс не погоджується). Метою цього дослідження було означити різні виміри володіння, кожен з яких потім буде розглянутий більш детально при подальших дослідженнях.

Так, загалом було визначено 708 дескрипторів для матеріальних об'єктів власності, 742 — для нематеріальних і 703 — для абстрактних. Усі вони об'єдналися у 11 категорій, що виявилися спільними для всіх трьох типів об'єктів володіння та описують мотивацію психологічного привласнення матеріальних об'єктів власності. Дані представлені у таблиці 3.2.

Як бачимо, одним із домінуючих є мотив контролювати і розпоряджатися, особливо щодо матеріальних об'єктів власності. Чим більше ми відчуваємо контроль і вплив на об'єкт, тим більше ми володіємо цим об'єктом і тим більше він стає частиною розширеного Я. Досягнення позитивних результатів щодо контролю над об'єктом власності сприяє появі задоволенню особи собою і своїми діями. Такий контроль досягається у тому числі завдяки обмеженню доступу інших до користування об'єктом власності чи принаймні керуванню цим доступом. Володіння об'єктами, які для інших теж здаються символічно цінними та привабливими, є вагомим інструментом здійснення контролю над іншими. У такий спосіб реалізується владна функція власності, а також реалізація символічної взаємодії між особистісною ідентичністю та соціальним оточенням. Завдяки і через власність відбувається ідентифікація людей з іншими, собі подібними, оскільки об'єкти власності стають символічним продовженням власного «Я» особи. Згідно теорії символічного інтеракціонізму, об'єкти — як символи — несуть значення, надані їм суспільством. У той самий час кожна окрема людина усвідомлює соціальні значення своєї психологічної власності і, таким чином, додає їй значення і розширює свою особистість.

Також важливим мотивом психологічного привласнення є умови, в яких таке привласнення відбулося. Тобто чим складніше, важче, довше особа йде до привласнення об'єкту, довше

То для жінок на першому місці є недоступність такого об'єкту для інших, його унікальність, можливість контролювати і мати почуття, емоційну прихильність до об'єкту власності.

Наступним етапом для визначення соціальних репрезентацій українців щодо власності було проведено семантичний диференціал серед 240 осіб, віком від 16 до 75 років, середній вік яких 35 років. 52,3% чоловіків і 47,7% жінок. Також респондентам було запропоновано питальник «Психологічне тяжіння до бідності» (Васютинський В., 2013) для визначення особливостей соціальних репрезентацій сучасних українців залежно від рівня психологічного тяжіння до бідності.

Семантичний диференціал активно застосовується для оцінки ставлення респондентів до грошей, до свого матеріального статусу, до поняття «бідність» / «багатство» (Губеладзе, 2016 б; Дейнека, 2000; Панга, 2012). Ніколенко Ю. з використанням досліджень форми грошей у студентів скористався модифікованими трьома факторними семантичними диференціалами Ч. Осгуда (Николенко, 2007).

Семантичний диференціал налічував 80 біполярних ознак, що можуть описувати власність. Факторизація даних проводилася з нормалізацією Кайзера та Варімакс-обертанням. Утворилося 8 факторів, що описують 50,6% сумарної дисперсії (КМО = ,881, Бартлета = ,000).

Фактор 1 *«позитивна бажаність»* (15,6%): чиста — брудна (,740), позитивна — негативна (,695), світла — темна (, 688), рідна — чужа (,671), приємна — огидна (,656), добра — зла, жорстока (,649), красива — потворн (,619), справедлива — несправедлива (,597), комфортна — некомфортна (,596), правдива — неправдива (, 595), хороша — погана (,586), радісна — сумна (,571), улюблена — ненависна (,567), безпечна — загрозлива (, 564), терпима — нетерпима (,563), бажана — небажана (,557), темна — світла (–, 552), корисна — шкідлива (,538), викликає радість — сум (,536), красива — потворна (,518), захоплива — нудна (,516), надійна — ризикована (,510), дає свободу — веде до залежності (, 510).

Фактор 2 *«престижна корисність, впливовість»* (13,4%) утворився з індикаторів престижна — непрестижна (,696), перспективна — безперспективна (,687), зростаюча — та, що

зменшується (,674), матеріальна — нематеріальна (,641), значна — незначна (,625), впливова — невпливова (,611), велика — мала (,609), прибуткова — збиткова (,578), хороша — погана (,554), приватна — державна (,550), контроль — безконтрольність (,547), своя — чужа (,538), індивідуальна — колективна (,528), влада — безвладність (,521), має майбутнє — без майбутнього (,515), практична — непрактична (,512), активна — пасивна (,486), дорога — дешева (,474). Важлива — неважлива (,462), сприяє розвитку — веде до застою (,458), вдала — невдала (,449).

Фактор 3 *«інноваційна динамічність»* (4,96%): новаторська — консервативна (,578), демократична — авторитарна (,560), динамічна — статична (,547), гаряча — холодна (,544).

Фактор 4 *«конфліктне, марнотратне споживання»* (3,85%): ізольована — відкрита (,694), конфлікт — порозуміння (,594), залежна — незалежна (,591), для споживання — для накопичення (,501), марнотратна — заощадлива (,486).

Фактор 5 «*легкість гедонізму*» (3,54%): добра — жорстока (,627), чоловіча — жіноча (,603), розваги — праця (–,592), легка — важка (–,422).

Фактор 6 «*принади*» (3,48%): вдала — невдала (,596), слабка — сильна (–,591), розумна — дурна (,514), красива — потворна (,445), дорога — дешева (,419).

Фактор 7 «*впорядкована заощадливість*» (3,26%): хаотична — впорядкована (–,627), марнотратна — заощадлива (–,441), повільна — швидка (,414).

Фактор 8 «*інноваційна динамічність*» (2,6%): звичайно — незвичайна (–,559), активна — пасивна (,464), нова — стара (,380).

Далі ми порівняли проявтих чи тих однак залежно від рівня психологічного тяжіння до бідності, який вимірювався за допомогою Питальника «Психологічне тяжіння до бідності» (Васютинський, 2013).

Так було з'ясовано, що статистично значуща відмінність в уявленнях про власність між так званими «бідними» (що психологічно тяжіють до бідності) і «небідними» є за такими ознаками: добра — зла (p=0,002), стійка — гнучка (p=0,025), сильна — слабка (p=0,000), дорога — дешева (p=0,002), жива —

Ми припустили, що мотиви психологічного привласнення щодо різних типів об'єктів власності (матеріальні, нематеріальні, абстрактні) має різну пріоритетність та ієрархію. Існує відмінність між мотивацією чоловіків та жінок до психологічного привласнення.

Для визначення основних мотивів психологічного привласнення було проведено асоціативний експеримент. Було опитано 150 осіб віком від 18 до 72 років. 58% жінок і 42 % чоловіків. У межах доволі широкого опитування респондентам з поміж інших питань ставилися питання щодо визначення володіння та мотивації особистого володіння. Вони були сформульовані як загальні: «Назвіть 10–20 слів або словосполучень, які у вас асоціюються зі словом «власність»; «Назвіть кілька прикладів того, що ви можете назвати своїм: Моє (мій, моя, мої)»; «Назвіть кілька прикладів того, що ви можете назвати своїм: Наше (наш, наша, наші)»; «Що для вас означає володіти чимось? З чого складається ваше почуття власності?»; «Як ви відчуваєте, що щось належить саме вам?»; «Як ви відчуваєте різницю між тим, що належить виключно Вам (позначено словами «мій», «моя», «моє», «мої») і те, що належить ще комусь (позначено словами «наш», «наша», «наше», «наші»)?»; «Що дає людині відчуття своєї власності?», «Чому людина прагне володіти чимось чи відчувати почуття власності?». Важливо відмітити що ми не обмежували респондентів тільки щодо володіння матеріальними речами, вони були вільні своєму виборі та асоціаціях. Отримані дані аналізувалися з урахуванням віку, статі та місця проживання (сільська, міська місцевість) респондентів.

Однорідність демографічних даних учасників дослідження сприяла внутрішній обґрунтованості дослідження та дала змогу припустити, що результати швидше залежать від самого почуття власності, ніж від статі чи віку респондентів.

Використання таких відкритих питань дало нам змогу окреслити проблемне поле розуміння і соціальних репрезентацій українців щодо поняття «власність» та «володіти», результати якого наведено в підрозділі 3.2, та окреслити основні мотиви психологічного привласнення чи володіння.

Для аналізу отриманих даних нами було застосовано процедуру контент-аналізу даних. Застосований аналіз змісту

визначає, яким чином ми поводимося та взаємодіємо із соціальним світом та предметами навколо нас. Проте у сучасному цифровому світі, все поширенішими стають віртуальні об'єкти власності, створені одним користувачем у соціальному місці, доступні для перегляду, взаємодії та видозміни іншими учасниками. І це, на думку може кинути виклик традиційному розумінню психологічної власності, а відтак і мотивації привласнення. Зокрема дослідження Poretski L., Arazy O., Lanin J. & Nov O. (2021) показують особливості прояву почуття власності в умовах спільної доповненої реальності, зокрема прояв віртуальних об'єктів володіння щодо фізичного об'єкта.

Самоінвестування ресурсів і сил в об'єкт власності є ще одним шляхом формування і посилення психологічної власності. Це передбачає, що об'єкт власності наче породжується із самої особи, спираючись на особисті інвестиції власного часу, енергії, уяви тощо. Самоінвестування в об'єкти власності сприяють тому, що «Я» стає єдиним цілим із об'єктом. Така єдність виникає через те, що об'єкт наче виник із самості власника. Вкладання власного «Я» у об'єкт власності розглядається як внесок у дві першопричини, що пов'язані з психологічною власністю, включаючи задоволення потреби в самоідентифікації, тобто об'єкт власності стає вираженням себе і потребою місця, де можна перебувати в міру того, як людина звертається до мети власних інвестицій (Dittmar, 1992; Mead, 1934).

У своєму дослідженні Престон С. та Гельман С. експериментальним шляхом доводять, що активізація мотивів власності породжує відчуття психологічної власності щодо місця та посилення відчуття «мого», що пов'язано з відповідними атрибутами психологічної власності (Preston & Gelman, 2020).

Як бачимо основні розглянуті роботи, що були присвячені психологічній природі власності носять скоріше міркувальний, а не емпіричний характер. У зв'язку з браком емпіричних досліджень в цьому напрямі перед нами постало завдання предметніше дослідити саме явище почуття власності, особливості реалізації в соціальних практиках та мотивації психологічного привласнення. Зокрема ми зосередилися на визначенні відмінностей у мотивації прояву почуття власності щодо матеріальних, нематеріальних та абстрактних об'єктів власності.

нежива (p=0,001), терпима — нетерпима (p=0,025), розумна — дурна (p=0,000), приємна — огидна (p=0,002), стабільна — нестабільна (p=0,025), захоплива — нудна (p=0,05), звичайна — незвичайна (p=0,038), повільна — швидка (p=0,015), досяжна — недосяжна (p=0,002), розваги — праця (p=0,000), динамічна — статична (p=0,002), новаторська — консервативна (p=0,025), дає свободу — веде до залежності (p=0,05), має майбутнє — немає майбутнього (p=0,016), демократична — авторитарна (p=0,002), зростаюча — та, що знижується (p=0,015). Дані наведено у додатку В.

Психологічне ставлення до грошей — це емоційно забарвлені уявлення та оцінки об'єктів, явищ та подій, пов'язаних з монетарним регулюванням життя суспільства, групи або особистості.

Суб'єктами ставлення до грошей можуть бути як особистість, так і соціальна спільнота (індивідуальний або груповий суб'єкти). Об'єктами монетарного ставлення є зовнішні умови монетарної діяльності, представники різних соціальних груп, з якими вони пов'язані партнерськими або іншими формами взаємодії, характеристики монетарної діяльності її суб'єктів. За валентністю образ грошей може бути позитивним, негативним або нейтральним. Є визначення образу грошей та особливостей ставлення сучасної української молоді до грошей як компоненту психологічної власності. Гроші можуть розглядатися як одна з форм власності, тобто те, чим я володію. А з іншого боку як інструмент збільшення, накопичення, примноження власності, тобто те, на що можна щось купити. У зв'язку з цим збільшуються, посилюється смислове навантаження на поняття «гроші».

Одним з компонентів бідності як стилю життя, що визначає фінансову успішність чи неуспішність особи, є економічна свідомість, яка, на думку Корокошка І. (2011), окрім інших фінансових постав також включає уявлення про гроші і ставлення до них.

Для визначення особистісного смислу та особливостей функціонування категорії «гроші» в індивідуальній та колективній свідомості молоді було проведено *асоціативний експеримент* на слова «Гроші». Було опитано 50 студентів НПУ імені М. П. Драгоманова: 25 сільського і 25 міського походження. Респондентам було запропоновано дати по п'ять асоціацій на слово-стимул,

у результаті чого було отримано 311 слів і словосполучень. Потім цю сукупність індивідуальних асоціацій було об'єднано у тематичні групи шляхом виділення семантичної домінанти.

У результаті такого групування було виділено 13 тем, які подано у порядку зниження їхньої частотності: можливості витрат (57 категорій), фінансово-банківські послуги, атрибути, поняття (42), можливості, які надаються грошима (37), назви грошей, синоніми (35), джерела прибутку (33), матеріальні цінності, власність (22), синонім багатства (22), емоції (19), емоційне забарвлення (15), соціальний капітал і зв'язки (9), сенс життя (6), особистісні риси (4), різне (4).

Найуживаніша категорія *«Можливості витрат»* представлена такими підгрупами асоціацій: гедоністичні витрати (відпочинок, вечірки, розваги, казино, курорт, подорожі, алкоголь, цигарки, секс, наркотики), харчування (ресторан, їжа, МакДональдс), покупки (покупки, рахунок, чек, магазин, аукціон), оплата за навчання (автошкола, навчання, екзамен), оплата житла (проживання, оренда, квартира), а також окремі категорії: благодійність, лікарня, хабар, косметика тощо.

Далі за частотою згадування йдуть *«Фінансово-банківські послуги, атрибути, поняття»* (банк, гаманець, кишеня, сумка, кредит і кредитна картка, банкомат, позика, каса і касир, обмінник, інфляція, відсоток, біржа, сейф, ставка, ціни, борги, контролер, бюджет, податок, криза, депозит).

Третя категорія — *«Можливості, які можна отримати при наявності грошей»* — представлена наступними словами-асоціаціями: можливості, влада, вплив, бізнес, міць, сила, слава, популярність, вседозволеність, свобода, незалежність, розкіш, самореалізація, розвиток, кар'єра, користь.

Наступна категорія *«Назви грошей, синоніми до слова «гроші»* представлена кількома підгрупами: назви валют (гривні, євро, долари,), синоніми до слова «гроші» (монети, валюта, зелені, метал, капуста, мані, купюри, готівка), певна сума грошей (мільйон, чірік, червонець, тугрик).

П'ята категорія — це *«Джерела прибутку»*, яку теж можна умовно поділити на дві підгрупи: пасивні джерела (19), які передбачають екстернальну позицію людини щодо отримання грошей (допомога, казино, рулетка, покер, лотерея, джек-пот,

ся об'єктам власності, значною мірою визначаються тим, що ми можемо з ними робити. Отже, основним мотивом психологічного володіння є ефективність, що забезпечується привласненими об'єктами, і вплив контролю, який у такий спосіб досягається. Об'єкти власності і соціальне визнання іншими права особи володіти ними дають змогу людині конструювати своє оточення та задовольнити свої внутрішні потреби в успіху.

Власність допомагає нам об'єктивно презентувати, хто ми є, що робимо і що можемо зробити, тобто наші соціальні ролі. Об'єкти, якими ми володіємо та демонструємо, несуть сліди наших цінностей, ставлень, соціальної прихильності та досягнень. Це пов'язано з глибокими, унікальними, ціннісними знаннями про об'єкти власності, які наближають людину до об'єкта та змушують його інтегруватися із собою. Взаємозв'язок між собою та об'єктом інтенсифікується через наближення та пізнання, а відчуття володіння кристалізується, стає більш зрозумілим і відчутним (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). Особа має сильніше почуття власності щодо об'єктів, які дісталися їй великими зусиллями, над якими вона довго думала, працювала і довше чекала.

Почуття власності також зумовлюється мотивом володіння територією чи реальним або символічним простором, що походить від інстинктивної потреби людини знаходитись у знайомому, керованому та безпечному місці. Людині важко, а часто і зовсім неможливо реалізовуватись і висловлювати свої думки в просторі, який їй не належить, або якщо вона не володіє чи не керує ним повністю. Мотив мати місце стосується не лише території, а й інших об'єктів. «Душа знаходить затишок серед предметів, якими вона володіє, колись оточена речами душа захищає себе від почуття самотності та загубленості» (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). «Своя територія» — це місце, яке символічно чи доволі реально ізолює і убезпечує від невідомого, яке показує межі свободи і незалежності, захищеність та зрозумілість простору (Пайпс, 2008; Луценко & Хазратова, 2011).

Завдяки посиленню почуття власності підвищується відчуття відповідальності, турботи про об'єкт власності, управління, сприйняття індивідуальних ризиків, самопожертва, стійкість до змін, ентузіазм до змін, мотивація та громадянськість (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). Психологічна власність

свідомість і загальну готовність населення країни до розвитку ринкових відносин на основі власності, має значний вплив загалом на формування і реалізацію почуття власності щодо різних об'єктів власності у різних соціальних практиках. Так, Карнишев А., Бурменко Т. та Іванова О. емпіричним шляхом визначили чотири типи мотивів фактичного привласнення, де мова йде переважно про матеріальні чи принаймні відчутні об'єкти власності: *мотиви «потреби»*, тобто потрібна допомога, запорука спокійного і небідного життя, а особливо старості; *прагматичні мотиви*, тобто власність дозволяє витрачати стільки захочеш, купувати те, що захочеш; *підприємницькі мотиви* пов'язані з тим, що власність є джерелом прибутку, вона працює і приносить користь іншим та дає змогу впливати на політику влади та *мотиви незалежності та самоствердження*, тобто власність дає змогу людям бути вільними, підтримує статус людини і підвищує відчуття власної значущості (Карнышев, Бурменко & Иванова, 2006, с. 39–40).

Як спільна когнітивна модель, психологічна власність охоплює вірування особи та спільноти і може існувати на індивідуальному або груповому рівні. Певні об'єкти власності не мають значення лише для певної окремо взятої людини, оскільки сама людина є членом спільноти. Завдяки цьому членству формуються відносини між людиною та предметами, які вона створює із зусиллям та володіє ними. Почуття власності людини щодо певних об'єктів насправді виникає і розвивається із взаємодії з іншими (авторитет, солідарність, обмін, заздрощі, жадібність, соціальні очікування, суперництво тощо). Навіть об'єкт приватної власності (бізнес, земля тощо) стає соціально значущим, коли він є частиною взаємодії між людьми. Власність інституціоналізує відносини суспільства з певним об'єктом (наприклад, робить його інструментом обміну чи дарування, робить його об'єктом індивідуальної, спільної чи колективної власності).

Мотивація контролю і зміни речей, що оточують людей, є одним з домінуючих у сучасному світі мотивів. Влада, контроль і вплив пов'язані з інструментальною функцією власності (Jussila, Tarkiainen, Sarstedt & Hair, 2015; Karahanna, Xin Xu & Zhang, 2015; Pierce, Kostova & Dirks, 2002; Peck & Shu, 2018; Gardner, Pierce & Peng, 2020). Цінність і значення, що надають-

позика, удача, спадок, спонсор, станок, чоловік) та активні джерела прибутку (16), або інтернальність людини щодо зароблянння грошей (бізнес, стипендія, зарплата, робота, кар'єра). Ще одна часто вживана категорія *«Матеріальні цінності, власність»* об'єднує такі асоціації: авто, одяг, дім, коштовний годинник, коштовності. Далі найчастіше зустрічалися *«Синоніми багатства»*: достаток, багатство, забезпеченість, прибуток, розкіш, добробут. Наступна категорія відображає *емоційні переживання* людини щодо грошей: позитивні емоції (щастя, радість, кайф, безтурботність, свобода, мрія, хороше) та негативні (нещастя, знецінення, злість). До категорії *«Емоційне забарвлення»* увійшли як позитивні (краса, удача, мрія, самореалізація), так і негативні ознаки (ілюзія, продажність, пафос, проблеми, обман, рабство, знецінення, зло). Десята категорія *«Соціальний капітал і зв'язки»* представлена такими асоціаціями: сім'я, друзі, кохання, зв'язки, шлюб. Наступна категорія *«Спосіб життя»* увібрала такі ознаки: стиль, ціль, життя, правила. Серед *«Особистісних рис»*, з якими асоціюються гроші, респонденти виділили наполегливість, незалежність, продажництво і жадібність. Також було визначено кілька асоціацій, що не увійшли до жодної з категорій (телевізійна програма «Гроші», натовп, пахнуть, мало).

Як видно серед означених груп найчастіше вживаними є ті, що пов'язані з витратами, а не із зароблянням грошей. До того ж витрати часто є не життєво необхідними, а спрямовані на задоволення гедоністичних потреб. При аналізі джерел прибутку, що їх згадують студенти у своїх відповідях, очевидно домінують пасивно-екстернальні джерела над активно-інтернальними. До того ж вони переважають не лише за частотою згадування, але й мають ширшу варіацію. Тобто респонденти пропонують значно більше варіацій, як можна отримати гроші ззовні, не заробляючи їх, а маючи альтернативні джерела прибутку, ніж варіанти, як їх можна заробити.

Доволі велика група «фінансово-банківських понять» вказує на певний рівень обізнаності сучасної молоді з банківських питань і їхню економічну грамотність.

Аналіз отриманих даних показав, що домінують асоціації, які мають позитивну валентність. Таких виявилося 54,3%

(169 з 311 ознак), наприклад, щастя, слава, можливості, мрія тощо, а негативних — лише 13,5% (42 ознаки): зло, продажництво, обман, хабар тощо. Усі інші мають нейтральне емоційне забарвлення (наприклад, монети, банк, каса, цифри тощо). Це вказує на те, що сучасна українська молодь загалом позитивно сприймає гроші і можливості, які вони відкривають.

У дослідженнях ставлень людей до грошей, їх економічної свідомості широко використовуються психосемантичні методи. Так, вони були реалізовані в роботах Дейнеки О. (2000); Зубіашвілі І. (2008); Капустіна А. (2001); Карамушки Л. та Ходакевич О. (2017); Ніколенко Ю. (2007), Осгуда Ч., Сусі Дж., Таненбаума П. (1972); Семенова М., 2004, Фенько А. (2000 а, б, 2005) з підтримкою дослідження ставлення до грошей загалом. Використання психосемантичних методів дає змогу аналізувати соціальні установи та особистісні значення, а також різні форми функціонування значень в індивідуальному свідомості. Так, Фенько А. (2000 а, 2005) визначає семантичну структуру формування образу грошей у свідомості дітей та дорослих. Дейнека О. (2000) використовувала метод семантичного диференціалу.

Для визначення образу грошей у свідомості сільських і міських мешканців серед 142 студентів НПУ імені М. П. Драгоманова було проведено *семантичний диференціал «Гроші»*. В його основу було покладено модифікований семантичний диференціал, що був розроблений Капустіним А. з метою вивчення ставлення до грошей. Опитувальник включав 49 біполярних характеристик, за якими респонденти мали оцінити «гроші» за кожною парою ознак від 1 до 7 балів відповідно.

В межах ознак, за якими було зафіксовано статистично значущі відмінності між сільським і міським населенням (за U-критерієм Мана-Уітні), було проведено факторний аналіз для визначення основних тенденцій ставлення сучасної молоді до грошей. Так, після Varimax обертання утворилися три значущі фактори, що описують 58,7% дисперсії (КМО = ,775; Бартлетта = ,000). Інтерпретація даних відбувалася з урахуванням середніх значень.

Зміст фактору 1 *«Стабільність, надійність, комфорт» / «довіра — недовіра до грошей»* (вклад у сумарну дисперсію 32,8%)

Разом з тим дискусійним у цьому контексті нам видається теза Маслоу А. (там само) щодо так званої «міри задоволення потреби», згідно якої неможливе задоволення потреби вищого порядку допоки не буде задоволена потреба нижчого порядку. Погодитися з цією тезою можна лише почасти. Ми припускаємо, що відносно почуття власності, більш важливим є загальна цінність власності в суспільстві, актуальний стан переживань людини, ситуація загрози чи спокою щодо володіння об'єктом власності. Як обґрунтовує Климчук В. (2015), мотиваційний дискурс піддається фасилітації з боку іншої особи і відповідним трансформаціям. Більше того він може бути заразливим і передаватися від особи до особи в межах інтергрупової взаємодії.

Низка дослідників психологічної природи власності (Mead, 1934; Furby, 1978; Dittmar, 1992) вказують, що існують три основні мотиви, які лежать в основі психологічного привласнення: 1) досягнення бажаних результатів (ефективність та дієвість); 2) формування і підтримка ідентичності та самовираження; 3) бажання мати свою територію, простір. Однак Pierce, Kostova & Dirks (2002, с. 300) пропонують відійти від ідей попередніх дослідників і обґрунтовують свою систему мотивів психологічного привласнення. Зокрема вони наголошують на ролі контролю, самоінвестиції та отримання унікальної інформації для формування і підтримки почуття власності. Ці чотири мотиви (ефективність, самоідентифікація, територія та стимулювання), як стверджує Пірс Дж., є латентними станами, які можуть актуалізовуватися різною мірою у різних ситуаціях під час взаємодії особи із різними потенційними об'єктами власності. Для актуалізації почуття власності щодо того чи того об'єкту достатньо посилити хоча б один із мотивів (там само, 2002).

Говорячи про мотиви власності варто розрізняти мотиви отримання приватної власності і психологічного привласнення як, насамперед, соціально-психологічного конструкту. З набуттям Україною незалежності все більше говориться про приватну власність її роль в житті як особи, так і держави в цілому. І все більше привертається увага вивченню мотивів отримання приватної власності. Безумовно визнання чи невизнання інституту приватної власності як такої, що характеризує масову

незалежність, прагнення до самоствердження, рівень самооцінки тощо (Карнышев, Бурменко, Иванова, 2006, с. 101). Власність, як стверджують дослідники, — це свобода, що продовжується, точніше це розширення егоїстичної особистості на річ (об'єкт власності), яка не маючи власної гідності є частиною гідності власника. Тож, у стосунках між людьми, оцінюючи гідність іншої людини іноді до його принад зараховують і його власність.

Мотиви психологічного привласнення відіграють велику роль, оскільки вони визначають загальний напрям і енергоємність активності людини. Наскільки активною, продуктивною, результативною, вмотивованою вона буде у своїй діяльності. Мотивація психологічного привласнення впливає на соціально-психологічні механізми формування самооцінки власника через власність (занижена, адекватно низька, адекватно висока, завищена).

Ті нечисленні наукові розвідки, які стосувалися привласнення з психологічної точки (Beaglehole, 2015; Belk, 1988; Bettleheim, 1969; Mead, 1934), як правило, представляли лише спекулятивні дискусії, а не емпіричні дослідження.

Хорошим підґрунтям для пояснення мотивації психологічного привласнення, на нашу думку, є піраміда потреб Маслоу А. (2019), відносно якої добре проілюстровано можливості задоволення людської потреби у власності та самого почуття власності. Так, задоволення потреби у власності є необхідною умовою задоволення насамперед базових потреб (власна територія, їжа), потреби в безпеці (фактичне чи символічне володіння власною територією, яка є запорукою захисту і спокою, різного роду ресурси для захисту (ліки, їжа, зброя, одяг тощо)) і потреба в повазі і прийнятті іншими (самоствердження і прийняття людини в певну спільноту через чи завдяки її власності, які можуть інтерпретуватися суспільством як певний рівень досягнень, гідності, єднання з собі подібними на майновій основі тощо). Також важливим є почуття власності щодо об'єктів, які сприяють самоствердженню особи, її самореалізації. До таких можна віднести як певні «статусні» речі, так і продукти творчості особи, продукти її інтелектуальної власності, а також усе те, що дає змогу особі виразити свою унікальність та індивідуальність.

вказує на те, що міське населення меншою мірою схильне довіряти грошам і тим, хто їх має, порівняно з сільським населенням. Гроші в явленнях мешканців міста є чимось нестабільним, ненадійним, ризикованим, холодним і далеким.

Фактор 2 *«Реальність/ілюзорність»* (14,3%) підкреслює ілюзорність образу грошей в свідомості міських громадян: це скоріше щось невидиме, непевне, розмите. У них немає чіткого розуміння, скільки і де можна заробити грошей, як їх коректно витратити тощо. Натомість для сільського населення гроші є чимось більш чітким, зрозумілим, видимим.

Ознаки, що утворили третій фактор відображають *«емоційне прийняття/неприйняття грошей»* (11,6%). Міське населення порівняно з сільським більшою мірою схильне вважати гроші поганими, немилими, непривабливими, такими, що приносять зло і лихо.

Незважаючи на вищий рівень фінансової обізнаності міського населення, вони більш негативно і скептично ставляться до грошей і можливостей, що вони надають, менше їм довіряють, порівняно із сільським населенням, яке очевидно бачить в грошах можливість вирішення усіх своїх негараздів.

3.3. Мотивація психологічного привласнення

Володіння є частиною нашого щоденного життя, що пронизує усі його сфери і прояви. Питання власності є системотвірним явищем як для економістів, юристів, так і для психологів, насамперед з точки зору її соціально-психологічної природи. У людей виникає і проявляється почуття власності («моє» чи «наше») щодо матеріальних, нематеріальних і навіть абстрактних об'єктів власності. Це зумовлює когнітивну та емоційну прив'язаність між особою та об'єктом власності, що в свою чергу впливає на самосприйняття та поведінку людини. Тож постає питання, чому у людей виникає почуття психологічної власності? Які мотиви задовольняються проявом такого почуття? Які глибинні потреби лежать в основі цього психологічного стану? Що врешті решт спонукає людей до психологічного привласнення?

Досліджуючи питання мотивації психологічного привласнення дослідники по різному інтерпретували це питання. Так, Летурно Ш., Пайпс Р., Сімон Ж., Фрейд З., Фромм Е. розглядали підсвідоме прагнення до привласнення і накопичення як основу появи почуття власності. Дейнека О., Дембицька Н., Кітов А., Корокошко І., Малахов С., Москаленко В., Попов В. вивчали почуття власності в структурі економічної свідомості, а отже основні мотиви, у їхньому розумінні, крилися в економічно ефективній діяльності і вигоді. Близьким до цього є розуміння власності у зв'язку зі ставленням до грошей і уявленнями про них (Дембицька Н., Зубіашвілі І., Лазурський О., Мясищев В., Фенько А., Furby L., Furnham A., Rudmin F.). Описували власність як елемент структури особистості Виготський Л., Джеймс У., Мейлі Р., Олпорт Г., Arazy O., Bokeyar A., Dittmar H., Lanin J., Noguti V., Nov O., Poretski L., пояснюючи прагнення до привласнення як спосіб підтримання своєї самоцінності і презентації себе у соціумі. Також часто мотивацією психологічного володіння є прагнення підвищення ефективності людини в організаційній сфері (Dai X., Gardner D., Hsee Ch., Olkers Ch., Peng H., Pierce J., Shukla A., Singh S.).

Щодо природи появи почуття власності ми поділяємо думку багатьох дослідників, що воно пророджується і розгортається з інстинктивної потреби у власності. Задоволення цієї потреби зумовлює появу почуття власності, що має вагомий вплив на формування особистості і функціонування групової свідомості. Саме через проживання почуття власності особа усвідомлює свою унікальність, виокремлює себе з поміж інших і водночас з'являється відчуття належності до референтної спільноти.

Незважаючи на всепроникність власницької поведінки людини, маловивченим є питання соціально-психологічної природи власності, зокрема реалізації почуття власності. Більше того систематичних досліджень щодо чинників її походження та власне мотивації психологічного привласнення належним чином не проводилося. Певною мірою здійснювалися наукові розвідки щодо психології ставлення до приватної власності (Карышев, Бурменко & Иванова, 2006). Проте сам феномен почуття власності є і досі маловивченим, тим паче чинники та мотиви психологічного привласнення різних об'єктів власності, звідки і чому з'являється це почуття і що воно дає людині. Постає питання про природу та основні мотиви психологічного привласнення або появи почуття власності щодо різних типів об'єктів власності: матеріальних, нематеріальних та абстрактних.

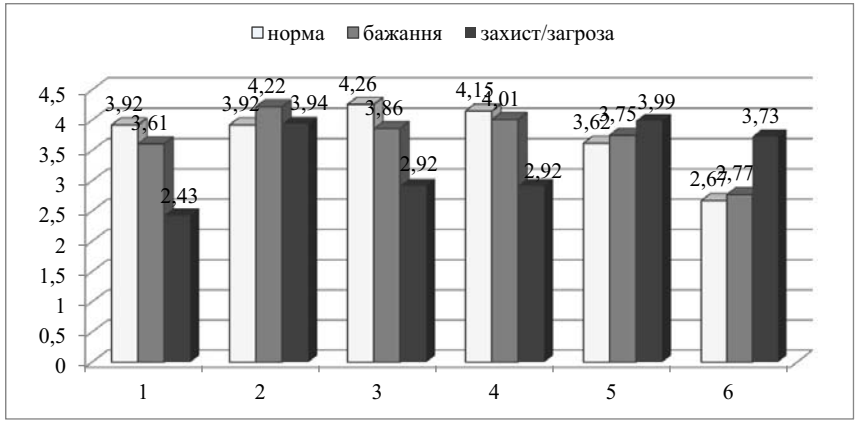
На основі результатів емпіричного дослідження визначити основні мотиви, що спонукають особу до психологічного привласнення матеріальних, нематеріальних та абстрактних об'єктів власності.

Для здійснення теоретичного дослідження було використано методи аналізу, порівняння та синтез. Для проведення емпіричного дослідження було проведено асоціативний експеримент та контент-аналіз для обробки отриманих даних.

Ще Джеймс У. (1991) стверджував, що потреба у власності є одним з інстинктів людини і виражається як прагнення до привласнення. Інстинкт власності або, як його називає Джеймс У., потреба у власності є динамічною і змінюваною, але так чи інакше глибинна її сутність постійна (константна) і пов'язана з процесом відчуження чи присвоєння обмежених благ. Летурно Ш. обґрунтовував, що власність виникла не в наслідок праці, як стверджують економісти, а як наслідок чи закономірний результат інстинкту самозбереження. Продукти, речі, які людина віднімала у інших під час воєн, інші люди, які ставали рабами. В основі приватної власності лежить агресія і насильство. Рушійною силою розвитку приватної власності був індивідуалізм, який властивий людині. Він сприяв спочатку руйнації спільнотної власності, а потім і феодалізму. Саме індивідуалізм на думку Летурно Ш. (2012) спровокував появ і розвиток капіталістичних стосунків.

Проте власність має не тільки об'єктивний (правовий) вимір, а й суб'єктивний, психологічний вимір, що пов'язаний із суб'єктивним психологічним переживанням людини, що щось належить саме їй. На думку Пайпса Р. (2008), потяг до привласнення означає набагато більше, ніж просто бажання володіти фізично відчутними об'єктами, оскільки є міцно пов'язаними з особистістю людини й розвиває в неї почуття власної гідності та віру у власні сили. Пізніше багато західних соціологів, економістів і психологів пов'язували поняття власності з індивідуалістичними проявами людини. До того ж не тільки з матеріальними її аспектами, але й з іншими сторонами особистості, такими як свобода,

і чітко дотримуватися плану, економлячи свій час» та «Уявіть, що ви спланували свій день і кожна хвилина для вас важлива, але ваш знайомий спізнився і ви зустрілися пізніше. Через це вам довелося перенести наступну зустріч. Ви розумієте, що план на день може рухнути і ви не будете контролювати свій час». Як бачимо на рис. 4.11, соціальні практики, пов'язані з часом, його планування, дотримання режиму тощо є вельми значущими і актуальними. А інтенсивність переживань з приводу його захисту і збереження в умовах загрози є доволі типовою, буденною і суттєво посилюється.



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.11. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Час»

За допомогою кореляційного аналізу було з'ясовано, що привабливість часу як об'єкту власності залежить від частоти реалізації соціальних практик (r=,732**, p≤0,001), їхньої значущості

4. Створення історій (сторіз) та власних постів у соцмережах (щось схоже на блок інформаційного простору).

5. Ведення інтелектуальних дискусій.

Громадянська сфера:

1. Сплата податків.
2. Прояв громадянської активності, волонтерство.
3. Членство у громадських організаціях.
4. Участь у справах місцевої громади.
5. Переконування друзів, близьких, знайомих у правоті своїх громадянських поглядів.
6. Застосування відповідної символіки.

Соціальні практики, в яких реалізується почуття власності, володіння можуть актуалізуватися і набирати ваги завдяки посиленню формування і реалізації почуття власності через: здійснення контролю над об'єктом власності, інтимне пізнання об'єкта власності, самоінвестування людини своїх сил, знань, зусиль щодо об'єкта власності (Peck & Shu, 2018, с. 9; Pierce, Kostova, Dirks, 2002).

Експертна-оцінка послідовно включала такі основні етапи: 1) формування групи фахівців-експертів; 2) підготовка бланку опитувальника для експертів; 3) опитування експертів; 4) обробка даних; 5) статистична обробка експертних оцінок. Експерти обиралися за критеріями їх високої професійної кваліфікації (кандидати і доктори психологічних наук, які мають значний досвід роботи у області соціальної психології), компетентність щодо соціальних практик, незацікавленість у результатах експертизи і об'єктивність. Через карантинні обмеження і дистанційну форму роботи опитування експертів здійснювалося онлайн шляхом розсилання їм анкет.

Отже, з огляду на статистичну істотність отриманих коефіцієнтів конкордації, ми робимо висновок про високу узгодженість думок експертів, що дає змогу робити висновки щодо коректності проведеного дослідження і можливості вільно поширювати отримані дані для побудови подальшого дослідження. Зокрема виокремлені у такий спосіб соціальні практики володіння будуть використані нами для подальшого вивчення і зокрема у створенні моделей реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Варто зазначити, що конструктивістське розуміння соціальних практик, почуття власності та їхніх співвідношень має виразні переваги перед діяльнісним підходом на теоретичному рівні аналізу відповідних явищ, що ми й намагалися відобразити. Проте в емпіричній методології вважаємо за можливе орієнтувалися на методи, які вироблено в межах когнітивно-біхевіористських моделей сучасних психологічних досліджень, до яких, на наш погляд, тяжіє, зокрема, і діяльнісний підхід. Ці методи, на відміну від більш абстрактних конструктивістських, є грунтовно розробленими, їх активно застосовують у різних дослідницьких контекстах, вони дають переконливі показники наявних у досліджуваному явищі тенденцій, відмінностей тощо. Водночас в інтерпретації отриманих даних ми намагалися застосовувати обидва підходи з метою надати зробленим висновкам більшої психологічної виразності та об'ємності.

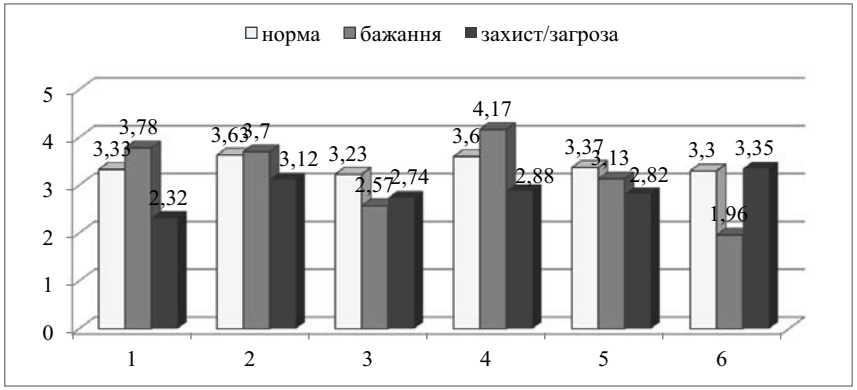
Отримані дані будуть використані для подальшої побудови моделей реалізації почуття власності в соціальних практиках. А на їх основі буде можливим прогнозування і розробка рекомендацій щодо можливостей актуалізації/деактуалізації почуття власності, зниження негативних наслідків його дії та посилення позитивного впливу на життя людини і суспільства.

Підсумовуючи, визначимо, що *під соціальними практиками, в яких реалізується почуття власності*, ми розуміємо унормовані структуровані соціальні дії, в яких особа проявляє себе як власник і реалізовує почуття власності. Найтиповішими соціальними практиками володіння було визначено: розподіл і планування витрат; персоналізація і маркування своєї території; купівля/продаж речей; спілкування з близькими людьми, рідними і друзями; викладання фото, інформації про себе в інформаційний простір; догляд за собою і своїм тілом; планування свого часу, розпорядку дня; виконання посадових обов'язків; створення інтелектуального чи творчого продукту; участь у справах місцевої громади. Такі соціальні практики є простором для реалізації почуття власності і можуть бути як економічно, так і неекономічно зумовлені.

Надалі наведемо дані емпіричного вивчення особливостей функціонування і моделювання соціальних практик, що виникають на основі почуття власності.

Комфортність і безпека демонстрації власних думок, ідей і цінностей залежить від значущості соціальної практики, в якій вона реалізується (r=,328*, p≤0,05), її тривалості (r=,416**, p≤0,001) та інтенсивності переживань (r=,499**, p≤0,001). Особи, які відчувають комфорт і безпеку, активніше відстоюють власне право на демонстрацію і висловлювання своїх думок (r=,583**, p≤0,001), частіше позначають свої ідеї (r=,365**, p≤0,01). Вони схильні вкладати власні ресурси в розвиток ідей, думок, створення творчих продуктів (r=,416**, p≤0,001). Вони сильніше відчувають належність до людей, які теж висловлюють свої ідеї (r=,445**, p≤0,001) та усвідомлюють унікальність належності цих ідей саме їм (r=,425**, p≤0,001), а проблеми, пов'язані з цим, сприймають як особисті (r=,501**, p≤0,001). Такі особи активніше просять про допомогу, спонукають обговорення, дискусії (r=,501**, p≤0,001), діляться своїми думками (r=,583**, p≤0,001) та прагнуть дізнатися більше з цього приводу (r=,425**, p≤0,001). Буденність же навпаки негативно позначається на готовності ділитися своїми думками та ідеями (r=–,378**, p≤0,01). Цікаво, що з віком знижується відчуття комфортності і безпеки щодо власних ідей, думок і цінностей (r=–,307**, p≤0,05), наче вони виявляються під загрозою чи просто є у суб'єктивному сприйнятті менш актуальними. Добре було б простежити, чи така відмінність пов'язана з віковими особливостями, чи вона зумовлена тим, що нинішнє старше покоління, яке велику частину свого життя прожило у радянському союзі, просто немає відпрацьованої навички говорити публічно, відкрито висловлювати свої ідеї і позиції. Цей аспект міг би стати перспективою подальших досліджень, очевидно, лонгітюдних, або ж відтермінованих у часі.

Часовий режим, за Нартовою-Бочавер С., також визначає психологічний простір особистості. Особливо переживання почуття власності щодо свого часу і можливості розпоряджатися ними загострюється в такому динамічному інформаційному світі. Респонденти мали оцінити такі ситуації, що описують відповідні соціальні практики у актуальному, перспективному і ретроспективному стані (захист): «Ви плануєте свій час, знаєте свій розклад щонайменше на день», «Уявіть, що ви б хотіли бути більш пунктуальними, планувати свій день, тиждень



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.10. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Ідеї»

Кореляційний аналіз показав, що позитивна привабливість власних ідей як об'єкту власності напряму пов'язана з комфортом і безпекою (r=,288*, p≤0,05). Вона посилюється зі збільшенням частоти реалізації у відповідній соціальній практиці (r=,436*, p≤0,05), актуальності почуття власності (r=–,282*, p≤0,05), відчуття належності до людей, які теж висловлюють свої думки та ідеї (r=,331**, p≤0,01). Важливим в цьому контексті також є відчуття унікальності, що дані ідеї, думки, цінності належать саме мені (r=,290*, p≤0,05), а проблеми, пов'язані з ними, сприймаються як особисті (r=,436**, p≤0,001). Люди з суб'єктивно вищим фінансовим станом позитивніше оцінюють власні думки та ідеї (r=,319*, p≤0,05), при цьому вони активніше звертаються за допомогою (r=,436**, p≤0,001) та прагнуть більше дізнатися про свій об'єкт власності (r=,290*, p≤0,05).

4.2. Емпірична верифікація типів реалізації почуття власності в соціальних практиках

Наступним етапом дослідження стало теоретичне моделювання і емпірична верифікація типів реалізації почуття власності в соціальних практиках. Для цього було проведено опитування за методом семантичного диференціалу (див. Додаток Д). За основу розроблюваного опитувальника було взято опитувальники для дослідження психологічної власності в організаціях (Avey, Avolio, Crossley & Luthans, 2009; Pierce, Kostova & Dirks, 2002; Pierce, Jussila & Li, 2018). Їхні розробники вважають, що почуття власності можливо вивчати через опис його складових: належність, самооцінка, самоінвестування, відповідальність тощо. Усі ці елементи були закладені в структуру валідизованих опитувальників.

Було опитано 627 осіб. До кожного виміру було запропоновано одну найбільш типову практику, яку було визначено за результатами роботи фокус-груп та експертного опитування (підрозділ 4.1). Кожна із практик пропонувалася групам у трьох часових перспективах або станах: актуальний (переживання щодо володіння зараз), перспективний (мотивація привласнення, бажання психологічно чи фактично володіти) і загроза втрати. Описи ситуації наведені у Додатку Е.

Так кожен респондент заповнював анкету щодо трьох соціальних практик (ситуацій), в яких проявлялось почуття власності в різних станах.

На основі визначених типових соціальних практик, що були описані вище, нами було сформульовано ситуації, які описують ту чи ту практику у відповідно трьох станах: актуальному (А), перспективному (П), загрозливому або ретроспективному (З). Тексти практик наведено у додатку Е.

Утворилося 30 субвибірок, порівняння даних в яких дало змогу змістовно проаналізувати особливості типів реалізації почуття власності в соціальних практиках.

До кожної такої ситуації пропонувалася низка питань, які дають змогу відстежити стан і переживання респондентів. Опитуваним необхідно було оцінити за 5-ти бальною шкалою міру

прояву такого переживання (часто/не часто, актуально/ не актуально тощо), де 1 — негативний полюс, а 5 — позитивний полюс.

1. Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті. 2. Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас. 3. Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя. 4. Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно). 5. Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними. 6. Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.

Для визначення типів реалізації почуття власності у запропонованій практиці, респондентам необхідно було оцінити, що вони відчувають у такій ситуації щодо вказаного об'єкту власності (наприклад, свого тіла, території, грошей, стосунків тощо). Необхідно оцінити, якою мірою в межах пари антонімів можна описати запропоновані переживання, в діапазоні від 1 до 5, де 1 — це один полюс (перша ознака), а 5 — другий полюс (протилежна ознака). Перелік питань наведено у додатку Д.

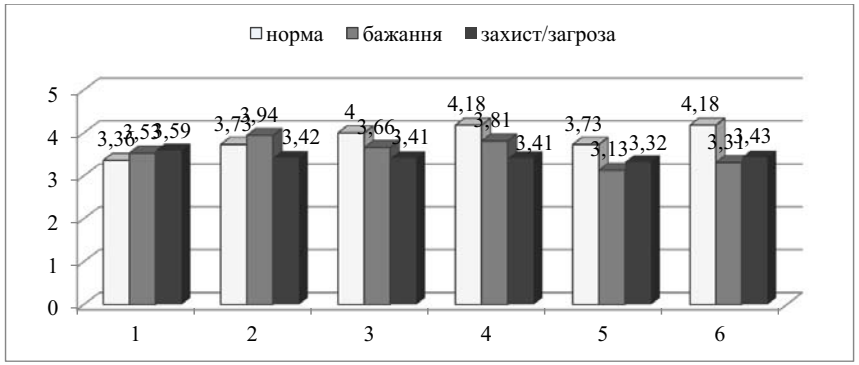
Безвідповідальність (1 бал) — відповідальність (5 балів); 2) Сум — радість; 3) Сором — гордість; 4) Брак бажання мати свій/свої _____ (*об'єкт власності залежно від ситуації*) — сильне бажання мати свій/свої _____ (*об'єкт власності*); 5) Відразу до своїх _____ (*об'єкт власності*) — задоволення ними; 6) Страх,тривогу — спокій; 7) Зневагу, ненависть до свого/ своїх _____ (*об'єкт власності*) — повагу, любов до них; 8) Злість, агресію — позитивний настрій; 9) Байдужість — прихильність; 10) Небезпеку — безпеку; 11) Дискомфорт — комфорт; 12) Бажання, потребу просити про допомогу інших — сильне бажання, потребу створювати _____ (*об'єкт власності*) самостійно; 13) Брак бажання продемонструвати іншими свої _____ (*об'єкт власності*) — сильне бажання продемонструвати іншим свої _____ (*об'єкт власності);* 14) Брак потреби заявити і відстояти своє право на власні ___ (*об'єкт власності)* — сильну потребу заявляти і відстоювати своє право на власні _____ (*об'єкт власності);* 15) Брак бажання позначити, що це мої _____ (*об'єкт власності)* — сильне бажання; 16) Брак бажання вкладати зусилля, сили та енергію в те, щоб мати і створювати свої _____ (*об'єкт власності)* — сильний прояв такого бажання; 17) Я мало цікавлюся, прагну дізнатися про те, як

вають, що ці взаємини саме їхні, унікальні (r=,394**, p≤0,01), а також частіше позначають і демонструють (r=,295*, p≤0,05).

Суб'єктивне фінансове благополуччя (r=,439**, p≤0,01) та частота реалізації вказаної соціальної практики (r=,604**, p≤0,001) позитивно корелюють з рівнем *комфортності і безпечності стосунків.* За таких умов люди активно звертаються за допомогою (r=,141**, p≤0,01) та готові ділитися (r=,053*, p≤0,05), активніше відстоюють право володіння (r=,773**, p≤0,001), позначають і демонструють свої взаємини (r=,608**, p≤0,001), відчувають належність до людей, які мають подібні взаємини (r=,602**, p≤0,001), гостріше відчувають, що ці взаємини належать саме їм і є унікальними (r=,448**, p≤0,001). Проблеми, пов'язані з цими взаєминами, сприймаються як особисті (r=,628**, p≤0,001).

Особи з високим рівнем самоінвестування в стосунки і залученості активніше відстоюють своє право на ці стосунки (r=,799**, p≤0,001), мають сильніше відчуття, що ці стосунки унікальні і належать тільки їм (r=,881**, p≤0,001), відповідно активніше позначають їх (r=,836**, p≤0,001). Вони сильніше відчувають належність до людей, які мають подібні взаємини (r=,867**, p≤0,001), а проблеми, пов'язані з ними, сприймають як особисті (r=,839**, p≤0,001).

Ідеї, цінності, думки також визначають психологічний простір особистості. Респондентів попросили оцінити, що вони відчувають у таких ситуаціях: «У вас є свої творчі ідеї, думки. Або ви створюєте якийсь творчий продукт (наприклад, малюєте картини, пишете вірші, записуєте цікаві відео, вигадали новий рецепт...) і це дуже важливо для вас» (актуальний стан), «Уявіть, що ви б хотіли навчитися робити якісь творчі речі (наприклад, малювати картини, писати вірші, записувати цікаві відео, вигадувати нові рецепти...), оформлювати свої думки і цікаві тексти» (перспективний), «Уявіть, що хтось без дозволу і збереження авторського права поширює ваші думки, ідеї чи творчі продукти (наприклад, фото, відео, пости, вірші...)» (захист). Як бачимо, ці практики є доволі значущими, актуальними і буденними для опитуваних (рис. 4.10). Досить тривалим є переживання щодо бажання висловлювати свої ідеї, вкладати їх у творчі продукти і поширювати. А ситуація захисту своїх ідей від зазіхань інших є доволі типовою і буденною.



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.9. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Соціальні контакти»

Тривалість даної соціальної практики позитивно впливає на привабливість стосунків (r=,537**, p≤0,001) та їхню комфортну безпечність (r=,311*, p≤0,05). З віком стосунки втрачають свою позитивну привабливість, комфорт і безпечність, і поступово починають домінувати байдужість (r=–,305*, p≤0,05) і страх небезпеки (r=–,407**, p≤0,01).

Цікаво, що люди, які відчувають привабливість соціальних контактів як об'єкту власності рідше звертаються про допомогу до інших (r=–,451**, p≤0,01), не готові розділяти їх з іншими (r=–,036*, p≤0,05), при цьому не вважають за потрібне вкладати зусилля в розвиток взаємин (r=–,462**, p≤0,01) і менше прагнуть дізнатися про можливості розвитку стосунків (r=–,356*, p≤0,05). Особи, які сприймають свої стосунки як позитивні і привабливі, сильніше відчувають належність до кола осіб з такими ж позитивними взаєминами (r=,320*, p≤0,05), гостріше відчу-

формулювати, створювати власні _____ (*об'єкт власності*) — я знаю, прагну дізнатися більше, як формулювати, створювати ____ (*об'єкт власності*); 18) Відчуження, дистанціювання від людей, які мають власні _____ (*об'єкт власності*) — я відчуваю, що належу до людей, які мають власні _____ (*об'єкт власності*); 19) Слабке відчуття того, що мої _____ (*об'єкт власності*) належать мені (не мої) — сильне відчуття того, що мої _____ (*об'єкт власності*) належать мені (мої); 20) Проблеми, пов'язані з моїми ____ (*об'єкт власності*), як спільні з кимось проблеми, інші мають допомогти мені у їх вирішенні — Проблеми, пов'язані з моїми _____ (*об'єкт власності*), як мої власні, особисті проблеми.

Запропонований перший блок питань дає змогу визначити ступінь актуальності відповідної практики, її типовість і буденність, цінність для особи та тривалість практикування. Такі дані дають основу для подальшого дослідження і моделювання особливостей реалізації почуття власності в соціальних практиках залежно від вказаних показників. Для цього ми використали кореляційний аналіз. Другий блок питань вже пов'язаний з емоційними переживаннями щодо володіння та реалізації почуття власності в соціальних практиках. В його основу покладено теоретичні засади теорії психологічної власності Пірса Дж. (Pierce, Kostova & Dirks, 2002).

Створений комплекс методів емпіричного дослідження психології реалізації почуття власності особи в соціальних практиках спирається на використання різних методів збору інформації, що сприяло конструюванню комплексного бачення феномену почуття власності, особливостей його реалізації в соціальних практиках та досягненню валідності результатів дослідження.

Наступним етапом ми порівняли, наскільки такі дії, ситуації, а відтак і сама сфера цінні, значущі, важливі для респондентів. Для аналізу ми взяли відповіді респондентів по кожній сфері у ситуації норми

Як бачимо з рисунку 4.1 у *нормальних, незагострених умовах* найвищий рівень значущості мають фінансова сфера (4,61), речі (3,91) і можливість контролювати свій часовий режим (3,92). Далі у порядку зниження значущості ідуть соціальні контакти (3,73), власні ідеї і думки (3,63), тілесність (3,56),

почуття власності щодо організації (3,51), громадянська сфера (3,34). Найменш важливими є почуття власності щодо своєї території (2,84) та віртуального простору (2,73). Вивчаючи рівень прояву почуття власності щодо певних бажаних об'єктів, з'ясувалося, що найвищий рівень прояву почуття власності в умовах бажаності проявляється щодо часового режиму (4,22), соціальних контактів (3,94), тілесності (3,77), власних ідей і думок (3,7), грошей (3,65). Найменше проявляється почуття власності в ситуації бажання саме в соціальних практиках громадянської сфери (2,89) і віртуального простору (2,72). Захист щодо часового режиму (3,94) і тілесності (3,78).

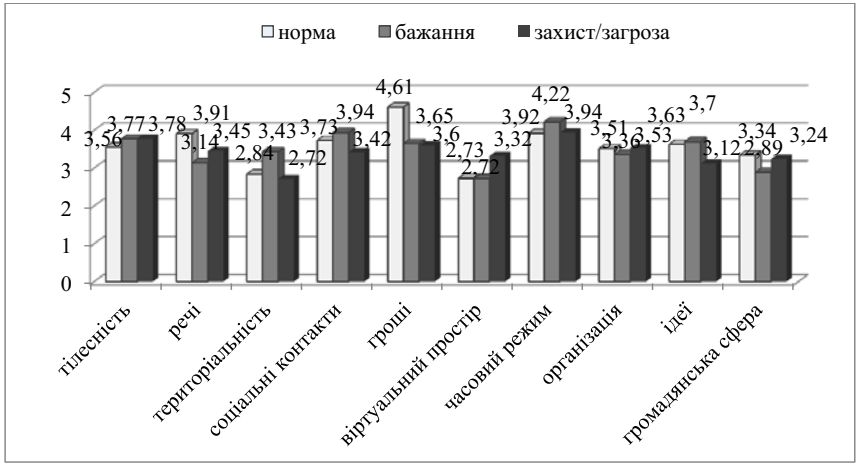


Рис. 4.1. Рівень значущості й цінності соціальних практик у різних сферах (сформоване почуття власності)

Прикметно, що готовність захищати і відстоювати право володіння в ситуації загрози в багатьох сферах знижується (речі, територіальність, соціальні контакти, гроші, ідеї й думки. На тому ж рівні залишається щодо громадянської і організаційної сфери. І зростає щодо тілесності і віртуального простору. Тобто припускаємо, що українці не готові відстоювати право володіння, а готовні захищати тільки порушення власності щодо тіла і віртуального простору.

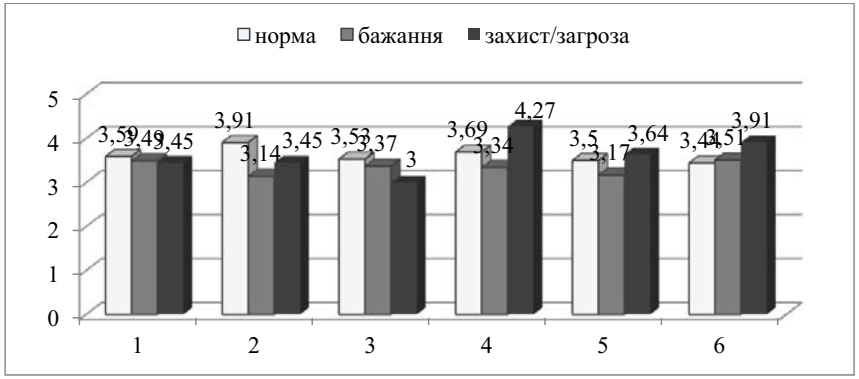
і рутинності (r=,326**, p≤0,01). Особи, що залучаються і самоінвестують в річ, якою володіють, активніше звертаються до інших за допомогою (r=,360**, p≤0,01), охочіше вкладають свої ресурси (r=,269*, p≤0,05) і прагнуть дізнатися більше про цю річ (r=,563**, p≤0,001). Вони сильніше відчувають належність до кола осіб, які володіють такою ж річчю (r=,606**, p≤0,001), гостріше відчувають, що річ належить саме їм (r=,563**, p≤0,001), а проблеми, пов'язані з нею, сприймають як свої особисті (r=,360**, p≤0,01).

Фактор «*Готовність — неготовність ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння*» посилюється з частотою реалізації соціальною практики (r=,423**, p≤0,001), зростанням її значущості (r=,290*, p≤0,05), актуальності (r=,312*, p≤0,05) та інтенсивності переживань (r=,497**, p≤0,001). Такі особи схильні інвестувати власні ресурси в речі (r=,735**, p≤0,001), прагнуть дізнатися більше про неї (r=,047*, p≤0,05) та готові ділитися з іншими (r=,761**, p≤0,001). Вони активніше відстоюють своє право володіння (r=,761**, p≤0,001) та частіше позначають свою річ (r=,624**, p≤0,001).

Ще одним важливим виміром психологічного простору особистості є ***соціальні контакти***. Респондентам пропонували описати свої переживання щодо таких практик: «У вас є важливі для вас соціальні стосунки (з друзями, рідними, коханою людиною), ви проводите час разом, спілкуєтеся. Ці стосунки приносять вам задоволення» (актуальний стан), «Уявіть, що ви б хотіли познайомитися і налагодити стосунки з якоюсь важливою, цікавою для вас людиною, підтримувати і розвивати їх» (перспективний), «Уявіть, що хтось втрутився у ваші стосунки з важливою для вас людиною. Можливо навіть ці стосунки погіршилися чи були зіпсовані» (захист). Як виявилося, такі ситуації є тривалими, буденними і актуальними для опитуваних (рис. 4.9).

Кореляційний аналіз показав, що «*Позитивна привабливість — байдужість*» соціальних контактів як об'єктів власності негативно корелює з фактором *«Самоінвестування та залученості»*. Тобто чим більше особа залучається до підтримки стосунків, ти більше вони стають буденними і зростає рівень байдужості.

посиленням значущості описаної соціальної практики (r=,356**, p≤0,01), інтенсивністю (r=,469**, p≤0,001) і знижується в умовах буденності і рутинності (r=–,411**, p≤0,001). За таких умов особа готова просити про допомогу (r=,296*, p≤0,05), вкладати свої ресурси (r=,312*, p≤0,05), прагне більше дізнатися про цю річ (r=,279*, p≤0,05) та, водночас, готова ділитися нею з іншими (r=,697**, p≤0,001), відстоювати своє право володіння (r=,697**, p≤0,001) і маркувати власний простір (r=,402**, p≤0,001). Проблеми, пов'язані з територією сприймаються як свої особисті (r=,296*, p≤0,05). Посилюється відчуття, що ця річ належіть тільки мені (r=,279*, p≤0,05) та знижується відчуття належності до кола осіб, які володіють такою ж річчю (r=–,251*, p≤0,05).



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.8. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Матеріальні речі»

При цьому знижується рівень *самоінвестування і залученості.* Також цей фактор знижується в умовах інтенсивних переживань (r=–,373**, p≤0,01) та посилюється в умовах буденності

Наступне питання для аналізу було щодо актуальності переживання на даний момент. Як бачимо на рис. 4.2, найбільш актуалізованим є переживання почуття власності щодо грошей, часового режиму, соціальних контактів і тілесності. Вищий рівень актуалізованості почуття власності спостерігається щодо бажаної власної території та у взаємодії в організації. Припускаємо, що у перщому випадку, саме депривація територіальності призвела до таких результатів.

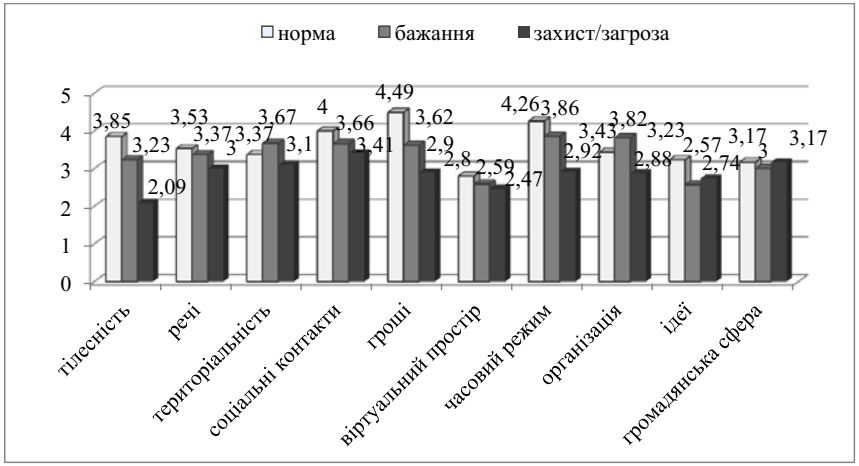


Рис. 4.2. Рівень актуалізованості почуття власності в соціальних практиках різних сфер

Найнижчі показники актуалізованості переживання почуття власності зафіксовано в ситуаціях загрози втрати об'єкта власності і потреби його захисту. Такі результати не підтверджують гіпотезу про ситуативну актуалізацію почуття власності в умовах загрози, що була сформульована за результатами теоретичного аналізу. Єдина сфера, де ситуація загрози і втрати хоч і не перевищує, проте співвідноситься з рівнем актуалізованості переживання у нормальному стані є громадянська сфера, що може бути пояснено актуальним станом загрози щодо збереження цілісності країни і потреби її захищати.

На основі теоретичного аналізу, що було представлено у підрозділі 2.1, нами було розроблено двофакторну основу для

аналізу типів реалізації почуття власності в соціальних практиках. Зокрема в основу запропонованої моделі покладено дві важливі ознаки для розуміння особливостей реалізації почуття власності: сформованість-несформованість почуття власності, тобто значущість-незначущість даного переживання і відповідно його актуалізованість-неактуалізованість (рис. 4.3).

	значуще	незначуще
актуалізоване	***значуще/актуалізоване*** • сильне відчуття себе власником • високий рівень контролю • неготовність ділитися • сильне бажання розпоряджатися	***незначуще/актуалізоване*** • невизначене, розмите відчуття себе власником • помірний рівень контролю • готовність ділитися • помірне бажання розпоряджатися
неактуалізовне	***значуще/неактуалізоване*** • помірне відчуття себе власником • помірний рівень контролю • готовність ділитися • помірне бажання розпоряджатися	***незначуще/неактуалізоване*** • відсутнє чи слабке відчуття себе власником • низький рівень контролю • готовність ділитися • помірне бажання розпоряджатися

Рис. 4.3. Типи реалізації почуття власності в соціальних практиках

Для емпіричної верифікації типів реалізації почуття власності в соціальних практиках нами було проаналізовано особливості прояву різних вимірів.

В основу визначення типів реалізації почуття власності в соціальних практиках було покладено два критерії: суб'єктивну значущість/незначущість переживання або сформованість/несформованість та актуалізованість/деактуалізованість на теперішній час, кожний з яких мав високий, середній і низький рівень прояву. Відповідно утворилося дев'ять типів реалізації почуття власності в соціальних практиках (чотири основних і п'ять, що мають проміжний прояв): *несформоване-неактуалізоване*, що характеризується байдужістю до об'єкта власності, низьким рівнем мотивації привласнення, небажанням проявлятися, розвиватися, брати на себе відповідальність

(r=,107**, p≤0,01). Вони активніше відчувають свою належність до осіб, які теж заробляють гроші (r=,639**, p≤0,001), активніше позначають власні фінанси (r=,431**, p≤0,001), а проблеми, пов'язані з грошима сприймають як свої особисті (r=,741**, p≤0,001).

Матеріальні речі розглядаються як вагомий елемент психологічного простору особистості, на які вона поширює своє Я. Респондентам пропонувалося оцінити соціальну практику щодо володіння важливою для них річчю, яку вони зберігають і доглядають: «Ви маєте улюблену, важливу для вас річ. Ви дбаєте про неї, зберігаєте її» (актуальний стан), «Уявіть, що ви дуже хочете мати (купити, отримати в подарунок) якусь важливу, цінну і привабливу для вас річ» (перспективний) та «Уявіть, що хтось без дозволу взяв вашу улюблену, дорогу для вас річ і можливо навіть зіпсував її» (захист). Як бачимо на рис. 4.8, така практика є доволі типовою і значущою для опитаних. При цьому більш типовою є ситуація саме захисту своєї речі від зазіхань з боку інших.

Проаналізуємо, від чого таки залежить зростання чи зменшення переживання почуття власності щодо матеріальних речей. За результатами кореляційного аналізу було встановлено, що «*Позитивна привабливість — байдужість*» речей як об'єктів власності негативно корелює з фактором «*Комфортна безпечність — страх небезпеки*» (r=–,541**, p≤0,001) та «*Готовність — неготовність ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння*» (r=–,577**, p≤0,001). Тобто чим вище рівень привабливості певної речі, тим вище страх і тривога за неї та неготовність ділитися нею.

Чим частіше (r=,295*, p≤0,05) та інтенсивніше (r=,317*, p≤0,05) проявляється соціальна практика володіння річчю і догляду за нею, тим більше позитивної привабливості ця річ має для власника. За таких умов особа частіше просить про допомогу інших (r=,174*, p≤0,05), готова ділитися (r=,551**, p≤0,001), само інвестувати зусилля і ресурси (r=,327**, p≤0,001), відстоювати право володіння (r=,551**, p≤0,001) та маркувати (r=,263*, p≤0,05).

Фактор «*Комфортна безпечність — страх небезпеки*» щодо своєї речі зростає разом з частотою (r=,489**, p≤0,001),

від володіння грошима. Такі особи частіше звертаються за допомогою щодо фінансових питань (r=–,122*, p≤0,05), відстоюють своє право володіння грошима (r=–,549**, p≤0,001), частіше позначають їх як свої (r=–,316**, p≤0,01) та, водночас, готові ділитися грошима з іншими (r=–,549**, p≤0,001).

Особи, для яких заробляння грошей є буденністю, частіше прагнуть більше дізнатися про способи заробляння та про збільшення прибутку (r=,264*, p≤0,05), сильніше відчувають належність до людей, які так само заробляють гроші (r=,343**, p≤0,01) та намагаються підкреслити належність грошей собі (r=,264*, p≤0,05).

Фактор «*Комфортна безпечність — страх небезпеки*» щодо володіння грошима зростає разом з посиленням значущості (r=,399**, p≤0,001), частоти (r=,456**, p≤0,001), актуальності (r=,428**, p≤0,001) описаної соціальної практики та інтенсивності переживань щодо неї (r=,588**, p≤0,001). Буденність же навпаки сприяє зниженню комфорту і безпечності (r=–,581**, p≤0,001). За таких умов особа готова просити про допомогу (r=,412**, p≤0,001), вкладати власні ресурси (r=,297*, p≤0,05), відстоювати своє право володіння (r=,515**, p≤0,001), позначати, підкреслювати свої гроші (r=,368**, p≤0,01) та, водночас, ділитися своїми фінансами з іншими (r=,515**, p≤0,001). Проблеми, пов'язані з фінансами сприймаються як свої особисті (r=,412**, p≤0,001). І навпаки, знижується прагнення більше дізнатися про гроші і заробіток (r=–,185**, p≤0,01).

«*Самоінвестування (залученість)*» негативно корелює з готовністю ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння (r=–,365**, p≤0,01) та буденністю (r=–,375**, p≤0,001).

Чим частіше (r=,340**, p≤0,01), значущішою (r=,244*, p≤0,05) і тривалішою (r=,255*, p≤0,05) є описана соціальна практика, тим вищим буде рівень *самоінвестування і залученості*. До речі, він зростає з покращенням фінансового стану респондентів (r=,432**, p≤0,001). Особи, які активно залучаються до покращення свого фінансового стану, частіше користуються своїм соціальним капіталом і звертаються за допомогу (r=,741**, p≤0,001), вкладають власні зусилля (r=,746**, p≤0,001), прагнуть більше дізнатися про фінанси і способи заробітку (r=,431**, p≤0,001) та легше діляться грошима з іншими

за об'єкт; *несформоване-актуалізоване*, виділяється середнім рівнем відповідальності, бажанням мати і відстоювати свій об'єкт власності, без виразного позитивного чи негативного прояву щодо володіння; *сформоване-неактуалізоване* — здорове ставлення до власності без загостреного переживання, що супроводжується відчуттям комфорту, безпеки, радості та відповідальності; *сформоване-актуалізоване* — найдинамічніше переживання, що характеризується підвищеним рівнем відповідальності, бажанням мати і маркувати, інвестувати власні ресурси, високим рівнем ідентифікації з об'єктом власності.

За допомогою однофакторного дисперсійного аналізу ANOVA ми порівняли середні значення різних змістових ознак почуття власності в чотирьох основних підгрупах респондентів (рис. 4.4). Статистично значущі відмінності у прояві усіх показників зафіксовані саме для групи зі значущим-актуалізованим типом реалізації почуття власності.

Примітка: *1 — значуще-актуалізоване; 2 — значуще-неактуалізоване; 3 — незначуще-актуалізоване; 4 — незначуще-неактуалізоване*

Рис. 4.4. Змістові особливості прояву почуття власності в групах з різним рівнем значущості та актуалізованості проживання почуття власності (унормована, буденна ситуація)

Якщо об'єкт не значущий, тобто не сформоване почуття власності щодо нього, то надмірний рівень актуалізації почуття призводить до більшого відторгнення, відрази та сорому. Бажання чи готовність ділитися з'являється тільки при середньому рівні актуалізованості за умови сформованого почуття власності на середньому чи високому рівні. Надмірна актуалізація веде до зниження готовності ділитися. Якщо почуття власності сформоване принаймні на середньому рівні за умови середнього і високого рівня актуалізації вже відбуваються позитивні зрушення у прояві відповідальності і суб'єктної активності. Дані наведено в додатку З. Для опису кожного зтипів як критерії оцінки було використано компоненти почуття власності: силу відчування себе власником, рівень контролю, готовність ділитися та бажання розпоряджатися, рівень самоінвестування та ідентичності.

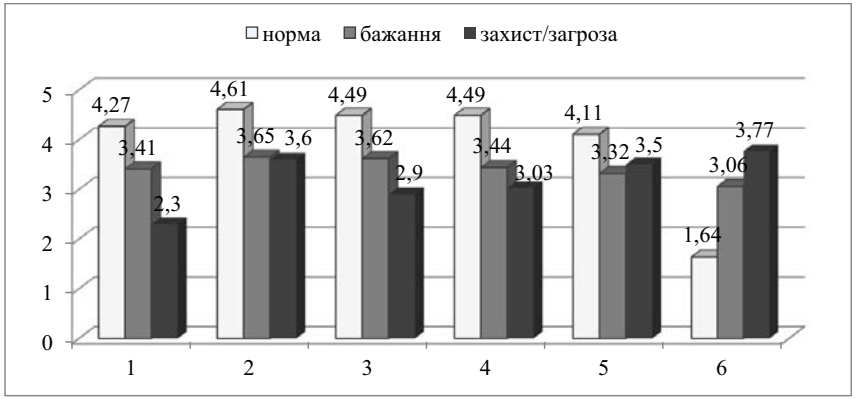
За результатами факторного аналізу, який було здійснено з Варімакс-обертанням із нормалізацією Кайзера серед ознак семантичного диференціалу, що змістово описують особливості проживання почуття власності, виділилося чотири біполярних фактори, що описують 67,2% сумарної дисперсії (КМО=,963, Бартлета=,000):

Фактор 1. *«Позитивна привабливість (прихильність) — зневага (знецінення)»*, що описує 23,7% дисперсії: гордість — сором (,708), бажання мати — брак бажання (,703), радість — сум (,669), прихильність — байдужість (,653), відповідальність — безвідповідальність (,617), належність до людей — неналежність (,588), повагу любов до об'єкту власності — зневага (,553), бажання відстоювати право на володіння — брак такого бажання (,515).

Фактор 2 *«Комфортна безпечність — страх небезпеки»* (18,2%) поєднав у собі ознаки: страх, тривога — спокій (,796), комфорт — дискоморт (,695), злість, агресія — позитивний настрій (,655), безпека — небезпека (,620), задоволення — відраза (,545).

Фактор 3 *«Самоінвестування (залученість) — пасивно-агресивна байдужість»* охопив 17% дисперсії: готовність самоінвестувати — неготовність (,776), проблеми, пов'язані з об'єктом власності сприймаються як особисті (,731), прагнення дізнатися більше про об'єкт власності (,679), готовність просити про допомогу щодо об'єкта (,534).

ту власності негативно корелює з фактором *«Комфортна безпечність — страх небезпеки»* (r=–,687**, p≤0,001). Тобто чим більш привабливими є гроші для особи, тим більше остраху, тривожності і відчуття небезпеки вони викликають.



***Примітка**: 1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.7. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Фінансова сфера»

Практика, яку оцінювали респонденти стосувалася заробітку грошей, планування витрат і ведення бюджету. Як виявилося, чим частішою (r=–,357**, p≤0,01), значущішою (r=–,432**, p≤0,001) і актуальнішою (r=–,358**, p≤0,01) є дана практика для особи, а переживання щодо неї доволі інтенсивними (r=–,487**, p≤0,001), тим менш привабливими і позитивними видаються гроші як об'єкт власності. У такій ситуації вони викликають скоріше байдужість. Така тенденція зростає з віком (r=–,299*, p≤0,05), тобто заробляння грошей стає буденною, рутинною практикою людей (r=,426**, p≤0,001), яка позбавляє їх задоволення

Отже, чим більше особа залучається до підтримки своєї території в порядку, тим вищий рівень буденності (r=,465**, p≤0,001), а відтак і непривабливості цього простору, знижується її значущість (r=–,445**, p≤0,001). Особливо це властиво людям старшого віку (r=,330*, p≤0,05). Вони мають посилене відчуття, що територія належить саме їм (r=,541**, p≤0,001), більше схильні просити про допомогу щодо підтримки простору (r=,193**, p≤0,01), вкладати власні зусилля (r=,412**, p≤0,001) та більше дізнаватися про простір (r=,541**, p≤0,001). Водночас вони менше схильні ділитися своїм простором (r=–,645**, p≤0,001), відстоювати своє право на володіння ними (r=–,645**, p≤0,001) та маркувати, персоналізувати простір (r=–,614**, p≤0,001).

Фактор «*Готовність — неготовність ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння*» позитивно корелює з фінансовим станом особи (r=,495**, p≤0,001), її прагненням дізнатися більше про свою територію (r=,083**, p≤0,01) та маркувати її (r=,528**, p≤0,001). При цьому прояв фактору знижується залежно від віку (r=–,267*, p≤0,05) і зростання значущості відповідної соціальної практики (r=–,334*, p≤0,05). Люди, які демонструють високу готовність ділитися, маркувати і відстоювати право володіння своєю територією схильні просити про допомогу (r=–,566**, p≤0,001), а проблеми, пов'язані з територією, сприймають як свої особисті (r=–,566**, p≤0,001).

Фінансова сфера та вимір психологічного простору, пов'язаний з нею, є вагомою частиною економічної свідомості і культури особистості. Респондентів просили оцінити наступні соціальні практики, пов'язані з цією сферою: «Ви заробляєте гроші, плануєте свої витрати і ведете бюджет» (актуальний стан), «Уявіть, що ви хочете збільшити обсяг свої прибутків, заробляти більше, щоб мати більше грошей» (перспективний), «Уявіть, що хтось поцупив ваші гроші з гаманця чи картки. Або на роботі вам не виплатили заробітну плату і вже не виплатять» (захист). На рис. 4.7 видно, що соціальні практики, пов'язані з фінансовою сферою, є чи не найбільш актуальними і значущими, цінними і тривалими для людей. Навіть ситуація захисту в умовах загрози є доволі буденною, значущою і інтенсивною в плані переживань особи.

За результатами кореляційного аналізу було встановлено, що «*Позитивна привабливість — байдужість*» грошей як об'єк-

Фактор 4 «*Готовність — неготовність ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння*» (8,3%): готовність ділитися (,860), гостре відчуття, що об'єкт належить мені (,630).

На цій основі проводилася подальша інтерпретація змісту типів реалізації почуття власності в соціальних практиках з урахуванням середніх значень. Як бачимо в унормованість буденній ситуації, в яких проявляються соціальні практики, почуття власності характеризується привабливістю об'єкта власності, комфортністю, безпечністю володіння, готовністю до самоінвестування, активною залученістю і готовністю ділитися.

За аналогічною процедурою було проведено факторний аналіз серед відповідей респондентів, які оцінювали соціальні практики у стані загостреної потреби чи бажання володіння. Так, утворилося чотири біполярних фактори, що описують 67,2% сумарної дисперсії (КМО=,963, Бартлета=,000).

Фактор 1 «*Позитивна привабливість — байдужість*», що писує 23,7% сумарної дисперсії увібрав у себе такі ознаки: гордість — сором (,708), бажання мати — відсутність бажання мати (,703), радість — сум (,669), прихильність — байдужість (,653), відповідальність (,617), належність до людей, які мають такий об'єкт (,588), повага, любов до об'єкту власності — зневага (,553), готовність відстоювати право володіти об'єктом — неготовність (,515), задоволення — відраза (,500).

Фактор 2 «*Комфортна безпечність — страх небезпеки*» (18,2%): страх, тривога — спокій (,796), дискомфорт — комфорт (,695), злість, агресія — позитивний настрій (,655), безпека — небезпека (,620), задоволення — відраза (,545).

Фактор 3 «*Самоінвестування (заученість)*» (17%) об'єднав наступні ознаки: готовність самоінвестувати — неготовність (,776), проблеми, пов'язані з об'єктом власності сприймаються як особисті (,731), прагнення дізнатися більше про об'єкт власності — відсутність такого прагнення (,679), готовність просити про допомогу (,534).

Фактор 4 «*Готовність — неготовність ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння*» (8,3%): готовність ділитися (,860), відчуття, що належить саме мені (,515), прагнення маркувати (,502).

Також було проведено факторний аналіз серед відповідей респондентів, які оцінювали соціальні практики у стані необхідного захисту. Так, утворилося чотири біполярних фактори, що описують 68,9% сумарної дисперсії (КМО=,932, Бартлета=,000).

Фактор 1 *«Комфортна безпечність — страх небезпеки»* (22,9%) поєднав у собі ознаки: комфорт — дискомфорт (,852), страх, тривога — спокій (,790), безпека — небезпека (,783), злість, агресія — позитивний настрій (,777), радість — сум (–,735), гордість — сором (–,687), прихильність — байдужість (, 538).

Фактор 2 *«Готовність — неготовність ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння»* (16,8%): бажання маркувати (,773), готовність ділитися (,732), готовність до самоінвестування — неготовність (,690), відстоювати право володіння (, 628), прагнення дізнатися більше про об'єкт — брак прагнення (,597).

Фактор 3 *«Самоінвестування (залученість) — пасивно-агресивна байдужість»* охопив 15,8% дисперсії: проблеми, пов'язані з об'єктом власності сприймаються як особисті (,811), гостре відчуття, що об'єкт належить мені (,689), готовність просити про допомогу щодо об'єкта (,646), бажання мати цей об'єкт — брак бажання (,517).

Фактор 4 *«Позитивна привабливість (прихильність) — зневага (знецінення)»*, що описує 13,4% дисперсії: відповідальність — безвідповідальність (,682), задоволення — відраза (,662), повага, любов до об'єкту власності — зневага (,649), бажання мати цей об'єкт — брак бажання (,493).

Як бачимо, в умовах загострення переживання щодо можливої втрати об'єкту власності, відбувається переструктурування факторів і на перший план виходять більш вагомі — актуалізується страх небезпеки втратити, посилюється потреба маркувати, персоналізувати об'єкт власності і відстоювати своє право володіння. При цьому позитивна привабливість і бажаність об'єкта відходить на задній план.

Далі ми проаналізували, яким чином проявляються визначені основні фактори залежно від тривалості, актуальності, значущості переживання тощо у різних соціальних практиках. Для

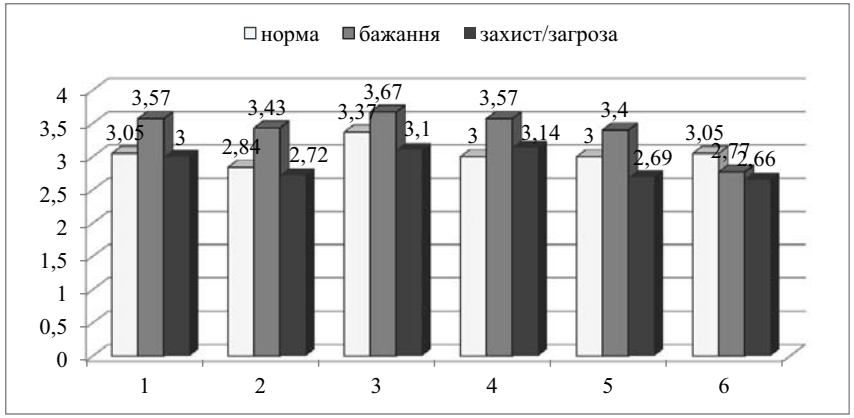
ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння» (r=–,322*, p≤0,05). Позитивна привабливість території негативно корелює з буденністю (r=–,335*, p≤0,05), що вказує на швидке узвичаєння, рутинність і непривабливість території, якою часто користуються. Також ті, хто відчувають позитивну привабливість своєї території рідше або й зовсім не проситимуть про допомогу щодо неї (r=–,362**, p≤0,01). Вони мають низький рівень прагнення дізнатися більше про свою територію (r=–,441**, p≤0,001), вони менше відчувають, що ця територія належить саме їм (r=–,441**, p≤0,001) та не сприймають проблеми, пов'язані з територією, як свої особисті (r=–,362**, p≤0,01).

Водночас позитивна привабливість території зростає залежно від частоти реалізації наведеної практики (r=,278*, p≤0,05) та її тривалості в житті особи (r=,509**, p≤0,001). Цей фактор виявляється сильнішим, чим значущіше (r=,393**, p≤0,01) і актуальніше (r=,379**, p≤0,01) є описана ситуація та інтенсивнішими переживання навколо неї (r=,486**, p≤0,001). Такі позитивні зрушення позитивно впливають на готовність ділити свою територію з іншими (r=,237*, p≤0,05) та підвищують відчуття належності до людей, які теж мають свою власну територію (r=,303*, p≤0,05).

Фактор «*Комфортна безпечність — страх небезпеки*» щодо своєї території зростає разом з посиленням значущості описаної соціальної практики (r=,544**, p≤0,001). За таких умов особа готова просити про допомогу (r=,377**, p≤0,01) та водночас ділитися своєю територією з іншими (r=,815**, p≤0,001), відстоювати своє право володіння (r=,815**, p≤0,001) і маркувати власний простір (r=,320*, p≤0,05). Проблеми, пов'язані з територією сприймаються як свої особисті (r=,377**, p≤0,01). І навпаки, знижується прагнення більше дізнатися про свою територію (r=–,371**, p≤0,01) та послаблюється відчуття, що територія належіть тільки мені (r=–,371**, p≤0,01), а отже не може бути у спільному користуванні. Зі зростанням буденності (r=–,347**, p≤0,01) і фінансового стану (r=–,325*, p≤0,05) знижується відчуття комфорту і безпеки власної території.

Як не парадоксально, але «*Самоінвестування (залученість)*» негативно корелює з позитивною привабливістю (r=–,630**, p≤0,001) і комфортом території (r=–,714**, p≤0,001).

займаючи вашу територію (наприклад, хтось заходить в кімнату без дозволу)» (захист). Як бачимо з рис. 4.6, найвищі показники мають ситуації бажання володіти територією. Це є і найбільш типовою, значущою ситуацією, яка вже доволі довго триває і є актуальною на даний момент часу.



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.6. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Територіальність»

Проаналізуємо, від чого таки залежить зростання чи зменшення переживання почуття власності щодо своєї території. За результатами кореляційного аналізу було встановлено, що «*Позитивна привабливість — байдужість*» своєї території як об'єкту власності позитивно корелює з фактором «*Комфортна безпечність — страх небезпеки*» (r=,296*, p≤0,05) та має протилежну залежність із факторами «*Самоінвестування (залученість)*» (r=–,630**, p≤0,001) та «*Готовність — неготовність*

цього було проведено кореляційний аналіз між факторами, які були збережені як окремі змінні, і відповідними показниками.

Для початку було проаналізовано, наскільки актуальними, значущими і типовими для респондентів є ситуації, що описували відповідні соціальні практики. Проаналізуємо отримані дані почергово відповідно до кожної сфери.

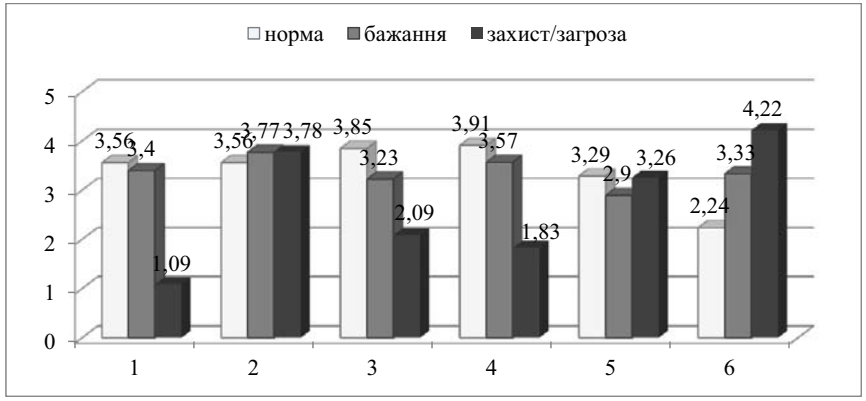
Тілесність як один з онтогенетично перших об'єктів почуття власності. Респондентам пропонувалося оцінити свої переживання у такій соціальній практиці «Ви щоденно доглядаєте за своїм тілом, дотримуєтеся особистої гігієни, дбаєте про безпеку та здоров'я свого тіла». Перспективний стан цієї практики оцінювався за такою ситуацією «Уявіть, що ви хотіли б ретельніше доглядати за своїм тілом, наприклад частіше відвідувати салони краси чи зробити нову зачіску, займатися спортом для підтримки здорового тіла тощо». А загрозливий або ретроспективний стан — «Уявіть, що у вашому місті вимкнули воду і ви вже довгий час не маєте змоги нормально доглядати за своїм тілом, регулярно дотримуватися гігієнічних процедур. Салони краси і спортзали закриті».

Як бачимо з рис. 4.5, соціальні практики, пов'язані з тілесністю особи є доволі значущими, актуальними для неї. Далі проаналізуємо, яким чином корелює почуття власності у вимірі тілесності з іншими ознаками в буденній, унормованій ситуації.

Кореляційний аналіз проводився лише серед даних, що описують соціальну практику в актуальному стані. Так, «*Позитивна привабливість — байдужість*» об'єкту власності позитивно корелює з другим фактором «*Комфортна безпечність — страх небезпеки*» (r=,330**, p≤0,01). Також цей фактор має від'ємний зв'язок з віком (r=–,153**, p≤0,001) та готовністю ділитися (r=–,153**, p≤0,01).

Тобто з віком знижується позитивна привабливість власного тіла як об'єкту власності. Позитивно цей фактор корелює з частотою реалізації такої соціальної практики (r=,240*, p≤0,05), її тривалістю і повторюваністю (r=,454**, p≤0,001) та значущістю (r=,199*, p≤0,05). Привабливість власного тіла як об'єкта власності зростає з підвищенням суб'єктивного фінансового стану (r=,450**, p≤0,001). Такі особи демонструють вищу готовність просити про допомогу (r=,552**, p≤0,001),

вкладати свої ресурси в підтримку тіла, його здоров'я і краси (r=,431**, p≤0,001), більше прагнуть дізнатися про своє тіло, догляд за ним (r=,045**, p≤0,01), демонструють готовність відстоювати своє право володіти і розпоряджання своїм тілом (r=,199**, p≤0,01), прагнення маркувати (r=,045*, p≤0,05). Вони характеризуються підвищеним відчуттям належності до людей, які також дбають про своє тіло (r=,311**, p≤0,01), посиленим відчуттям персоналізації тіла (його належності саме тобі) (r=,363**, p≤0,01). Проблеми, пов'язані з тілом сприймають як власні, особисті (r=,552**, p≤0,001).



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.5. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Тілесність»

Другий фактор «*Комфортна безпечність — страх небезпеки*» щодо тілесності позитивно корелює з частотою проживання такої ситуації (r=,397**, p≤0,001), значущістю (r=,510**,

p≤0,001), фінансовим станом (r=,163**, p≤0,01), готовністю просити про допомогу (r=,507**, p≤0,001), вкладати ресурси (r=,464**, p≤0,001), прагненням дізнатися більше про своє тіло, догляд за ним (r=,163**, p≤0,01). При цьому буденність (r=–,174**, p≤0,01) та зростання віку (r=–,174**, p≤0,01) знижує відчуття комфорту і безпеки щодо тіла. Тобто з віком та з переходом у рутинний, буденний режим знижується комфортна безпечність щодо власносго тіла як об'єкту власності.

«*Самоінвестування (залученість)*» зростає залежно з частотою реалізації даної соціальної практики (r=,444**, p≤0,001), інтенсивністю (r=,426**, p≤0,001) і значущістю переживань (r=,316**, p≤0,01). Особи з суб'єктивно вищим фінансовим станом (r=,426**, p≤0,01) охочіше само інвестують і залучаються. Вони готові просити про допомогу (r=,561**, p≤0,001), вкладати зусилля (r=,586**, p≤0,001) та прагнуть більше дізнатися про своє тіло, догляд за ним (r=,426**, p≤0,001).

Фактор «*Готовність — неготовність ділитися, маркувати і відстоювати своє право володіння*» позитивно корелює з частотою проживання такої ситуації (r=,402**, p≤0,001), значущістю (r=,184**, p≤0,01), тривалістю (r=,242*, p≤0,05), фінансовим станом (r=,192**, p≤0,01), готовністю просити про допомогу (r=,139**, p≤0,01), самоінвестувати (r=,459**, p≤0,001), прагненням дізнатися більше про своє тіло, догляд за ним (r=,192**, p≤0,01), готовністю відстоювати своє право володіння і розпоряджання своїм тілом (r=,630**, p≤0,001), прагнення маркувати (r=,192**, p≤0,01), відчуттям належності до людей, які також дбають про своє тіло (r=,343**, p≤0,001). При цьому фактор має від'ємний зв'язок з віком (r=–,091*, p≤0,05) та готовністю ділитися (r=–,091*, p≤0,05).

Територіальність як один з прадавніх утворень і прояву потреби у власності. Респондентам пропонувалося оцінити такі соціальні практики: «У вас є своя територія (кімната, квартира, закуточок), в якому ви все організували за своїм бажанням, прибираєте, доглядаєте за своєю територією» (актуальний стан), «Уявіть, що ви б хотіли мати свою територію чи збільшити її розмір, покращити якість (власну кімнату чи квартиру, більший будинок (таку територію, якої у вас ще немає))» (перспективний) та «Уявіть, що хтось інший порушує ваш простір, постійно

їй і може бути позначений як «наш». Такн визначення дає певне розуміння процесів внутрішньої регуляції діяльності людини, що відображають зміст та значення, яке має для неї держава як об'єкт власності.

Важливо відрізняти право власності як нормативну конструкцію, яка належить до соціальних відносин між особами і спільнотами щодо об'єкта володіння, від почуття власності як суб'єктивного переживання приналежності собі певних об'єктів власності, що може існувати навіть за відсутності соціального і правового визнання.

Як зазначалося раніше, колективне почуття власності ґрунтується на інстинктивній потребі володіння територією і передбачає соціальне прийняття і визнання (Beaglehole, 1931; Джеймс, 1991; Пайпс, 2008; Хазратова & Луценко, 2011; Verkuyten, 2017), а отже суттєво визначає поведінку людини у соціумі, структуруючи і організовуючи соціальне і фізичне середовище, регулюючи соціальні стосунки і передбачає дотримання нормативних і моральних прав і обов'язків (Ye & Gawronski, 2016). Воно спрощує спосіб взаємодії людей для кращого розуміння та прогнозування їхньої поведінки, зокрема щодо моральних порушень, крадіжок, вторгнення, анексії чи вандалізму, характерних для власності.

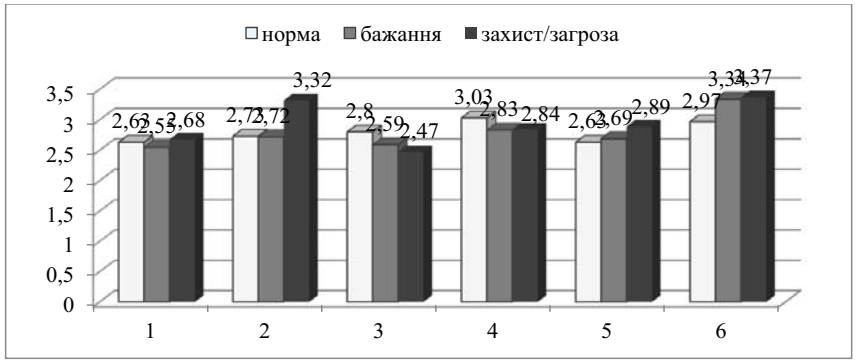
Природньо, що колективне почуття власності виникає в інтерактивній динаміці, що зумовлює формування стійких емоційних відносин і ґрунтується на досвіді взаємодії особи з державою як об'єктом власності. Оскільки цей досвід може бути суперечливим, мати як позитивні, так і негативні епізоди, почуття по відношенню до об'єкту психологічної власності носять амбівалентний характер. Істотну роль у формуванні і розвитку колективного почуття власності мають соціальні інституції, зокрема соціальна символіка, що підтримує їх стійкість, деякі традиції, норми і соціальні практики.

Психологічне проживання почуття власності щодо своєї держави може ставити особливо значущим залежно від життєвої та суспільної ситуації, набуваючи для суб'єкта особистісний смисл, і починає оберігатися усіма фізичними і психологічними засобами. З часом розвиток почуття власності починає диференціюватися і з'являється його зв'язок з такими поняття-

для особи (r=,010**, p≤0,01), тривалості і повторюваності (r=,532**, p≤0,001), а також від актуальності почуття власності на даний момент часу (r=–,312**, p≤0,01) та інтенсивності його переживання (r=–,421**, p≤0,001). Особи, які схильні позитивно оцінювати час і часовий режим частіше звертаються за допомогою (r=,732**, p≤0,001), охочіше діляться з іншими (r=,594**, p≤0,001), прагнуть дізнатися більше про часовий режим, його планування (r=,642**, p≤0,001), При цьому вони активніше відстоюють своє право на власний час (r=,594**, p≤0,001), частіше маркують його (r=,686**, p≤0,001), оскільки є сильне відчуття, що час і його планування належить саме мені (r=,642**, p≤0,001) та вкладають ресурси в його планування (r=,532**, p≤0,001). Вони сильніше відчувають належність до людей, які цінують і контролюють свій час (r=,571**, p≤0,001). Відчуття контролю і можливості розпоряджатися посилює і відчуття комфортності і безпеки щодо свого часу. При цьому буденність знижує і привабливість, і відчуття комфортності і безпеки щодо свого часу (r=–,247*, p≤0,05). Тож, прояв почуття власності щодо свого часового режиму є надзвичайно актуальним і гострим питанням.

Віртуальний простір є ще однією вагомою складовою психологічного простору особистості, в якому вона реалізує почуття власності і який конструюють відповідні соціальні практики. Респондентів попросили оцінити наступні практики: «Ви маєте свій особистий віртуальний простір (наприклад, аккаунт, групу чи сторінку в соціальних мережах). Ви дбаєте про його наповнення, пишете цікаві для вас матеріали, виставляєте важливі для вас фото і відеоматеріали» (актуальний стан), «Уявіть, що ви б хотіли створити свій унікальний віртуальний простір (наприклад, аккаунт, групу чи сторінку в соціальних мережах). Зробити його впізнаваним, цікавим, яскравим. Можливо вести власний блог чи канал» (перспективний) та «Уявіть, що хтось втрутився у ваш персональний віртуальний простір (наприклад, аккаунт, групу чи сторінку в соціальних мережах). Наприклад сторінка була зламана, хтось пише без дозволу на вашій сторінці неприємні речі, поширює без збереження авторства ваші власні матеріали і т.д.» (захист). Як бачимо на рис. 4.12, віртуальний простір як об'єкт власності є менш значущим і цінним

для людини, ніж інші сфери. Водночас його цінність підвищується в ситуації загрози, коли цей простір є потреба оберігати, а такі ситуації захисту є буденними і типовими для людини.



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.12. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Віртуальний простір»

Позитивна привабливість власного аккаунту чи віртуального простору проявляється в сильному відчутті, що мій віртуальний простір належить саме мені (r=,394**, p≤0,01), через активне його маркування і позначення (r=,295*, p≤0,05). У такому випадку особа відчуває належність до людей, які теж позитивно ставляться до віртуального простору (r=,320*, p≤0,05), готова ділитися своїм віртуальним простором чи даними в аккаунті (r=,261*, p≤0,05) та прагне дізнатися більше про нього (r=,261*, p≤0,05). Цікаво, що чим суб'єктивно кращим є фінансовий стан людини, тим менш привабливим для неї є віртуальний вимір (r=–,398**, p≤0,01). Комфортність і безпека користування власним віртуальним простором прямо залежить від частоти відповідних соціальних практик (r=,521**, p≤0,001),

2010, 2018) та формування відповідального громадянина як одного з ключових чинників розвитку демократичного суспільства, зовсім не вивченим є питання рівня сформованості колективного почуття власності громадян, зокрема і українців щодо власної країни та різних етнічних меншин. Є нечисельні спроби обґрунтування поняття колективного почуття власності (Татенко, 2019; Nijs, Martinovic, Verkuyten & Sedikides, 2020; Pierce, Jussila & Li, 2018; Verkuyten & Martinovic, 2017) на відміну від індивідуального чи то приватного, проте бракує прицільних розвідок щодо прояву цього явища на рівні територіальної громади, країни та наднаціональних географічно-політичних об'єднань.

Суший О. (2012) розкриває специфіку інституційних практик державного управління, що відбуваються на перетині соціальної топології та психосоціальної культури. Дослідниця обґрунтовує, що такі практики зумовлені системотвірною дією психосоціального в сучасному постмодерному світі.

Протягом останнього десятиліття кількість соціально-психологічних досліджень міжгрупових відносин суттєво збільшилася, особливо що стосується етнічних та національних меншин, іммігрантів та внутрішньопереміщених осіб. Переважна більшість цих досліджень сфокусована на процесах соціальної категоризації, стигматизації, реалістичних та символічних загрозах. За цей час активно розроблялася і поширювалася теорія психологічної власності (Pierce, Kostova & Dirks, 2002; Asatryan & Oh, 2008). Проте практично не досліджувалися питання колективного почуття власності для групової динаміки, як на рівні локальних територіальних спільнот, так і на державному чи наддержавному рівні.

Тож, проаналізуємо феномену колективного почуття власності до своєї країни як чинника внутрішньо групової згуртованості громадян та посилення міжнаціонального протистояння всередині держави.

Беручи за основу концепт колективної психологічної власності, яку Пірс Дж. і Юссіла І. (2011), визначають як почуття колективного психологічного привласнення та прихильності до групових, спільних об'єктів, які можна виміряти на індивідуальному або груповому рівні, ми визнаємо, що об'єкт, як матеріальний, так і нематеріальний є власністю групи та належить

4.3.4. Колективне почуття власності щодо своєї країни та міжнаціональна напруженість

Колективний досвід є продуктом функціонування колективної свідомості, яка, у свою чергу, може більшою чи меншою мірою взаємодіяти з колективним несвідомим і доповнюватися відповідним досвідом. Крім того, колективний досвід, як і колективна свідомість (за Дюркгеймом Е.) перевищує в сутнісному і якісному розумінні арифметичну суму індивідуальних і групових свідомостей і досвідів, оскільки є атрибтом і здобутком колективного суб'єкта, який теж становить своєрідну соціально-психологічну цілісність, яка не зводиться до суми ідивідуальних і групових суб'єктностей. Ще один аспект стосується формування й усвідомлення учасниками процессу націєтворення досвіду добровільного поєднання своїх суб'єктно-вчинкових ресурсів. Це також досвід суб'єктно-суб1єктної взаємодії та участі в спільному вчинку націєтворення (Татенко, 2019).

Загострення міжнаціонального напруження всередині України і посилення різновекторності її зовнішньополітичних орієнтацій зумовлене тим, що поряд з українською національною більшістю є доволі великі інші національні спільноти. Таке напруження може бути тісно пов'язане з актуалізацією національної ідентичності і колективного почуття власності в умовах відсутності єдиної національної ідеї.

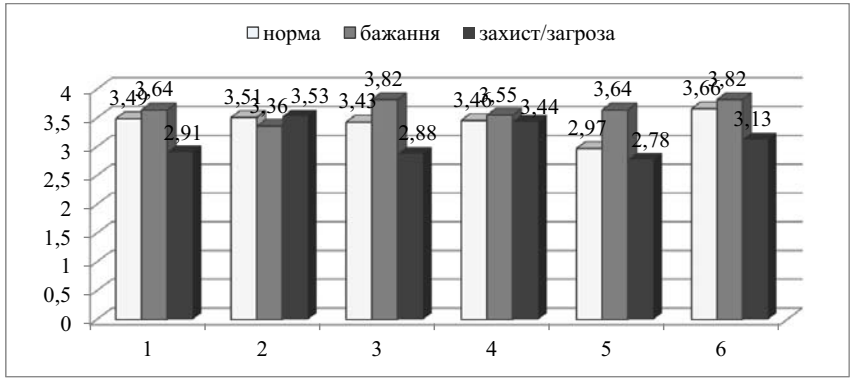
Формування колективного почуття власності громадян щодо своєї країни передбачає забезпечення інтеграції, єдності і цілісності суспільства, розвиток самосвідомості особи як відповідального громадянина полікультурного суспільства. Разом з тим надмірна негативна актуалізація колективного почуття власності може призводити до загострення стосунків між національними меншинами всередині країни, посилювати стигматизацію іммігрантів та внутрішньо переміщених осіб, а також послаблювати і навіть нівелювати глобалізаційні інтеграційні стратегії (Donais, 2012; Ellis, Bianchi, Griskevicius & Frankenhuis, 2017; O'Reilly, 2013).

Поряд з активними науковими пошуками дослідників у сфері розвитку громадянської ідентичності (Дроздов, 2017, 2018; Петровська, 2016; Синельников, 2018; Суший, 2012; Хазратова,

їх значущості (r=,621**, p≤0,001) та тривалості і повторюваності протягом життя людини (r=,465**, p≤0,001), а також від актуальності (r=,526**, p≤0,001) й інтенсивності переживання почуття власності щодо цього об'єкту (r=,461**, p≤0,001). За таких умов проблеми, пов'язані з персональним віртуальним простором, сприймаються як особисті (r=,628**, p≤0,001). Людина буде охочіше просити про допомогу (r=,785**, p≤0,001), вкладати свої зусилля у підтримання цього простору (r=,665**, p≤0,001). Буденність, навпаки, послаблює готовність вкладати свої ресурси та залучатись до підтримки власного віртуального простору (r=–,482**, p≤0,001). При цьому комфортність і безпечність сприйняття віртуального простору знижується з віком (r=–,368**, p≤0,01).

Організаційна сфера, згідно теорії психологічної власності, є однією з вагомих сфер життя людини, а відтак визначає відповідну сферу її психологічного простору. У своєму дослідженні ми попросили респондентів оцінити такі соціальні практики в організаційній сфері «У вас є своє робоче місце (місце для навчання) у вашій організації, компанії. Ви цінуєте і любите свою роботу, робоче місце, колег» (актуальний стан), «Уявіть, що ви б хотіли знайти цікаву роботу в хорошій компанії, зі зручним графіком і доброю заробітною платою» (перспективний) та «Уявіть, що хтось хоче нечесним шляхом зайняти ваше робоче місце або ліквідувати його» (захист). Як відображено на рис. 4.13, ця сфера дійсно є цінною і значущою для респондентів. Відповідні соціальні практики типовими і буденними, а переживання почуття власності щодо цього об'єкту актуальним.

За результатами кореляційно аналізу з'ясовано, що позитивна привабливість організаційної сфери як об'єкта власності позитивно корелює з її комфортністю і відчуттям безпеки (r=,344**, p≤0,01), залученістю (r=,459**, p≤0,001) та готовністю ділитися (r=,476**, p≤0,001). Привабливість робочого місця як об'єкту власності має пряму залежність з частотою (r=,251*, p≤0,05) та тривалістю (r=,251*, p≤0,05) відповідних соціальних практик, а також актуальністю (r=,499**, p≤0,001) та інтенсивністю (r=,377**, p≤0,001) переживання почуття власності щодо цього об'єкту. Буденність, як не дивно, теж підвищує позитивну привабливість робочого місця (r=,306**, p≤0,01).



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.13. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Організаційна сфера»

Особи, які позитивно сприймають своє робоче місце, активніше відстоюють власне право володіння цим об'єктом (r=,560**, p≤0,001), частіше маркують і позначають його (r=,710**, p≤0,001). Вони охочіше вкладають власні зусилля у розвиток об'єкту (r=,523**, p≤0,001) та відчувають належність до людей з цієї ж організаційної сфери (r=,681**, p≤0,001). Для них важливим є відчуття належності об'єкту саме їм (r=,682**, p≤0,001), а проблеми, пов'язані з об'єктом власності, сприймаються як особисті (r=,672**, p≤0,001). Такі особи охочіше звертаються за допомогою (r=,785**, p≤0,001), діляться своїм об'єктом з іншими (r=,824**, p≤0,001) та прагнуть дізнатися більше про об'єкт власності (r=,606**, p≤0,001).

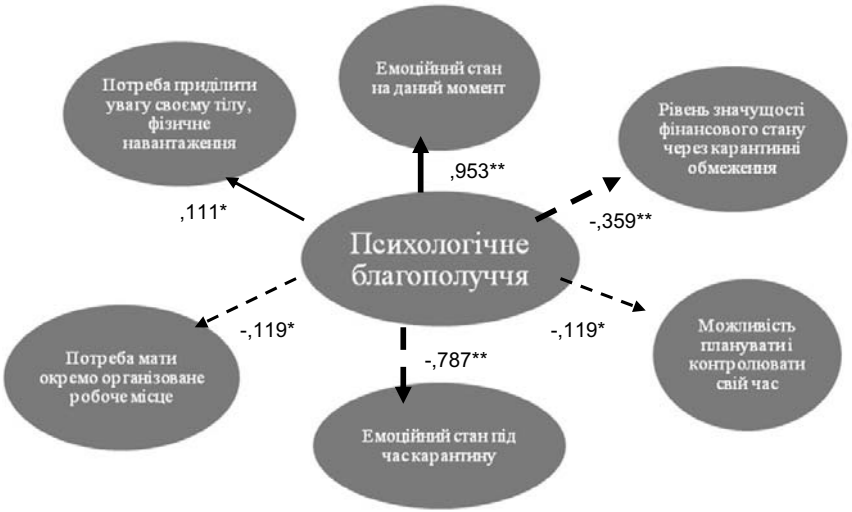
Громадянська сфера, напевно, є однією з найменш вивчених, але водночас не менш важливих частин психологічного простору особистості. Респонденти мали оцінити такі ситуації:

ного ландшафту, осмислюючи актуальний травматичний досвід, коли панує один життєвий контекст, пов'язаний з пандемією, а хвилювання переважно зосереджені навколо прагнення не захворіти та вижити. Наступними за поширенням вона визначає ландшафт саморозвитку, коли люди зосереджуються на позитивних відчуттях і ресурсності, які дають особистісні зміни та можливості самовдосконалення та комунікативний ландшафт, який дає змогу переживати пандемічну повсякденність за допомогою спілкування із значущим оточенням, рідними і друзями, що отримують пріоритетну цінність (с. 97–98).

Через те, що для проведення дослідження ми скористалися од-формою, яка у довільному порядку поширювалася серед користувачів інтернету, вибірка є довільною, а не репрезентативною. Обмеження щодо способу проведення опитування пов'язане з тим, що до респондентів потрапили ті, хто користується інтернетом, має досвід та водночас брак побоювань у заповненні подібного роду опитувальників. Припускаємо, що на заклик пройти опитування з такої тематики відгукнулася певна категорія населення, для якої переживання карантинних обмежень була або занадто болісною, або навпаки викликала «протесний спокій», але, скоріше за все, не залишала байдужими.

Як бачимо, в умовах поширення пандемії почуття власності щодо різних об'єктів власності проявляється у різних одульностях та з різною інтенсивністю. Змінюється предметний зміст цього переживання і соціальні практики його реалізації. В ситуації, що склалася і стала загрозливою як для фізичного здоров'я людини, так і для її психологічного комфорту, означене переживання почуття власності щодо об'єктів, які особа в змозі контролювати виконувало функції адаптації, стабілізації, забезпечення психологічної безпеки, а відтак покращення психологічного благополуччя в кризових умовах. Отримані результати можуть стати основою для розробки практичних рекомендацій, що сприятиме наданню ефективної психологічної допомоги населенню в період пандемії та інших надзвичайних ситуацій, що породжують необхідність переосмислення свого досвіду і переструктурування життєвого простору.

основи для безпеки і стабільності, у тому числі через переконструювання ієрархії значущості певних об'єктів психологічної власності. Людина шукає психологічну опору за рахунок контролю тих об'єктів, до яких вона має доступ і щодо яких може проявити почуття власності в актуальних умовах, що склалися.

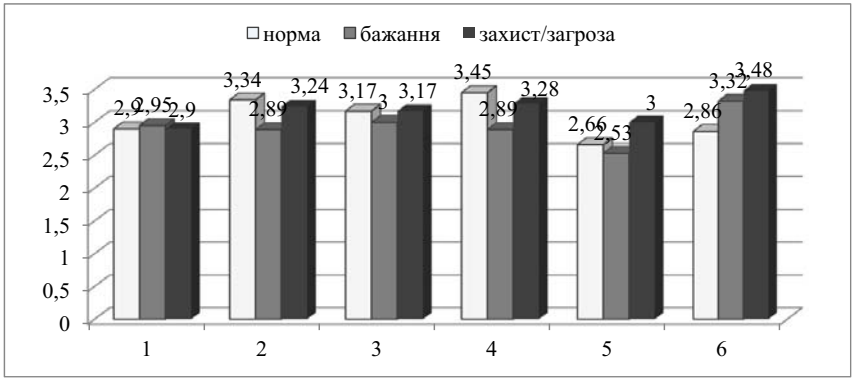


Примітка: ** — кореляція на рівні p≤ ,05; ** — кореляція на рівні p≤ ,01*

Рис. 4.19. Кореляційний аналіз показників рівня психологічного благополуччя та різних сфер проживання почуття власності

У цілому отримані нами дані перегукуються з результатами, які отримала і описала Титаренко Т. (2020), досліджуючи ландшафти життєтворення та особистісну структуру повсякденності в ситуації пандемії COVID-19. Так, дослідниця зазначає, що в період пандемії найбільш типовим і поширеним виявився прагматичний ландшафт життєтворення, що пов'язаний із можливостями удосконалення свого робочого процесу, наявністю чітких планів на майбутнє та суто раціональним сприйняттям небезпеки, пов'язаної з поширення вірусу. Приблизно стільки ж людей, як стверджує Титаренко Т., перебувають у межах екзистенцій-

«Ви любите, цінуєте і поважаєте свою державу. Ви є слухняним громадянином, оплачуєте податки і дотримуєтеся букви закону» (актуальний стан), «Уявіть, що ви б хотіли більше дізнатися про історію і культуру своєї держави, вивчити її закони і мову, бути слухняним громадянином і сприяти збереженню її цілісності» (перспективний стан) та «Уявіть, що хтось втрутився на територію вашої держави, порушує її закони. Ви можете втратити свою державу» (захист). Як бачимо на рис. 4.14 соціальні практики, пов'язані з цим виміром, є значущими і цінними для особи. Хоча більш типовою і буденною є практика, пов'язана із захистом об'єкту, ніж актуальним станом проживання почуття власності, що скоріш за все пов'язано з тривалим військовим конфліктом на Сході країни і актуалізованими переживаннями щодо цього.



Примітка: *1 — Наскільки часто така ситуація, практика трапляється у вашому житті; 2 — Наскільки такі дії цінні, значущі, важливі для вас; 3 — Наскільки ці дії актуальні для вас на даний момент життя; 4 — Протягом якого періоду такі дії є вашу житті (тривалість) (з'явилось зовсім нещодавно); 5 — Наскільки ваші переживання з приводу таких дій є інтенсивними; 6 — Наскільки така ситуація є буденною, типовою для вас.*

Рис. 4.14. Показники прояву соціальних практик та почуття власності у вимірі «Громадянська сфера»

Привабливість країни як об'єкту власності позитивно пов'язана з актуальністю проживання почуття власності (r=,266*, p≤0,05) та тривалістю і повторюваністю самої практики (r=,427**, p≤0,001). Вона зумовлює відчуття належності до кола співгромадян, які поділяють спільне ставлення до країни (r=,264*, p≤0,05). Такі особи проблеми, пов'язані з країною, сприймають як свої особисті (r=−,284*, p≤0,05). Вони частіше звертаються за допомогою (r=,421**, p≤0,001), готові ділитися з іншими (r=,311*, p≤0,05) та прагнуть більше дізнатися про країну (r=,529**, p≤0,001). Буденність натомість знижує відчуття комфортності і безпеки щодо країни як об'єкта власності (r=−,296*, p≤0,05). Цікаво, що чим вище суб'єктивно фінансовий стан людей, тим більш привабливо, комфортно і безпечно вони сприймають власну країну (r=,224**, p≤0,01) і тим активніше готові залучатися до її розвитку (r=,474**, p≤0,001). Готовність ділитися, маркувати напряму залежить від потреби відстоювати право володіння країною, при цьому відчуття належності країни саме мені суттєво знижується.

Узагальнюючи варто підкреслити, що реалізація почуття власності в соціальних практиках кожного окремого виміру має певні специфічні нюанси. Проте можна і викоремити низку закономірностей, що властива усім вимірам. Наприклад, посилення почуття власності, а відтак і привабливість об'єкту, через повторюваність і значущість відповідних практик. Сформоване і актуалізоване почуття власності, як правило проявляється, у відчутті належності до певної референтної у даному випадку спільноти, актуалізованим переживанням персонального почуття власності щодо об'єкту, прагненням його маркувати і позначати, готовністю ділитися і прагненням поглибити свої знання щодо об'єкту власності.

власності, який суттєво втратив свою важливість під час пандемії стали коштовні речі (2,3 і 3,05, p≤ ,01). Очевидно відбулося певне знецінення і усвідомлення даремності і недоцільності таких речей в умовах надзвичайної ситуації.

Як бачимо, з рисунку 4.18, після завершення карантинних обмежень частина гострих, актуалізованих потреб поступово послабила свою значимість.

Порівняння даних під час карантину не продемонструвало статистично значущих відмінностей між чоловіками і жінками, окрім потреби мати власний транспорт, де у жінок така потреба суттєво більше зросла порівняно з чоловіками (5,97 і 4,71, p≤ ,05). Після ослаблення карантину (другий замір) статистично значущі відмінності були зафіксовані тільки щодо потреби у соціальних контактах (5,35 і 4,57, p≤ ,01) та близькому, тілесному контакті з близькими (5,02 і 4,40, p≤ ,01), де потреба жінок зросла сильніше за чоловіків.

Для визначення взаємозв'язку між проявом почуття власності під час карантину в різних соціальних практиках з рівнем психологічного благополуччя населення нами було проведено кореляційний аналіз (рис. 4.19). Кореляційний аналіз показав статистично значущу обернену залежність між рівнем психологічного благополуччя та потребою в стабільності фінансового стану під час карантину (r= −,359**, p≤ ,01), потребою планувати та контролювати свій час (r= −,119*, p≤ ,05); потребою мати окреме організоване робоче чи навчальне місце (r= −,119*, p≤ ,05); а також пряму залежність із потребою приділити увагу своєму тілу, мати фізичне навантаження (r=,111*, p≤,05). Тобто хвилювання щодо нестабільного матеріального стану, неможливості організувати свій робочий простір планувати, контролювати свій час, відчуття, що більшість планів зруйновано, і людина не може на це вплинути, негативно позначилися на рівні психологічного благополуччя. Натомість фокусування на догляді за своїм тілом, фізичних навантаженнях, станом здоров'я тощо підвищувало рівень психологічного благополуччя.

Такі дані дають підстави стверджувати, що в загрозливих, нестабільних умовах, психіка людини зорієнтована на запуск адаптивних механізмів і стратегій. Вона схильна шукати певні

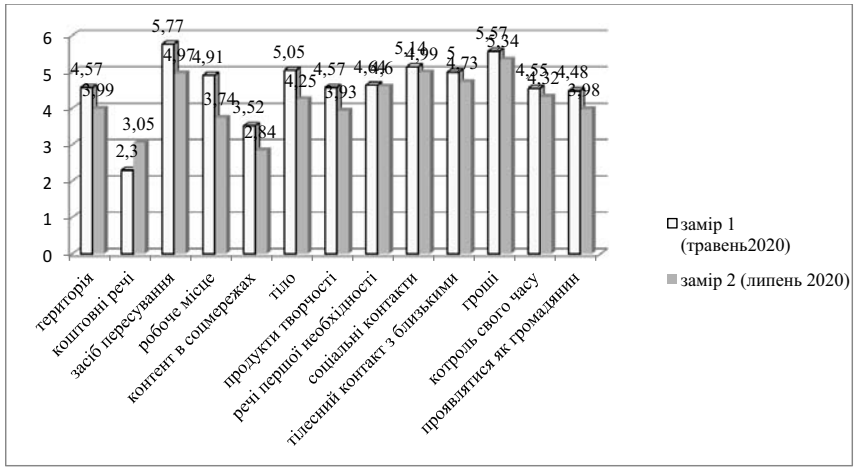


Рис. 4.18. Динаміка значущості певних об'єктів власності під час та одразу після карантинних обмежень

Наступним за рівнем актуальності виявилася потреба мати свою територію для можливості усамітнення і відпочинку (4,57 і 3,99, p≤,05), та спеціально організоване робоче чи навчальне місце (4,91 і 3,74, p≤,01). Суттєве зниження останнього у другому замірі може бути пов'язане із закінченням навчального року, періодом канікул і відпусток, що полегшило ситуацію з необхідністю організації робочого чи навчального місця. Знову ж таки після зняття карантинних обмежень, люди змогли повернутися до своїх звичних робочих місць. Відносно зросла потреба самовираження через продукти творчості, хобі, висловлення власної позиції і думок (4,57 і 3,93, p≤ ,05), а також через активну комунікацію у соціальних мережах (3,52 і 2,84, p≤ ,05). Разом з тим бачимо, що комунікація у соціальних мережах та перебування в інтернеті суттєво знижується з послабленням карантинних обмежень, оскільки під час карантину це був чи не єдиний спосіб взаємодії зі світом, і навчання, і роботи, і соціальних контактів, а тому відбулося стрімке перенасичення онлайн форматом, що спонукало людей відмовлятися по можливості від користування інтернет-ресурсами і повертатися до офлайн комунікації у реальному часі. Єдиний об'єкт

4.3. Варіативність прояву почуття власності

4.3.1. Реалізація почуття власності в контексті психологічного тяжіння до бідності

Як було зазначено у попередньому розділі реалізація почуття власності в соціальних практиках у певних сферах залежить і від суб'єктивного сприйняття фінансового стану особи. Наприклад, значущість і прояв соціальних практик, що пов'язані з тілесністю, ідеями, цінностями, віртуальним простором тощо, а відтак і відповідного почуття власності посилюється із підвищенням суб'єктивного показника фінансового стану респондентів.

Низка теорій, що пояснюють психологічну природу бідності, вказують на те, що ставлення до власності, готовність бути власником у широкому сенсі цього слова, а відтак і проживання почуття власності до різних об'єктів є невід'ємною складовою економічної культури і мислення людей (Carr, Bandawe & Ch., 2011). Як доводять вчені, однією з причин бідності і багатства є уявлення та постави людей щодо власності (Тапилина, 1997; Васютинський, 2016 б; Сорокин, 1993; Шибанова & Хащенко, 2002; Frankenhuis & Nettle, 2020). З огляду на це ми поставили завдання перевірити, чи впливає психологічне тяжіння до бідності як певний стильовий спосіб здійснення культури бідності на реалізацію почуття власності.

Теорія психологічного тяжіння до бідності розроблялася в лабораторії психології мас і спільнот Інституту соціальної та політичної психології НАПН України під керівництвом професора Васютинського В. Для психологічних досліджень важливим є не об'єктивні показники бідності, що розраховуються на основі рівня прибутків і фінансових спроможностей громадян, а суб'єктивна оцінка і рівень психологічного тяжіння до бідності. Мова йде про сукупність умов життєдіяльності людини, що впливає на формування її свідомості та поведінки (Васютинський, 2013).

В основу розуміння бідності як стилю життя покладена теорія Оскара Льюіса, який визначав субкультуру бідності як стиль життя, який передається з покоління в покоління, від батьків дітям, а також як реакція бідних на їхній маргінальний стан

у класово-стратифікованому, індивідуалістському капіталістичному суспільстві (Lewis, 1998; Gaus, 2009). У продовження теорії культури бідності О. Льюіса, Васютинський В. запропонував поняття психологічного тяжіння до бідності, яке він визначає як схильність особи обирати бідність як стиль життя, надавати перевагу такому станові як суб'єктивно комфортному (Васютинський, 2016 б). Власне цим поняттям ми і послуговувалися у своєму дослідженні. Ми поділяємо думку, що для психологів найважливішим є вивчення не об'єктивної, а суб'єктивної бідності, оскільки відмінність між бідними і багатими полягає не тільки у розмірі їх прибутків, а й у способі життя, характерному для цих двох соціальних груп. Бути бідним і бути багатим — це два відмінні стилі життя і способа мислення.

Наприклад, одним з негативних явищ (проявів) неефективних стратегій взаємин власності є соціальне утриманство, передумовами виникнення якого є низький рівень особистісної зрілості, здатності до емпатії, толерантності, переважання суперництва як способу побудови взаємин і екстернальний локус контролю (Кліманська М., 2007).

Виходячи із завдань і моделі дослідження було опитано 424 особи віком від 18 до 76 років. З них 117 чоловіків і 307 жінок. Опитування провоилося з урахуванням результатів попереднього дослідження, а саме факторів, що структурно описують особливості переживання почуття власності в соціальних практиках: позитивна привабливість об'єкту власності, комфортна безпечність, самоінвестування та готовність залучатися і готовність ділитися і маркувати. До цього переліку питань було додано Питальк «Психологічне тяжіння до бідності» (Васютинський, 2013), Питальник інтерперсонального діагнозу Т. Лірі (Фетискин, 2002) та Методика діагностики соціально-психологічної адаптації К. Роджерса і Р. Даймонд (СПА) (Фетискин, 2002). Також ми додали питання для уточнення демографічного портрету респондентів: вік, стать, місце народження (село, селище, мале місто, велике місто) і відповідно місце проживання, рівень освіти і суб'єктивний рівень фінансового стану.

Результати наших попередніх досліджень підтверджують думку щодо поширеності бідності як стилю життя серед українського населення загалом, при цьому найбільш ураженими

Опитуваним пропонувалося оцінити, як змінилося їхнє життя та переживання під час карантину, чого їм бракувало, що мало найбільшу цінність, що хотілося придбати тощо. Також, респондентам необхідно було оцінити за семибальною шкалою, як змінилося їхнє бажання володіти певними об'єктами власності залежно від сфер, де 1 бал — сильно знизилося бажання володіти цим об'єктом власності, а 7 — дуже зросло бажання володіння. Отримані дані аналізувалися з урахуванням рівня психологічного благополуччя осіб (за «Шкалою психологічного благополуччя», Ріфф К.).

Отримані дані опрацьовувалися за допомогою методів математичної статистики у програмі SPSS.26, зокрема порівняння середніх, кростабуляція, кореляційний аналіз, а також контент-аналіз.

Важливим було визначити емоційний фон респондентів під час карантину. Для цього досліджуваним ставилося відкрите питання «Під час карантину я найчастіше відчував/ла...». Дані опрацьовувалися за допомогою контент-аналізу. Так одними з домінуючих емоційних станів були: тривога і хвилювання (63,6% опитаних), сум (43,2%), спокій (43,2%), самотність (38,6%), втома, знесилення (31,8%), нудьга (25%).

Так, було визначено, що в період жорстких карантинних обмежень найбільше зросло бажання і потреба володіти засобом пересування, тобто власним транспортом, що знижувало залежність людей від громадського транспорту, який фактично було заблоковано, а отже давало відчуття свободи і можливості самодопомоги і разі необхідності (5,77 і 4,97, $p \leq ,01$) та достатньою сумою грошей (5,57 і 5,34). Результати відображено на рис. 4.18. Як бачимо, потреба мати достатню суму грошей для власної безпеки не втратила своєї актуальності і після завершення карантину, оскільки ті фінансові втрати, які понесли люди під час карантину мають довготривалі наслідки. Також зросла потреба соціального контакту з іншими (5,14 і 4,99), тісного, тілесного контакту з близькими людьми (5 і 4,73) та потреба догляду за власним тілом (5,05 і 4, 25, $p \leq ,01$). Разом з тим перші дві потреби не втратили своєї актуальності і після закінчення карантину, оскільки під час ізоляції люди встигли оцінити важливість і незамінність соціальних контактів.

низку складних особистісних переживань, відбувається переструктурування і зміщення акцентів у реалізації та прояві почуття власності у різних сферах життєдіяльності людини через трансформацію, актуалізацію/деактуалізацію відповідних соціальних практик.

У цьому дослідженні ми мали на меті виявити структурно-динамічні особливості проживання почуття власності в умовах карантинних обмежень в період пандемії COVID-19. Поставлена мета передбачала виконання трьох основних завдань: 1) визначити і порівняти особливості переживання почуття власності щодо різних об'єктів власності під час карантинних обмежень та через деякий час після зняття таких обмежень; 2) визначити такі структурно-динамічні особливості залежно від статі та віку опитаних; 3) виявити зв'язки між проявом почуття власності під час карантину в різних сферах з рівнем психологічного благополуччя населення.

Дослідження проводилося за допомогою онлайн опитування, яке включало: відкриті питання для з'ясування емоційного стану під час карантину, найбільш і найменш актуалізованих потреб володіння та особливостями реалізації і проживання почуття власності під час карантину; метричні шкали, за допомогою яких ми з'ясовували, наскільки знизилась чи зросла певна потреба у власності, а не її актуальний стан; та стандартизовану «Шкалу психологічного благополуччя» (Ріфф К.). Важливо було зрозуміти, як респонденти сприймають, оцінюють свої переживання й емоційний стан на час карантину та вже на час послаблення карантинних обмежень. Таке порівняння дає змогу окреслити динаміку не тільки емоційних переживань, але й розглядати їх як фактори посилення чи послаблення почуття власності щодо певних об'єктів володіння.

Для досягнення мети дослідження було проведено онлайн опитування серед 363 осіб, 41,8% чоловіків і 58,2% жінок. Середній вік респондентів 35,7, від 15 до 76 років. Опитування проводилося дистанційно за допомогою хмарного сервісу гугл-форми у два етапи: перший — у травні 2020 року — період посиленого карантину і загострення психологічних переживань людей; другий — через місяць-півтора після послаблення карантину на початку липня 2020 року.

в цьому сенсі виявляються вихідці із сіл і селищ (Губеладзе, 2016). В низці досліджень, у тому числі і в нашому емпірично доводиться існування феміністичного обличчя бідності в Україні (там само; Nwaoduh, 2017), що пов'язано не тільки з соціальними ролями, які виконує жінка, але й з певними їхніми особистісними рисами, соціокультурним контекстом. За результатами наших досліджень 48,5% жінок схильні до бідності, в той час як серед чоловіків таких лише 29,1%. Близько чверті як чоловіків (27,3%), так і жінок (25,7%) мають середній рівень тяжіння до бідності. При цьому 43,6% чоловіків і 25,7% жінок не являються носіями культури бідності. Такі відмінності значущі на статистично значущому рівні ($p \leq 0{,}001$) і вчергове підтверджують тезу щодо жіночого обличчя бідності (Губеладзе, 2016).

Респондентам пропонувалося оцінити особливості прояву їх почуття власності щодо різних об'єктів відповідно до різних вимірів і соціальних практик за чотирма показниками: позитивна привабливість об'єкту, комфортна безпечність володіння, готовність само інвестувати і залучатись та готовність ділитися, маркувати і відстоювати право володіння.

Оскільки прояв вказаних показників у різних вимірах не мав статистично значущих відмінностей, ми порівнювали середні значення спільно по всім вимірам. Так, на рис. 4.15 видно, що особи з високим рівнем психологічного тяжіння до бідності доволі позитивно оцінюють самі об'єкти власності і можливість володіти ними. Проте їхнє сприйняття супроводжується сильними переживаннями щодо небезпечності, складності і додаткових зусиль, які треба докладати. Такі осби не готові відстоювати своє право володіння, маркувати і захищати об'єкти власності.

Особи, які психологічно тяжіють до бідності, доволі обережні приймаючи важливі рішення і не схильні до поспішності і необміркованості. Вони не готові активно залучатися до підтримки об'єктів власності і вкладати свої ресурси, час та зусилля.

Причинність і відповідальність за події, що трапляються у їхньому житті, у тому числі і фінансову неуспішність, вони покладають на зовнішні сили (4,95 і 4.12, $p \leq .001$). Схильність до зовнішнього локусу контролю пов'язана з такими рисами, як невпевненість у своїх можливостях, неврівноваженість, прагненні відкласти реалізацію намірів на невизначений термін,

тривожність, підозрілість, конформність та агресивність. Через неможливість впливання на перебіг подій, у осіб із зовнішнім локусом контролю переважно формується безпорадність та зниження пошукової активності, на відміну від осіб із внутрішнім локусом контролю.

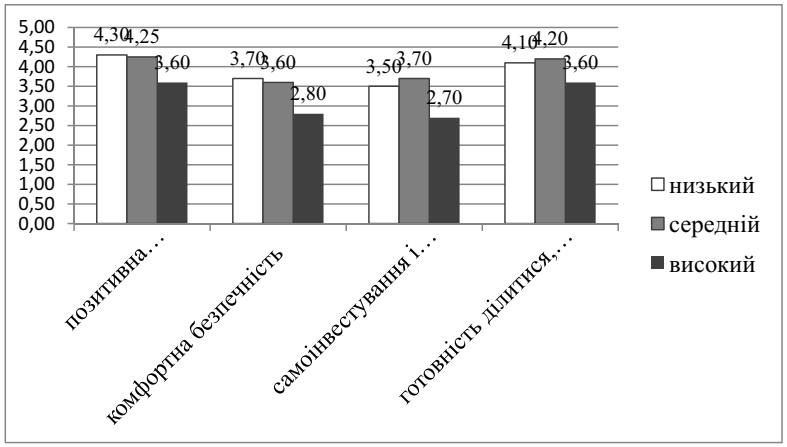


Рис. 4.15. Особливості прояву почуття власності в соціальних практиках залежно від рівня психологічного тяжіння до бідності

Для осіб, що психологічно тяжіють до бідності, характерним є вищий рівень дезадаптації, порівняно з небідними, що пов'язано з вищим рівнем екстернальності, неприйняття себе та критичності до інших, гострішим відчуттям емоційного дискомфорту; нижчий рівень авторитетного домінування і конкуренції, тобто схильність підпорядковуватися, бути слухняними і залежними; нижчий рівень самооцінки та невпевненість у собі і своїх здібностях, а отже нижча схильність до конкуренції через відчуття зневіри у власні можливості; менша схильність до фінансового оптимізму, глибше відчуття фінансової депривованості; поміркованe, делікатне, однак самостійне і зріле ставленні до оточення і до себе; нівелювання ролі освіти в житті людини тісно пов'язане з відсутністю чітких планів на майбутнє і здатності до планування свого життя.

Як обґрунтовує Каліщук С. (2020), людина у кожній життєвій ситуації співвідносить себе зі світом, тобто знаходиться у пошуку того смислу, який на даному життєвому проміжку визначатиме якість і зміст її екзистенції через самодетермінацію, рефлексію, внутрішні діалоги та зумовлюватиме динаміку в архітектоніці її смислів (с. 15). Вибудовуючи нову картину світу і визначаючи якість свого життя, людина, орієнтується на актуальне значення якості життя, що відображається в її суб'єктивних відчуттях, а ці відчуття формуються на основі конкретних об'єктивних умов (Чиханцова, 2020).

Сучасні наукові розвідки зафіксували трансформації в різних соціальних практиках та поведінкових патернах в період пандемії (Титаренко, 2020; Kirk & Rifkin, 2020). У своєму дослідженні Кірк К. та Ріфкін Л. зафіксували низку незвичних моделей поведінки споживачів, які домінували на початку пандемії COVID-19. Вони вивчали споживчу поведінку людей на трьох етапах: реагування (наприклад, накопичення та відкидання), подолання (наприклад, підтримка соціальних зв'язків, самостійне створення необхідних речей, трансформація усталених поглядів на бренди) та довготермінова адаптація (наприклад, потенційно трансформаційні зміни у споживанні, а також у особистісній та соціальній ідентичності) (Kirk & Rifkin, 2020). Як бачимо, в ситуації карантину, що поглибила потребу в призвичаєні до нових умов, почуття власності щодо тих чи інших об'єктів виконувало адаптивну і продуктивно-конструювальну функцію, спонукаючи людей переконструйовувати звичний спосіб життя та адаптуватися в ньому.

Проведене нами дослідження стало відповіддю на той виклик, який поставило перед людством обставини планетарного характеру. В цілому досліджуючи психологію реалізації почуття власності у різних соціальних практиках, ми не могли не скористатися можливістю, які надали нам як дослідникам, зовнішні, загалом несприятливі для людства, обставини, створивши умови для природного експерименту, де в реальному часі та просторі відбулися суттєві зрушення і переконструювання способів проживання почуття власності в різних соціальних практиках.

Ми припустили, що внаслідок пандемії COVID-19 та відповідних карантинних обмежень, як зовнішньої умови, що породила

можна назвати своїм. Воно забезпечує відчуття приналежності, самоефективності, ідентифікації та відчуття безпеки, що проявляється через можливість контролювати об'єкт власності, розпоряджатися ним та впливати (Noguti & Bokeyar, 2014; Pierce, Kostova & Dirks, 2002).

Як було показано раніше, модальність і ступінь вираженості почуття власності залежить від різних внутрішніх чинників та зовнішніх умов, які можуть актуалізувати або деактуалізувати дане переживання. Такою умовою і стала сама пандемія COVID-19 та карантинні обмеження, пов'язані з нею.

Те, що ще вчора було звичним і унормованим втратило свою значущість і перестало бути джерелом стабільності і безпеки. Люди вчилися жити в зовсім нових для себе умовах, дуже часто не маючи змоги, а скоріше навіть права, виходити з власного приміщення, бачитися з близькими людьми, просто прогулюватися звичними місцями. Така невизначеність і різка руйнація джерел стабільності викликала в людей значні негативні переживання, підвищення тривожності, апатію, участішання випадків панічних атак тощо. У таких умовах майже інтуїтивно особа починає шукати інші джерела стабільності і безпеки, те, що може потрапляти в зону її контролю.

Розглядаючи екзистенційні ландшафти особистісного життєтворення, у тому числі у посттравматичний період, Титаренко Т. (2020) визначає прагматичний, споживацький, гедоністичний, сімейний ландшафт та ландшафт саморозвитку, стверджуючи, що за умов відносної стабільності життя людина може довгий час залишатися в межах одного ландшафту. Однак за умов динамічних трансформацій, коли зовнішні умови ставлять людину перед необхідністю інакшого, нового способу життєтворення, який передбачає перегляд актуальних життєвих завдань, звичного способу комунікації, усталених соціальних практик, людина може змінювати свій життєвий ландшафт. Особливо виразно це відбувається у кризові періоди, під час екстремальних та травматичних ситуацій (с. 15–17). Новий життєвий досвід, з яким стикнулось суспільство під час пандемії виявилося принципово інакшим, екстремально незвичним для багатьох людей, що безумовно породило низку гострих переживань і кризових станів.

4.3.2. Особливості прояву почуття власності в соціальних мережах

З огляду на те, що поява і поширення інформаційного простору призвела до виникнення та суттєвого посилення презентації віртуальної ідентичності особи, що часто супроводжується викривленням як самого почуття власності, так і привабливості об'єктів власності, увиразнились суттєві зрушення у практиках комунікації. Відтак перед нами постало завдання теоретично обґрунтувати та емпірично верифікувати особливості реалізації почуття власності в соціальних мережах як одній з важливих сфер життєдіяльності сучасної людини.

Для проведення емпіричного дослідження було використано комплекс загальнонаукових теоретичних, емпіричних і статистичних методів. Для досягнення поставленої мети навесні 2019 було проведено опитування серед 158 осіб — користувачів Інтернетом та соціальними мережами, віком від 15 до 77 років, середній вік 34,7 років. Чоловіків 58 та жінок 100 осіб. Опитувальник включав 16 змістових питань та питання щодо соціально-демографічних даних респондентів (Додаток І). Опитування мало на меті визначити особливості прояву почуття власності щодо власного профілю та особливості прояву віртуальної ідентичності респондентів.

Було визначено, що 75% жінок і 65,5% чоловіків вважають свій профіль (аккаунт, сторінку чи групу у соціальних мережах) такими, що належать тільки їм і вони можуть позначити їх словом «моє».

Важливо було проаналізувати семантичний простір поняття володіння інформаційним простором в уявленнях користувачів соціальних мереж. Так за допомогою кореляційного аналізу з використання коефіцієнта χ^2 Пірсона було визначено, що відчуття володіння особистим аккаунтом, простором прямо пов'язано з можливістю самостійно визначати, обмежувати і контролювати, хто може бачити сторінку($r=,374^{**}$, $p\leq0,001$); можливістю самостійно добирати контент для своєї сторінки і створювати будь-який образ себе ($r=,307^{**}$, $p\leq0,001$); можливістю вільно висловлювати свою думку і позицію у своєму профілі ($r=,257^{**}$, $p\leq0,001$); можливістю написати на своїй сторінці,

що завгодно, що і як подобається, не думаючи про те, як відреагують на це інші (r=,240**, p≤0,01); можливістю контролювати список своїх «друзів», додавати чи видаляти будь-кого (r=,214**, p≤0,01) та можливістю у будь-який момент повністю закрити сторінку для інших (r=,198*, p≤0,05). Кореляційна плеяда представлена на рис. 4.16.

Відповідно була зафіксована від'ємна кореляція щодо відсутності суб'єктивного відчуття, що це мій простір негативно корелює з (r= –,554**, p≤0,001).

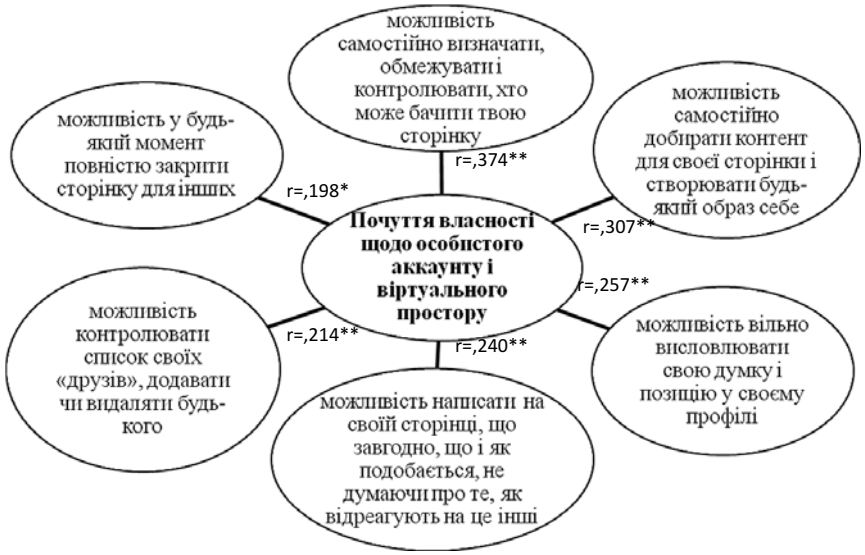


Рис. 4.16. Співвідношення між відчуттям власності щодо особистого аккаунту, віртуального простору та іншими твердженнями

Цікавими є результати прояву почуття власності щодо особистого аккаунту чи профілю залежно від віку респондентів. Це питання оцінювалося за 5-ти бальною шкалою, де 1 — точно ні, 2 — скоріше ні, 3 — важко відповіти, 4 — скоріше так, 5 — точно так. Так, 100% респондентів віком до 20 років (N=22) відзначили, що точно або скоріше мають таке відчуття (рис. 4.17).

життя у соцмережах. Було зафіксовано три парадокси в процесі реалізації почуття власності в соціальних мережах: 1) добровільно створюючи аккаунт і розміщуючи приватну інформацію, користувачі демонструють високий рівень незадоволеності, що будь-хто може знайти і використовувати їхні дані; 2) чим більше особа залучається до діяльності в інтернет-просторі, створенні контенту, тим сильнішим стає її почуття власності щодо цієї сфери,а отже і посилюється відчуття контролю над нею, але в той же час посилюється залежність і реальна неможливість контролювати свою активність у ступінь залученості до соціальних мереж; 3) створення привабливішого образу себе і невизнання цього за собою з одного боку, та фіксування такої невідповідності за іншими — з другого.

На нашу думку, цікавим напрямом подальших досліджень у цій сфері може бути вивчення можливостей викривлення презентації психологічної власності та її сприйняття у соціальних мережах за допомогою різних медіа технологій та дослідженні відповідних психологічних наслідків, які можуть виникати як результат невідповідності між реальним і віртуальним світом.

4.3.3. Структурно-динамічні особливості проживання почуття власності в умовах карантинних обмежень під час пандемії COVID-19

Пандемія COVID-19 стала серйозним викликом як для людства в цілому, так і для окремої особи зокрема. Гострі психологічні питання та виклики, що постали перед суспільством зумовили загострення різних психологічних переживань та актуалізацію тривожності, страху, невпевненості тощо (Рудницька, 2020; Титаренко, 2020; Clair, Gordon, Kroon & Reilly, 2021; Javed, Sarwer, Soto & Mashwani, 2020; Pietrabissa & Simpson, 2020; Zacher & Rudolph, 2021). Одним з таких проявів стало переструктурування сфер прояву почуття власності, яке ми розуміємо як суб'єктивне емоційне переживання людини щодо належності їй певних об'єктів власності, що відображає зміст та значення, яке мають для неї реальні або абстрактні, конкретні або узагальнені об'єкти власності, тобто все те, що

свій образ. Разом з тим, вони часто помічають, що інші люди (але не я) прикрашають, поліпшують свій образ у соціальних мережах за рахунок створення неправдивих фото чи написання спеціальних статусів.

Емпіричне дослідження особливостей реалізації почуття власності в соціальних мережах показало високий рівень прояву ефекту володіння щодо персонального профілю чи аккаунту в соціальних мережах. Цифрові аккаунти розглядаються як одна зі сфер чи то майданчик для реалізації почуття власності та сприймаються суб'єктами інформаційної діяльності як власний простір з усіма атрибутами психологічного володіння. Продемонстровано ознаки психологічності віртуального простору, що виражається у підвищеній персоналізації, ідентифікації з інтернет-спільнотою, мотивації/демотивації активності у соціальних мережах, залученості, співпереживанні і у страхові втрати. Показано наявність та якісне вираження змін у феноменології переживання власності, ідентичності суб'єктом, психічні функції якого все частіше активізуються не в умовах традиційного діалогічного спілкування, а перенасиченому інформацією медіа просторі, у ситуації гіперреальності і гіпертексту. Почуття власності щодо віртуального простору має ті самі ознаки, що і у реальному просторі, а саме самоінвестування, територіальність або платформу, самоідентифікацію або віртуальну ідентичність, самоефективність, захист, можливість контролювати, персоналізація, страх втратити. Загалом жінки мають вищий рівень сформованості почуття власності щодо інформаційного простору порівняно з чоловіками, вони активніше долучаються до творення авторського контенту, дискусій, гостріше переживають ефект володіння, психологічне бажання привласнення та страх втрати. Віртуальний простір, власний аккаунт в уявленнях користувачів соціальних мереж асоціюється з певною територію, рідше — річчю. У молодих користувачів інтернетом є сильним прояв відчуття, що їхніх віртуальний простір належить тільки їм. Вони демонструють значно вищий рівень ідентифікації з власним профілем, страх втрати його, готовність створювати контент ніж старше покоління. Спостерігається суттєве викривлення віртуальної ідентичності, що полягає в необ'єктивній оцінці представленості власного та чужого

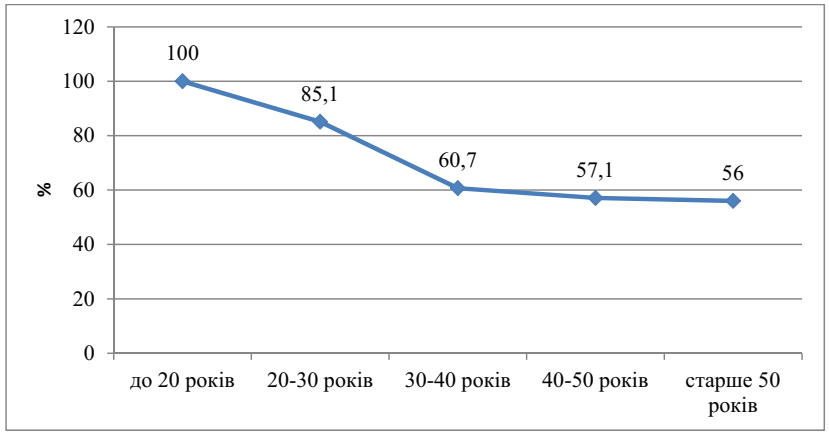


Рис. 4.17. Поява почуття власності особистого віртуального профілю залежно від віку

Цю ж думку підтримує 85,1% респондентів віком від 20 до 30 років (N=47), 60, 7% віком від 30 до 40 років (N=28), 57,1% від 40 до 50 років (N=35) і 56% старше 50 років (N=25). Відсутнє суб'єктивне відчуття інтернет-простору як власного продемонстрували 3,8% загальної вибірки, і 8,3% сказали, що скоріше не мають такого відчуття. Як бачимо переважна більшість опитаних (майже 88%) вказують на суб'єктивне відчуття володіння аккаунтом чи профілем. Незважаючи на те, що більшість опитаних переконана, що може модерувати і контролювати аккаунт і у будь-який момент видалити усю інформацію. І тут має місце певний парадокс — користувачі соціальних мереж самостійно створюють відповідні аккаунти, розуміючи, що це від самого початку буде порушувати їхню приватність і разом з тим ображаються і сприймають як порушення власності, коли хтось знаходить приватну інформацію про них в інтернеті, «неадекватно» коментує пости, не так інтерпретує чиюсь особисту інформацію.

Одним з ключових показників сформованості і прояву почуття власності є страх втратити те, що відчуваєш як «своє». З цією метою ми запитали респондентів про відчуття, які може мати людина, у якої зламали аккаунт. Прогнозуючи реакції

інших людей, особа по факту проекує власні переживання. Оцінюючи, як відчувають себе люди, у яких зламали аккаунт чи заблокували сторінку, респонденти найчастіше вказували, що це відчуття схоже на те, що «хтось без дозволу втрутився на твою територію» (r=,317**, p≤0,001); «ти втратив важливу, дорогу тобі річ» (r=,269**, p≤0,001); або «пограбували твій дім» (r=,184*, p≤0,05). Тобто профіль сприймається скоріше як певний простір, територія, а створюваний контент як річ, продукт, які належать користувачу і на які поширюється почуття власності.

Відповідно, відповідь «нічого особливого не відчувають, бо завжди можна швидко зробити новий аккаунт чи сторінку» має від'ємну залежність (r= –,464**, p≤0,001) і таку відповідь надали тільки 12,1% опитаних.

Ще одним важливим показником і фактором актуалізації почуття власності є порушення легітимності психологічного володіння, кордонів і власного простору. Що стосується соціальних мереж, то тут як прояв порушення власного простору люди сприймають, коли інші додають особу у різні групи без її згоди (65,6% чоловіків та 66% жінок), коли створений особою текст, фото, відео, інфографіку тощо хтось викладає собі на сторінку без збереження авторства (32,8% чоловіків і 58% жінок), коли хтось відмічає особу на колективних фото або спільних вітальних листівках (25,8 % чоловіків і 31% жінок), коли хтось сторонній пише на приватній сторінці особи (18,8 % чоловіків та 30% жінок). Серед іншого до порушень власного простору користувачі соціальних мереж віднесли приватні повідомлення від незнайомих осіб, у тому числі зі спам-розсилкою листівок та знайомства, викладання приватних фото без дозволу, нав'язлива реклама і відмічання у одульностяхя постах.

Кореляційний аналіз показав, що чим частіше та довше люди користуються соціальними мережами, тим сильніше вони відчуваються цей простір як свій і відчувають як втрату чогось важливого і особливого. Чим сильніше людина відчуває інформаційний простір як свій, тим більше вона захищає його як власність, тим більш змістовною є її активність у соціальних мережах. Чим частіше людина пише власні пости, впевнено висловлює свою думку в коментарях, що фактично є проявом самоінвестування своїх сил, часу, знань, тим сильніше вона

переживає почуття володіння до свого профілю та інформаційного простору (r=,262**, p≤0,001).

Так було зафіксовано, що самоінвестування та сприйнятий контроль позитивно впливали на реалізацію почуття власності користувачів щодо соціальних мереж, що у свою чергу активізує їхню залученість до активності у соціальних мережах, їхнє активне творення контенту і висловлення суб'єктивної позиції.

Тут ми бачимо ще один парадокс — чим більше респонденти залучаються до діяльності в інтернет-просторі, тим сильнішим стає їхнє відчуття, що вони контролюють його, і тим менше насправді вони можуть контролювати свою активність і ступінь залученості до соціальних мереж. Це може проявлятися як нестримне бажання користуватися соціальними мережами, створювати контент і збирати уподобання, коментарі, бути узалежненими від реакції інших на створюваний тобою образ і контент.

Ще одним показником прояву почуття власності є ідентифікація з цим простором і такими ж користувачами, бажання бути схожими на них. Для емпіричного визначення цього показника ми запитали респондентів про їхні переживання щодо того, що хтось може мати (і демонструвати це на своїх сторінках) щось привабливе і цінне з їхньої точки зору (наприклад, красиві або дорогі речі, фотографії з подорожей, визнання їхнього успіху, нагороди і досягнення, продукти їхньої творчості тощо) і чи виникає бажання мати щось подібне, або й краще.

Жінки більше схильні бажати того, що є у інших (58%) порівняно з чоловіками (29,3%). У них посилюється ефект володіння враховуючи загальний вищий рівень прояву почуття власності щодо власного профілю у соціальних мережах.

Був зафіксований такий парадокс — 63,8 % чоловіків і 71% жінок стверджують, що в цілому їхній аккаунт правдиво описує, презентує їхнє реальне життя (його якість, рівень, інтенсивність, мої захоплення тощо). При цьому 58,6 % чоловіків і 60 % жінок помічають, що інші люди, яких вони доволі добре знають у реальному житті, не зовсім правдиво показують своє життя в соцмережах. Тобто люди в цілому намагаються презентувати себе у соцмережах з найкращої сторони, хоча і не визнають той факт, що усвідомлено чи ні, але прикрашають

рівень відповідальності, контролю, самоінвестування та інтимного знання, що оптимально поєднується з готовністю ділити об'єкт власності з іншими. Вони мають також нижчий рівень прагнення до привласнення, контролю та бажання розпоряджатися, ніж особи з індивідуалістичними поставами. Персональна схильність до індивідуалізму чи колективізму визначає не тільки загальну спрямованість щодо психологічного привласнення, а й спосіб взаємодії з об'єктом власності та іншими особами, що реалізується у різних сферах і соціальних практиках.

5.3. Засоби гармонізації почуття власності у сучасному суспільстві

Як було показано в попередніх розділах почуття власності як соціально-психологічний феномен, що розвивається в онтогенезі і актуалізується/деактуалізується залежно від соціальних умов і чинників. Воно може розвиватися від нестримної потреби володіння певним об'єктом власності, що може супроводжуватися фрустрацією, заздрості, невпевненістю, негативним и емоційними переживаннями до надмірного прояву почуття власності. У соціальних практиках це може виражатися у надмірному опікуванні, тривозі, страхові втрати об'єкту власності, ревнощах.

Програма оптимізації прояву почуття власності має відбуватися в індивідуальній роботі, з опорою на конкретне почуття власності, суб'єктивні переживання особи, її способи реагування, поведінкові патерни і соальні практики.

5.3.1. Тренінгова програма гармонізації почуття власності

Нівелювання і знецінення потреби у власності протягом тривалого періоду, призвело до ослаблення почуття власності і не сформованості економічного мислення сучасних українців та їхньої суб'єктної позиції власника як щодо свого життя, соціальних стосунків, так і щодо колективної власності. Власність та почуття власності, що відповідно виникає, впливає на

ми як «гроші», «цінність», «соціальна нерівність», «справедливість» тощо.

Важливим аспектом розуміння колективного почуття власності є розуміння і відчуття справедливості у розподілі спільних благ і відповідальності. Дослідники виявили, що уявлення про справедливість визначають поведінку громадян та впливають на: бажання виконувати свої громадянські обов'язки; характер взаємодії з іншими людьми, готовність надавати їм допомогу чи приймати участь у спільній діяльності; бажання помститися кривдникові, визначення міри покарання для нього; готовність звернутися в певну організацію чи працювати в ній; якість діяльності; девіантну, в тому числі протиправну поведінку. Переживання справедливості мають індивідуальний (досвід інтимного переживання), груповий (практика безпосереднього врегулювання взаємин) та суспільний (декларується та захищається мораллю та законом) характер та зумовлюються гостротою конфлікту між «справедливо-для-мене» (мені більше, ніж іншим) та «справедливо-для-всіх» (всім порівну) у позиції суб'єкта (Слюсаревський, 1998). Оцінювання ситуації з індивідуальної, суб'єктивної точки зору, основним принципом та критерієм якої є «я повинен отримувати максимально багато для власної реалізації» корениться в інстинкті самозбереження та виявляється у конкуренції.

Колективне почуття власності може проявлятися на місцевому, регіональному, національному та наднаціональному рівнях. Коли ми говоримо про національний рівень, то найчастіше воно може виражатися у таких висловах, як «це наша країна», «ми повинні повернути контроль над нашими територіями», «ми тут господарі і самі можемо визначати майбутній вектор розвитку країни», «не дозволимо ворогу заходити у наш дім» тощо. Наслідки колективних вимог щодо власності на місцевому та особливо на національному рівні можуть бути далекосяжними і разом з тим напруженими, що ставить під загрозу соціальну згуртованість і міжнародні відносини в цілому.

Образ держави є складним багаторівневим утворенням, що може мати місце як в індивідуальній, так і у масовій психіці; концепт особистості міститься в аксіологічному вимірі держави і безпосередньо виявляє себе у смисловому контексті ієрархічних,

правових, економічних відносин (Хазратова, 2004). Колективне почуття власності щодо власної країни проявляється через національні ідентитети, як то мова, державна символіка, національна культура і традиції, державні інституції тощо.

Веркуйтен М. і Мартінович Б (2017) визначають три важливі принципи, на яких базується прояв колективного почуття власності, у тому числі і щодо своєї країни: принцип першого володіння (перший користувач природнім ресурсом є його власником), принцип праці та інвестицій (особи, які долучаються до створення чи формування об'єкта власності, є його власниками) та принцип формування (формуюче значення певної території для колективної ідентичності).

Структурними компонентами колективного почуття власності до країни є влада і контроль, знання, самоінвестування, індивідуальна і колективна ідентичності, сприймана корисність. Воно може проявлятися у відчутті територіальності (пасивне відчуття власності), прихильності до держави як об'єкта власності та відповідальність, як індивідуальна, так і колективна (активне відчуття власності) (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). Формування почуття власності відбувається завдяки залученості у діяльність групи та використанню ресурсів і можливостей. Елеонор Остром говорила про особливості колективної власності на відміну від індивідуальної, підкреслюючи важливість відповідального ставлення, користування і відновлення ресурсів. Коли власність колективна, то і відповідальність за неї розподіляється між різними людьми. Чим менше розуміння і усвідомленості, як я, як конкретний громадянин, можу впливати на країну як об'єкт своєї колективної власності, чи варто мені залучатися, пізнання (Остром, 2010, 2011).

Колективне почуття власності щодо своєї країни має тісний взаємозв'язок з рівнем сформованості і проявом громадянської ідентичності. Відчуття прихильності чи групової ідентифікації не завжди означає колективне почуття власності, але колективна почуття власності означає відчуття «наше» і соціальну ідентифікацію (Verkuyten, Martinovic, 2017). Колективне почуття власності може лежати в основі і зміцнювати розвиток почуття «хто ми є» і «що ми маємо», що у свою чергу може посилювати претензії на власність і напруженість по відношенню

почуття власності в онтогенезі залежно від соціокультурного контексту (Furby, 1980).

У радянські часи розвиток економіки на основі загальнонародної (спільної) власності, не сприяв розвитку чи формуванню психології господаря. Приватизація лише не багатьом дала змогу використати власність у якості ефективної основи вигідного виробництва, проте для більшості виявилася бутафористичною. На сьогодні в умовах суспільства споживання продовжує домінувати показовий, симулякровий спосіб володіння чи скоріше навіть створення ілюзії володіння. Цифровий простір відкрив небачені можливості для багаторазової реплікації і викривлення самого факту володіння, тим самим суттєво посиливши ілюзорність останнього.

Що стосується економічного аспекту володіння, пов'язаного з грошима або певними матеріальними об'єктами власності, то Карнишев О. і його колеги вказують на домінування мотивів потреби та прагматичних мотивів володіння. Економічна криза зумовлює невпевненість людини у своєму майбутньому, його прагнення створити і мати фінансову подушку безпеки, убезпечити себе від нищівного впливу можливих ризиків. Так, починають зароджуються мотиви страхування та інвестування (Карнышев, 2002). При цьому соціальний статус особистості, її місце у соціальній ієрархії задає певний «ракурс» бачення держави (Хазратова, 2004).

У той же час залишається дискусійним, наскільки індивідуалізм-колективізм можна розглядати як паралельні індивідуально зумовлені відмінності і наскільки стабільними вони є у різних умовах і соціальних ситуаціях взаємодії, у тому числі й у соціальних практиках, в яких реалізовується почуття власності. Індивідуальні риси, пов'язані з індивідуалізмом-колективізмом менш стійкі ситуативно у людей, схильних до колективізму.

Тож, індивідуалізм та колективізм розуміються як складна, взаємодоповнювальна система. Реалізація почуття власності у просторі індивідуалізму та колективізму на індивідуальному, міжперсональному та загальносуспільному рівнях має свої особливості. Особи, які мають вищий рівень колективістських постав, більшою мірою схильні до прояву почуття власності до колективних, спільних об'єктів, зокрема виявляють вищий

можуть назвати своїм: «Моє (мій, моя, мої)», а що «Наше (наш, наша, наші)» (дані наведено у підрозділі 3.2).

Дослідники виокремлюють вертикальний та горизонтальний індивідуалізм (конкуренція і суперництво з іншими; унікальність і відмінність від інших), а також вертикальний і горизонтальний колективізм (підпорядкування своїх інтересів інтересам групи та включеність у спільноту і взаємозалежність) (Панкратова, Осин & Гасанова, 2017; Triandis, 1995).

Дослідження підтверджують, що зосередженість на володінні та придбанні може привести до конфлікту між особистими і колективними цінностями. Занадто сильне власницьке почуття може заважати співпраці, оскільки люди прагнуть у першу чергу зберігати контроль над своєю власністю (Pierce, Kostova & Dirks, 2002; Preston & Gelman, 2020). Негативні прояви почуття власності можуть проявлятися і щодо різних сфер реалізації особи як власника, у тому числі у політиці. Як стверджує Пірс Дж. (2002) при переході від авторитарного режиму до демократичного лідери, відчуваючи країну своєю власністю, будуть чинити опір передачі влади і впровадження демократичних інститутів.

З одного боку, почуття власності має посилювати конкуренцію і боротьбу за «своє», а з іншого, як показують результати досліджень, може навпаки, активізувати альтруїзм і готовність допомагати іншим (Poretski, Arazy, Lanin & Nov, 2021). Оскільки відчуття власності підсилює відчуття відповідальності за «своє» майно, воно може сприяти збереженню суспільних благ — наприклад, навколишнього середовища. Таким чином можна попередити «трагедії громад», коли загальний доступ до ресурсу виснажує його або знищує. До такого висновку прийшли дослідники Пек Дж. та Шу С. Їхні експерименти показали, що почуття власності мотивує «власників» суспільного блага, наприклад озера або парку, берегти і захищати його (Peck & Shu, 2018).

Фьорбі Л. обґрунтовувала відмінності прояву почуття власності в соціалістичному, колективістському суспільстві, на прикладі жителів кібуц, ізраїльтян та індивідуалізованого американського суспільства. Її дані демонструють, що існують яскраво виражені відмінності у формуванні і розгортанні

до аутгруп. Часто членів домінуючої групи звинувачують у експлуатації та привласненні культурних цінностей меншин (Scafidi, 2005). Почуття власності може забезпечити відчуття колективної, спільної цінності, позитивної відмінності від інших, приналежності, наявність значущого існування, розширення прав і безперервності ідентичності (Vignoles, 2011).

Петровська І. доводить, що вищий рівень сформованості української громадянської ідентичності підвищує бажання громадян залишатися проживати в Україні, навчати своїх дітей в українських освітніх закладах, чесно виконувати громадянський обов'язок, працювати на благо України. Такі громадяни більше орієнтовані на обмеження дій і спонукань, що можуть заподіяти шкоду іншим і порушують соціальні очікування і норми, тим більше вони орієнтовані на стабільність, безпеку і гармонію суспільства, сім'ї та самих себе, тим більше орієнтовані на підтримку звичаїв і підвищення благополуччя людей, з якими перебувають у постійному контакті, а також прагнуть реалізовувати свої здібності, таланти та досягати особистого успіху за допомогою прояву компетентності саме у своїй державі. Українська громадянська ідентичність у сприйнятті досліджуваних громадян пов'язується з патріотизмом, активною громадянською позицією, можливостями особистісної та професійної реалізації у своїй державі (Петровська, 2016 б).

Члени спільноти (громадяни) використовують матеріальні об'єкти, які є спільними (наприклад, історичні будівлі, вітчизняні продукти), як символи своєї групової ідентичності та для демонстрації своєї громадянської ідентичності іншим (Gineikiene, Schlegelmilch & Auruskeviciene, 2016). Колективне почуття власності сприяє самовизначенню, формуванню відчуття дому, розумінню мети і напряму життя як громадянина, відчуття себе і своєї спільноти сильнішими, що проявляється у відчутті колективної безперервності протягом усього часу (Brylka, Mähönen & Jasinskaja-Lahti, 2015; Nijs, Martinovic, Verkuyten & Sedikides, 2020).

Як стверджують Pierce & Jussila (2011, с. 827), відчуття «ми» і «наше» виникає в результаті спільних подій і дій, які колективно переживаються і визнаються групою людей, які відчувають себе як «ми». Таке відчуття здатне об'єднувати людей

і контролювати їхню поведінку в досягненні спільної мети (наприклад, маркування та захист території). Відчуття «наше» є принципово важливим у міжгрупових відносинах, але, як правило, воно не враховується в соціальній психології. Існує безліч соціально-психологічних праць про соціальну категоризацію і пов'язані з нею причини і наслідки мислення в категоріях «ми-вони» і «наше-їхнє». Проте бракує систематичної теоретизації і дослідження характеру і наслідків мислення в термінах «наше» і «їхнє» як колективної психологічної власності. Разом з тим такі пошуки можуть відігравати важливу роль у груповій динаміці і процесах формування спільноти і нації. З одного боку, почуття колективної власності часто бере участь у внутрішньогрупових процесах співпраці і солідарності, але з другого — вона може посилювати міжгрупові напруження і конфлікти.

На рівні країн і етнічних груп, колективна психологічна власність, приналежність є вагомим обґрунтуванням вимог територіального та національного, державного суверенітету, а суперечки про володіння об'єктами, культурними артефактами і територіями є частими і, як правило, переростають до насильства і конфліктів між групами (Toft, 2014). Разом з тим колективна психологічна власність відіграє певну роль в ізоляції та виключенні різних меншин водночас на противагу єднанню.

Невід'ємною частиною почуття власності є можливість втратити контроль і бути позбавленим власності (Rochat, 2014), що призводить до захисної поведінки та відновлення претензій щодо власності. Крадіжка, вторгнення, зазіхання та анексія (наприклад, Крим, Абхазія і Південна Осетія Російською Федерацією) призводять до суперечок та конфліктів на власність. Колективно визнані культурні традиції, практики, норми і цінності, можуть бути під загрозою з посиленням міграційних процесів, або з поширенням європейських правил і норм. Аутгрупи, що мають світогляд і цінності, відмінні від внутрішньогрупових, загрожують єднанню і спільному способу життя групи. Символічна загроза пов'язана зі страхом того, що відмінність, цінність і безперервність внутрішньогрупової ідентичності будуть підірвані іншими. Вона передбачає необхідність позитивного і відмінного почуття колективного самоврядування і веде до стратегій управління ідентичністю, включаючи по-

Індивідуалістичні особи визначаються як емоційно незалежні або «відірвані від спільноти», і вони, як правило, замкнуті в собі, автономні та незалежні. Вони, швидше за все, цінують самоспрямованість, владу та особисті досягнення. З іншого боку, ті, хто схильний до колективістських постав, тісно інтегровані у свої спільноти і дозволяють потребам групи витіснити власні інтереси (Васютинський, 2016; Triandis, 1995).

Індивідуальний, персональний рівень прояву індивідуалізму-колективізму, хоч і є особистісною рисою, цінністю, проте вибудовується і функціонує виключно у взаємодії особи із соціумом. Як і будь-які стосунки власності передбачають щонайменше двох акторів і сам об'єкт володіння. У процесі міжгрупової взаємодії увиразнюються і певним чином проявляються індивідуальні нахили особи.

Утилітарний колективізм оцінює інтереси групи чи громади через власну зацікавленість, про що свідчить, наприклад, готовність ділитися матеріальними ресурсами з іншими людьми, що не входять до найближчого оточення (родина, друзі). Ці компоненти колективізму були визначені як співпраця для досягнення спільних цілей, колективна відповідальність і надання допомоги тим, хто її потребує.

Рівень індивідуалізму-колективізму також пов'язаний з індивідуальними відмінностями особистості. У своєму дослідженні Дункель К. виявив, що відкритість, добросовісність, екстраверсія та приємність позитивно корелюють з незалежним самоконструюванням й індивідуальним життєтворенням. Автор доводить, що особи, які є двокультурними, тобто мають як західну, так і східно-азіатську культурну ідентичність або значний вплив обох типів культури, також можуть навчитися мислити індивідуалістично чи колективістично, спираючись на певні соціокультурні рамки і у відповідності до ситуації (Dunkel, 2013).

Індивідуальний рівень прояву почуття власності у просторі індивідуалізму-колективізму пов'язаний з проявом відчуття «моє» і «наше». Що відносять до свого, особистого персонального, а щодо спільного, колективного. З цією метою було проведено асоціативний експеримент. З поміж іншого, опитуваним пропонувалися назвати кілька прикладів того, що вони

унікальності, екстеріоризації власного досвіду та покладання у вирішенні складних питаннях на власні можливості.

Часто індивідуалізм пов'язують із відчуженням у стосунках, у прагненні задовольнити власні, особисті потреби, на противагу суспільним, чи колективним, чи спільним. Очевидно, варто відмовитись від абсолютизації індивідуалізму як такого, оскільки сама природа людини говорить про її колективну, соціальну природу. Отже існування окремого індивіда, максимально індивідуалізованого, відокремленого від суспільних норм просто є нереальним.

Колективізм як певна форма взаємодії, обмін передбачає, що речі, об'єкти власності можуть бути ключовими чинниками побудови стосунків, визначаючи відносини домінування-підпорядкування, спираючись на їх владність, статусність, особистісну і суспільну цінність і значущість. Колективність, соціальність не є абстрактним поняттям, а проявляється в кожній людині, проте різною мірою і в різних формах, залежно від індивідуальних особливостей і навіть ситуації.

Основні поняття, з якими пов'язана психологічна складова індивідуалізму-колективізму, і яка є більш-менш доступною для вимірювання є альтруїзм та егоїзм. Альтруїстичні прояви спонукають людину думати не лише про особисті, але й спільні інтереси. Звідси беруть витоки такі явища, як волонтерство, меценатство тощо. Часом в політику, на державну службу йдуть люди не заради особистої вигоди, а заради спільних, групових інтересів. Альтруїзм може проявлятися і в сімейних стосунках, і на робочому місці, коли людина в пріоритет ставить задоволення колективних, спільних потреб. У такій крайній, гіпертрофованій формі вона звичайно теж може мати негативні наслідки, як для самої особи, так і для тієї групи, спільноти, щодо якої воно проявляється. Кожен з нас діє в межах певних соціальних інтересів, дотримуючись тих чи тих правил поведінки, соціальних норм, що має своє як позитивне, так і негативне значення.

Прояв почуття власності у просторі індивідуалізму-колективізму ми пропонуємо розглядати на трьох рівнях: індивідуальному (персональному) (як особистісна цінність), міжособистісному (груповому) (як основа для міжперсональної взаємодії) та загальносуспільному (як форма соціального устрою).

зитивну міжгрупову диференціацію, захист світогляду і дискримінацію щодо інших (Toft, 2014; Turner, Hogg, Oakes, Reicher & Wetherell, 1987; Verkuyten, Martinovic, 2017).

Для того, щоб власність була визнана іншими, вона має бути позначена і персоналізована. Маркування як форма поведінки щодо об'єкта власності дає змогу не тільки претендувати та обґрунтовувати контроль, але й визначати ідентичність групи. Інструментально члени групи залучаються для підтримки або захисту своєрідності і цінності своєї групи. Ідентифікаційне маркування колективної власності не тільки виражає групову ідентичність, але й викликає реакції з боку членів групи і поза групою, і таким чином може працювати, щоб уточнити або переосмислити особистість. Управлінське маркування повідомляє членам спільноти, що певний об'єкт власності чи територія є «нашим» і тому «ми» маємо право контролювати доступ або використання даного об'єкта. Маркування символізує те, що об'єкт існує і є необхідність попереджувати втручання, незаконне присвоєння, порушення прав і меж з боку сторонніх осіб. Залежно від того, наскільки власність і межі об'єкта є чіткими, зрозумілими і однозначними, можуть бути різні способи маркування. Більша неоднозначність призведе до сильнішої поведінки власників з вищим рівнем маркування. Неоднозначність може виникати через відчуття відсутності кордонних маркерів (наприклад, розмивання національних кордонів у Європейському Союзі) або від інституційних, організаційних або соціальних змін (наприклад, збільшення культурного різноманіття в регіонах), які включають реструктуризацію вимог і прав. За таких умов члени спільноти захочуть підкреслити і відновити свою колективну власність шляхом участі в контрольно-орієнтованому маркуванні, такому як розповсюдження речей, (пере) підкреслення історичних вимог, розміщення знаків і меж, і посилення прикордонного контролю.

Почуття власності, у тому числі і колективне, не є статичним та інертним утворенням, яке формується раз і назавжди. Весь час відбувається процес формування, переконструювання, актуалізація/деактуалізація, зниження чи підвищення валентності тощо залежно від конкретних соціальних обставин, внутрішньо групових процесів та відповідних загроз.

Воно може зазнавати змін залежно від низки соціально-психологічних чинників: *переживання спільних колективних емоційних станів, внутрішні і зовнішні реалістичні, символічні і власницькі загрози, переконструювання (трансформація) групова ідентичність,* що пов'язані у тому числі з її діяльністю і реалізацією особи у спільноті. Належність особи до тієї чи іншої спільноти передбачає її ідентифікацію з цінностями і поставами інших її членів. А отже схвальне чи заперечне ставлення спільноти до власності і різних способів привласнення впливатиме на відповідне ставлення окремої особи. Чим вищий рівень ідентифікації з тією чи іншою спільнотою, тим сильніший вплив чинять її колективні постави.

Самоінвестування підвищує рівень колективного почуття власності до того чи іншого об'єкту, через вкладання сили, енергії, зусиль. Чим більше людина вклала як моральних, так і матеріальних ресурсів для набуття, збільшення і збереження цієї психологічної власності, тим вищим є рівень його прояву.

Самовизначення особи у просторі соціальних стосунків відбувається на основі міжгрупового та інгрупового порівняння. Належність особи до тієї чи іншої спільноти, детермінує її самовизначення, у тому числі через актуалізацію колективного почуття власності до своєї групи. Відповідно зміна спільноти чи того свого статусу у ній безумовно впливає на переоцінку і трансформацію почуття власності, його валентності й інтенсивності прояву.

Ще одним важливим чинником актуалізації почуття власності є загроза (реальна чи уявна) втрати власності чи контролю над нею. Громадяни починають активно відстоювати своє колективне почуття власності, охороняючи і виражено маркуючи її, що може проявлятися навіть у агресивній поведінці і категоричному неприйнятті так званих «інших».

Для успішної реалізації колективного почуття власності важливим є визнання іншими права особи чи спільноти на таке психологічне володіння або психологічна легітимізація володіння об'єктом власності. Вона може бути реалізована не тільки за допомогою юридичних прав, але й через усні домовленості і навіть за рахунок невтручання.

Тож, колективне почуття власності є важливим, проте значною мірою невивченим явищем і фактором міжгрупової динаміки.

цінностей, установок та ролей, які поділяють люди, що говорять однією мовою та живуть в одному географічному регіоні протягом певного історичного часу. Незважаючи на те, що індивідуалістичні тенденції, як доведено, більш поширені у розвинених капіталістичних країнах з чіткими проявами економічної та політичної демократії. Якщо більш ранні дослідники схилялись до думки, що певна країна має певний ухил у бік індивідуалізму чи колективізму, то пізніші вчення обґрунтовують, що національні культури, як правило, поєднують елементи як індивідуалізму, так і колективізму (Hampton & Varnum, 2020).

Різниться і спосіб створення та користування індивідуальними, персоналізованими благами та колективними, масовими, доступними. Як обґрунтовує Остром Е., колективне користування спільним благами, наприклад, міський парк, озеро, веде до виснаження його ресурсів, а через брак індивідуальної відповідальності — до неможливості коректного відновлення таких ресурсів (Остром, 2011). З погляду способу споживання громадянами спільні об'єкти власності, що є громадськими благами поділяються на два принципово різні типи: матеріальні і нематеріальні (Кузьмук, 2015 а). Матеріальні являють собою конкретні об'єкти, які використовуються усіма бажаючими в індивідуальному порядку (парки, музеї, бібліотеки, навчальні заклади, лікарні тощо). Часом індивіди можуть користуватися спільним благом багаторазово, а інші взагалі відмовляються від нього через непотрібність, не отримуючи за це ніякої компенсації. Також громадяни користуються благами суто індивідуально і оплачують тільки спожиту їх частину. Проте виникає потреба в тому, що хтось має взяти на себе зобов'язання по створенню і підтриманню у належному стані цих благ.

Взаємодія індивідуального (персонального, особистого) та колективного (спільного) насправді не є чітко диференційованою, структурованою і зрозумілою. Виходячи із принципу дуальності психіки та природи особистості, можна стверджувати, що як особа, так і суспільство в цілому, завжди знаходиться в суперечливому континуумі між прагненням до засвоєння суспільних норм, їх інтеріоризацією, відповідністю суспільним нормам і правилам на противагу прагненню до індивідуалізації,

різних предметів. Деякі вчені розміщують колективізм та індивідуалізм на протилежних сторонах континууму. Тобто індивідуалізм та колективізм індексуються як одна змінна, де найнижча оцінка вказує на крайній колективізм, а найвища оцінка вказує на крайній індивідуалізм (Triandis, 1995). Однак сучасні дослідники стверджують, що багатовимірна концептуалізація індивідуалізму та колективізму є кращою, функціональнішою перед одновимірним показником (Oyserman, Coon & Kemmelmeier, 2002).

Ми розділяємо позицію, що зрозуміти актуальний механізм взаємодії приватних і громадських (спільних) інтересів можна тільки в їхній складній єдності і взаємозумовленості, а не в механічному протиставленні їх як взаємовиключних категорій. За такого підходу більш зрозумілими стануть і уявлення про приватні (особисті) та суспільні блага, які призначені для реалізації двох різних типів інтересів особистості, а суспільні блага ще і задовольняють потреби відповідних громадських структур відповідно до їх суб'єктивного розуміння інтересів цього суспільства. Варто розрізняти, що індивідуальні та колективні потреби людей, в яких відображаються їхні відповідні інтереси, задовольняються різними за своїм характером благами: як приватними, так і суспільними.

Рубінштейн А. формулює «парадокс суспільних благ», пов'язаний з несумісністю методологічного індивідуалізму і позитивним попитом на суспільні блага. Автор критикує неокласичні теорії і пропонує альтернативний методологічному індивідуалізму принцип комплементарності, згідно з яким інтереси суспільства в цілому неможливо повністю звести до інтересів окремих індивідів (Рубинштейн, 2007).

Хоча індивідуалізм та колективізм є по суті соціально зумовленими психологічними рисами, які безпосередньо впливають на постави та поведінку людей, кількість емпіричних досліджень, що вивчають ці значення, замало. Натомість концептуально та емпірично індивідуалізму та колективізму розглядають здебільшого у міжкультурних психологічних дослідженнях, фокусуючись більше на відмінностях у прояві останніх в межах різних країн і суспільств. Так Тріандіс (1995) пояснює колективізм та індивідуалізм як сукупність переконань, норм,

З метою визначення особливостей прояву колективного почуття власності щодо своєї країни нами було проведено три фокус-групи серед магістрантів та аспірантів Вірменії, Грузії, Казахстану, Киргизстану, Латвії, Німеччини, Норвегії, Італії, України та інших країн. Усі учасники спеціалізуються на вивченні політології, антропології і міжнародних відносин щодо питань побудови миру і політики безпеки. Загальна кількість учасників — 23 особи. Перша група (N_1=8 осіб) була проведена на базі Американського університету Центральної Азії (м. Бішкек, Киргизстан, червень 2019 р.). Друга фокус-група (N_2=7) відбувалася на базі Державного університету Іллі (м. Тбілісі, Грузія, вересень 2019 р.). І третя фокус-група (N_3=8 осіб) — на базі Арктичного університету в Тромсо (Норвегія, листопад 2019 р.). Усі групи були інтернаціональними і включали представників з багатьох країн як Європи, так і Азії. Усі проведені заходи були в межах Міжнародних літніх шкіл та стажування за міжнародною програмою «Eurasian Peace Studies Exchange Network».

Учасникам пропонувалося обговорити питання формування колективного почуття власності щодо різних сфер діяльності людини, зокрема і щодо громадянської сфери і стосунків з державою, маркери колективного почуття власності, його відмінність від громадянської ідентичності. Наступним етапом було обговорення ситуацій, коли учасники відчували свою національну і громадянську ідентичність особливо гостро, причини такого відчуття, маркери, емоційні переживання, причини, способи виходу. Зокрема, учасники відповідали на питання:

– Що було причиною такого гострого і болючого досвіду?

– Що саме ви відчували?

– Яку загрозу ви відчули для своєї національної ідентичності?

– Що ви зробили (могли зробити) для подолання цієї ситуації і почуттів?

Фокус-групи проводилися англійською мовою. Тексти наведені у перекладі автора. Проведення фокус-груп серед іноземних магістрантів та аспірантів дало змогу окреслити певні соціокультурні особливості реалізації почуття власності в соціальних практиках.

В ході було визначено, що високий рівень наднаціональної (у даному випадку європейської) ідентичності формується за умов стабільного національного розвитку, відчуття громадянами безпеки щодо цілісності країни і сформованої громадянської ідентичності. Таку позицію висловили учасники з Німеччини, Норвегії, Італії, які продемонстрували високий рівень проєвропейських орієнтирів, без загроз для їхньої національної ідентичності. Разом з тим, громадяни країн, які відчувають загрозу втрати територій або реально мають такі факти (наприклад, Грузія, Україна, Вірменія), натомість демонструють високий рівень актуалізації колективного почуття власності до своєї країни, готовності її захищати, відстоювати її національні ідентитети, такі як мова, символіка, традиції тощо. Їхні відповіді були яскраво емоційно забарвлені, сповнені рішучості до захисту і відстоювання свого права та ідентичності.

У ході дискусії учасники робили висновки, що актуалізоване колективне почуття власності до країни, з одного боку, може бути джерелом єднання однодумців, які утворюють інгрупу всередині країни. З іншого, воно може посилювати протистояння, як всередині країни (за умови несформованості громадянської ідентичності та спільної національної ідеї), так і з представниками інших країн на міжнародній арені.

Зокрема основними проявами міжнаціонального напруження можуть бути: зростаюча міжнаціональна агресія; розмивання кордонів національної групи та взаємозалежність. Чим сильніший прояв інгрупового фаворитизму, тим міцніші і стійкіші межі цієї групи і вищий рівень неприйняття членів аутгрупи. Вищий рівень прояву колективного почуття власності щодо своєї країни і національної більшості пов'язаний з менш позитивним ставленням до національних меншин, які не приймають цінності, культуру і традиції більшості. Разом з тим вони продемонстрували високий рівень євроінтеграційних тенденцій без остраху розмивання національних меж всередині.

Рівень сформованості колективного почуття власності щодо своєї країни впливає на рівень соціальної та громадянської активності особистості і спільноти та вибір відповідних стратегій життєтворення.

до якого неможливо звести усю різноманітність людської поведінки у повсякденному житті, так і всепоглинаючий, навіть певною мірою насильницький колективізм, що підпорядковує собі вільну особистість. Більш реалістичним виглядає можливість оптимального поєднання цих двох початків на усіх рівнях: на рівні окремої особи, держави та суспільства в цілому) (Князев, 2008, 2019). Власне вивчення особливостей їх поєднання та відповідно їхній вплив на різні соціально-психологічні явища є одним з ключових завдань сучасної соціально-психологічної науки, що даватиме змогу прогнозувати як розвиток певних суспільних явищ, так і поведінкових реакцій та постав окремих осіб і груп людей у тих чи тих умовах.

Проаналізуємо психологічні особливості прояву почуття власності у просторі індивідуалізму та колективізму на індивідуальному (персональному), так і суспільному рівнях.

Суспільний колективний устрій властивий різним суспільствам, державам, зокрема східними культурам. Індивідуалізм та колективізм є одним із соціокультурних чинників розгортання та реалізації почуття власності особи в соціальних практиках, оскільки задає загальний тон суспільної комунікації, традицій, визначає цінність власності і володіння, владно-підвладної комунікації.

Як відомо, суспільний прояв будь-якого психологічного явища, у тому числі індивідуалізму чи колективізму, є більше ніж сума його індивідуальних проявів, хоча значною мірою визначає її. На загальносуспільному рівні індивідуалізм-колективізм проявляється інакше. Будучи наче, на перший погляд, сумою різних індивідуальних інтересів, суспільний прояв формується і проявляється інакше і може навіть вступати у неузгодженість і конфлікт з індивідуальними цінностями окремих осіб, членів даного суспільства.

Конструюючи і проявляючи себе як власника щодо різних об'єктів власності особа спирається на особистісні риси, постави, переконання, практики поведінки, які були закладені у процесі соціалізації через взаємодію із суспільними цінностями і соціокультурним простором.

Поняття індивідуалізму та колективізму є багатовимірними, і дослідники часто включають у свої конструкції цілий ряд

та політико-психологічного аналізу прояву індивідуалізму та колективізму як певних суспільних та соціально-психологічних явищ. Ще й досі триває дискусія між вченими, чим саме є явище індивідуалізму-колективізму, чи є ці риси протилежними одна одній, утворюючи однофакторну біполярну модель (Hampton & Varnum, 2020) чи все таки це компоненти багатофакторної моделі, які взаємодіють за принципом комплементарності (Taras et al., 2013).

У дослідженнях, присвячених вивченню власності, індивідуалізм традиційно розглядається як джерело посилених власницьких потягів, що супроводжується посиленим контролем, відчуттям відповідальності та самоінвестування в і самореалізації за рахунок об'єкта власності. Колективізм, навпаки, спонукає осіб до єднання з групою, розчинення в ній, а отже послаблення, розмивання прагнень до індивідуалізованого володіння (Калиняк & Колядко, 2020; Мейжис & Почебут, 2008).

На сьогодні як теорія психології власності, так і теоретичні розвідки щодо прояву індивідуалізму-колективізму пішли значно далі. І їхній взаємозв'язок виглядає не так однозначно і прямолінійно. По перше, мова йде про способи володіння: індивідуальне, спільне, колективне, а відтак різнитимуться предикати різних видів володіння. Як, власне, і піддається переосмисленню категорії індивідуалізму та колективізму. Все частіше вони розглядаються не як опозиційні одна до одної, а як ортогональні, що включені у спільну взаємодію.

Так, Килиняк О. і Колядко А. (2020) доводять, що для всіх поколінь характерна змішана система цінностей у контексті показників індивідуалізму та колективізму. При цьому чітко зростає вагомість індивідуалістичних цінностей з кожним новим поколінням. Проте в кожному поколінні зафіксовано, хоч і з різними рівнем, прояв як індивідуалізму, так і колективізму, що дає підґрунтя стверджувати, що ціннісна дихотомія індивідуалізм/колективізм не повинна виступати роз'єднуючим фактором для сучасного українського суспільства, а навпаки, завдяки спільним точкам дотику може слугувати вагомою консолідуючою віссю для сучасного соціуму.

Як обґрунтовує Князєв Ю. (2019), аксіоматика людської природи заперечує категоричний нестримний індивідуалізм,

Отримані результати можуть бути використані для розробки програм формування відповідального громадянства на основі розвитку і актуалізації колективного почуття власності та прогнозування громадянської активності.

Актуалізація національної ідентичності і колективного почуття власності в умовах відсутності єдиної національної ідеї може сприяти єднанню національної більшості, а може стати чинником загострення міжнаціонального напруження і посилення різновекторності зовнішньополітичних орієнтацій країни. Колективне почуття власності щодо своєї країни ми розуміємо як афективно-когнітивне проживання спільного привласнення і прихильності до держави як об'єкту власності, що може бути позначена як «наша».

В результаті роботи міжнаціональних фокус-груп визначено, що високий рівень наднаціональної ідентичності формується за умов стабільного національного розвитку, відчуття громадянами безпеки щодо цілісності країни і сформованої громадянської ідентичності. В умовах відчуття загрози втрати територій або реальних фактів громадяни демонструють вищий рівень актуалізації колективного почуття власності до своєї країни, готовності її захищати, відстоювати її національні ідентитети, такі як мова, символіка, традиції тощо. Показано, що актуалізоване колективне почуття власності до країни, з одного боку, може бути джерелом єднання однодумців, які утворюють інгрупу всередині країни. З іншого, воно може посилювати протистояння, як всередині країни (за умови несформованості громадянської ідентичності та спільної національної ідеї), так і з представниками інших країн на міжнародній арені.

Прояв колективного почуття власності щодо своєї країни може залежати від низки соціально-психологічних чинників: переживання спільних колективних емоційних станів, внутрішні і зовнішні реалістичні, символічні і власницькі загрози, відчуття домінування або залежності, міжгрупове та інгрупове порівняння, загроза втрати власності, самоінвестування, психологічна легітимізація володіння об'єктом власності, соціальна конкуренція, переконструювання громадянської ідентичності, що пов'язані у тому числі з її діяльністю і реалізацією особи у спільноті.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у емпіричному вивченні рівня сформованості колективного почуття власності українців щодо власної країни та представників різних етнічних менших, що проживають в Україні, визначенні взаємозалежності між проявом почуття власності та рівнем розвитку громадянської та етнічної ідентичності, толерантності до інших менших, різних ідеологічних орієнтацій. Також майбутніми напрямами досліджень можуть стати систематичне вивчення факторів та міжгрупових наслідків актуалізації колективного почуття власності щодо своєї країни. На нашу думку, системна увага до питань колективної психологічної власності є важливою і дуже перспективною. Вона може сприяти соціальному психологічному мисленню і дослідженню і може підвищити внесок поля в розуміння міжгрупових напружень і конфліктів у різних контекстах і ситуаціях у всьому світі.

Висновки до четвертого розділу

Відповідно до основних вимірів психологічного простору особистості, які були обґрунтовані раніше та за результатами проведених фокус-груп та експертного опитування було визначено, що ключовими *соціальними практиками, в яких реалізовується почуття власності,* відповідно до означених вимірів психологічного простору особистості є розподіл і планування витрат; персоналізація і маркування своєї території; купівля/продаж речей; спілкування з близькими людьми, рідними і друзями; викладання фото, інформації про себе в інформаційний простір; догляд себе і свого тіла; планування свого часу, розпорядку дня; виконання посадових обов'язків; створення інтелектуального чи творчого продукту; участь у справах місцевої громади. Такі соціальні практики визначаються як нормалізовані, структуровані моделі поведінки, соціальні дії, в яких людина проявляє себе як власник і усвідомлює своє почуття власності щодо різних цілей.

На основі вивчення було верифіковано основні типи реалізації почуття власності в соціальних практиках, в основу яких покладено критерії сформованості/несформованості і актуалі-

культур, в яких ці концепції сформувались. Якщо у західному індустріальному і постіндустріальному суспільстві дуже високо цінувалося особисте і «приватне», то в соціалістичному режимі, при якому уточнювалися положення теорії персоналізації, основною цінністю суб'єкта було його «суспільне обличчя».

Люди — глибоко соціальні істоти, і як правило, вони прагнуть відповідати соціальним нормам суспільства, в якому вони живуть. І в ситуації, коли зникає усталений, зрозумілий, спільний для всіх моральний фон, йому на зміну приходить хаос і невизначеність. У таких вибадках більшість людей не надто радіють своєму праву вибору, натомість відчуваючи невпевненість і можливо навіть відчуження, оскільки вони не знають своєї справжньої внутршіної суті, потреб, на які можна було б робити опору. Такі ситуації нестабільності і суспільних трансформації можуть спонукати прояв кризи ідентичності, що веде до актуалізації потреби психологічного єднання з референтною групою чи спільнотою, на противагу експресивному індивідуалізму. Це у свою чергу призводить до появи нових чи переконструювання вже існуючих соціальних чи спільнотних ідентичностей, появі нових чи трансформації вже відомих людині соціальних практик.

Психологічний зміст власності відіграє вагому роль, в житті як особи, так і спільноти, будь-якої соціальної групи чи суспільства в цілому через впливи, які переживання почуття власності має в соціальних стосунках і взаємодії. Як зазначає Фукуяма З. (2020) розширенням меж особистої автономії, що стала характерною для демократичних суспільств кінця XX століття, з'явилося, а скоріше увиразнилось таке явище як експресивний індивідуалізм, або індивідуалізм самовираження (с. 61).

Питання індивідуалізму-колективізму, їх характерні ознаки та особливості прояву активно вивчалися в межах філософських, політологічних та соціологічних теорій (Калиняк & Колядко, 2020; Липовецки, 2001; Мейжис & Почебут, 2008; Остром, 2011; Свідерська, 2013, 2020; Friedman M. & Friedman R., 2002; Hampton & Varnum, 2020; Triandis, 1995 тощо). Серед соціальних і політичних психологів цим питанням займався Васютинський В. (2016 а). Разом з тим, незважаючи на психологічну природу цих явищ, бракує суто соціально-психологічного

механізмом реально діючих регуляторів розподілу і закріплення приватної власності у відповідному соціумі. Отже принципово важливим є питання визначення оптимальної міри вираженості і втілення індивідуальної власності в різних істотних сферах суспільної життєдіяльності того чи іншого соціуму.

Через тривалу депривацію приватної, індивідуальної, «моєї» власності в радянські часи, що компенсувалася активним формуванням почуття колективної власності, виник дефіцит почуття власності чи принаймні його слабкість у сучасних українців. Зміна соціальних практик зумовила перегляд і переоцінку вимог до відносин власності. Особа, потрапляючи в нові умови, відчуває потребу адаптуватися і, насамперед, до відносин власності, що призводить до трансформації ставлення особи до власності. Реалізація почуття власності постає одночасно і як чинник, і як процес його зміни. Якщо нормами і цінністю індустріального суспільства, за Фроммом Е., було прагнення набувати і примножувати власність, а ті, хто мають її, стають предметом захопленням і заздрощів як істоти вищого порядку. При цьому є протилежна тенденція — «бути», яка інтерпретується автором як бажання віддавати, жертвувати собою (Фромм, 2007). То у сучасному постіндустріальному суспільстві все більше актуальності набуває не володіння, а користування речами, що наповнює і збагачує буденність людей іншим змістом.

5.2. Соціально-психологічні аспекти реалізації почуття власності у просторі індивідуалізму і колективізму

Важливо враховувати національний менталітет, глибинну психологію етнічних груп, домінування приватних чи колективних форм власності в суспільстві. Водночас в економічній поведінці осіб ключове значення має суб'єктивне ставлення до власності, що не завжди може бути зумовлене об'єктивним зовнішніми чинниками.

Приватність і персоналізація є спрямованими назустріч один одному процесами регуляції стосунків людини і світу. «Векторна» структура цих процесів відобразила основну ідеологію

зованості/неактуалізованості почуття власності. Відповідно утворилося дев'ять типів реалізації почуття власності в соціальних практиках (чотири основних і п'ять, що мають проміжний прояв): *несформоване-неактуалізоване*, що характеризується байдужістю до об'єкта власності, низьким рівнем мотивації привласнення, небажанням проявлятися, розвиватися, брати на себе відповідальність за об'єкт; *несформоване-актуалізоване*, виділяється середнім рівнем відповідальності, бажанням мати і відстоювати свій об'єкт власності, без виразного позитивного чи негативного прояву щодо володіння; *сформоване-неактуалізоване* — здорове ставлення до власності без загостреного переживання, що супроводжується відчуттям комфорту, безпеки, радості та відповідальності; *сформоване-актуалізоване* — найдинамічніше переживання, що характеризується підвищеним рівнем відповідальності, бажанням мати і маркувати, інвестувати власні ресурси, високим рівнем ідентифікації з об'єктом власності. Було визначено, що якщо об'єкт не значущий, тобто не сформоване почуття власності щодо нього, то надмірний рівень актуалізації почуття призводить до більшого відторгнення, відрази та сорому. Бажання чи готовність ділитися з'являється тільки при середньому рівні актуалізованості за умови сформованого почуття власності на середньому чи високому рівні. Надмірна актуалізація веде до зниження готовності ділитися. За умови сформованості почуття власності принаймні на середньому рівні та середнього чи високого рівня актуалізації вже відбуваються позитивні зрушення у прояві відповідальності і суб'єктної активності. Визначено факторну структуру типів реалізації почуття власності: позитивна привабливість (прихильність) — зневага (знецінення); комфортна безпечність — страх; самоінвестування (залученість) — пасивно-агресивна байдужість; готовність — неготовність ділитися; маркувати і відстоювати своє право володіння.

Емпірично досліджено особливості прояву почуття власності у віртуальному просторі. Зафіксовано високий рівень ефекту володіння щодо персонального профілю чи аккаунту в соціальних мережах, які сприймаються суб'єктами інформаційної діяльності як власний простір з усіма атрибутами психологічного володіння. Продемонстровано ознаки психологічності

віртуального простору, що виражається в підвищеній персоналізації, ідентифікації з інтернет-спільнотою, мотивації/демотивації активності в соціальних мережах, залученості, співпереживанні і страху втрати. Показано наявність та якісне вираження змін у феноменології переживання власності та ідентичності суб'єктом, психічні функції якого дедалі частіше активізуються не в умовах традиційного діалогічного спілкування, а в перенасиченому інформацією медіапросторі, у ситуації гіперреальності і гіпертексту. Почуття власності щодо віртуального простору має ті самі ознаки, що й у реальному просторі, а саме: самоінвестування, територіальність або платформу, самоідентифікацію або віртуальну ідентичність, самоефективність, захист, можливість контролювати, персоналізацію, страх утрати. Спостерігається суттєве викривлення віртуальної ідентичності, що полягає в необ'єктивній оцінці представленості власного і чужого життя в соцмережах. Було зафіксовано три парадокси в процесі реалізації почуття власності в соціальних мережах: 1) добровільно створюючи аккаунт і розміщуючи приватну інформацію, користувачі демонструють високий рівень незадоволеності з того, що будь-хто може знайти і використати їхні дані; 2) що більше особа залучається до діяльності в інтернет-просторі, створенні контенту, то сильнішим стає її почуття власності щодо цієї сфери, а отже посилюється відчуття контролю над нею, але водночас збільшується залежність і реальна неможливість контролювати свою активність і ступінь залученості до соціальних мереж; 3) створення привабливішого образу себе і невизнання цього за собою, з одного боку, та фіксування такої невідповідності за іншими — із другого.

Визначено особливості прояву почуття власності в умовах карантинних обмежень COVID-19. Показано, що в ситуації підвищеної загрози психологічний простір володіння перебудовується, а валентність одних цілей власності зростає і зменшується до інших. Змінюється предметний зміст цього переживання і соціальні практики його реалізації. У ситуації, що склалася і стала загрозливою як для фізичного здоров'я людини, так і для її психологічного комфорту, переживання почуття власності щодо об'єктів, які особа в змозі контролювати, виконувало функції стабілізації, забезпечення психологічної

чоловіки більше намагаються здобути об'єкти, що забезпечують їм ефективність та контроль, принаймні їхню символізацію через фізичну активність, силу, то жінки проявляють почуття власності більше до символічних предметів, які можуть полегшити їх самовираження. Розглядаючи важливість почуття власності та відповідної поведінки у самореалізації та самовираженні, можна стверджувати, що окремі цінності, у тому числі соціокультурні традиції впливають на життєві цілі та способи поведінки особи щодо власності. Люди можуть надавати перевагу різним цінностям залежно від того, які з них, матеріалістичні чи постматеріалістичні, домінують у даному суспільстві. Наприклад, як доводять науковці, матеріальні об'єкти вибираються в суспільствах, де керують чоловіки, а ідеалістичні об'єкти можуть бути обрані в суспільствах, де домінують жінки (Романуцький, 2013; Хофстеде, 1991). І хоча абсолютизація цієї тези виглядає спірною, проте вона може вказувати на певні тенденції і закономірності.

Бевзенко Л. (2008), розглядаючи потенційність стилежиттєвого підходу до пояснення особливостей мінливого, перехідного суспільства, наголошує на важливих змінах, що виникають у зв'язку з кризою суспільства споживання, та визначає вплив культури на психологічну власність. Вілбер К. (2019) пояснює особливості здійснення глобальних політичних і культурних подій у часи постправди, вказуючи на їхню залежність від створених ілюзій у віртуальному світі, дефрагментації реальності та нівелювання істин в умовах постмодернізму. В умовах постмодерного суспільства з'являється так званий «соціальний молекуляризм», який, з одного боку, звеличує індивідуальність особистості, зберігаючи її автономію, а з другого — зміцнює соціальність (Машталєр, 2011).

Соціальна система, що панує в нашій країні, функціонує таким чином, що радше сприяє обмеженню приватність осіб, принаймні, незаможних, яких більшість у нашому суспільстві, що, загалом, підриває їхню стабільність та впевненість у собі, а відтак і успішність та відчуття психологічного благополуччя. Успішність і перспективність розвитку як кожної окремої особи, так і суспільства в цілому, значною мірою зумовлюється рівнем захищеності приватності першої, та оптимальним

При аналізі тенденцій трансформації в суспільстві і спробі прогнозування варто враховувати дію різноманітних чинників на формування і реалізацію почуття власності. Одним з таких важливим соціокультурних чинників є територіальність, а скоріше навіть територіальна ідентичність, що може визначати відмінності у ставленні до власності, грошей, бідності і багатства, у рівні інтернальності-екстернальності та навіть способів поширення бідності (Губеладзе, 2016; Махмудов, 2011; Мельник & Яковлева; Pavliashvili & Gubeladze, 2013). Посилені міграційні процеси, стрімка урбанізація зумовила поширення індивідуалістичних цінностей і орієнтацію на приватну власність. Глобалізаційні процеси увиразнили тенденції розмивання меж територіальних громад локального та національного рівнів, а відтак і відповідних ідентичностей, що безумовно відобразилося як послаблення відчуття себе власником, господарем на «своїй» території, межі якої по факту є доволі розмитими і водночас гнучкими.

Аналіз літератури показав, що соціокультурний контекст має значний вплив на почуття власності, ідентичність, постави та зобов'язання особи (Мейєр та ін., 2012). Однак поки що не було спроб розпочати роботу, яка б досліджувала, як культура формує почуття власності і зумовлює варіативність його прояву в різних соціо-культурних контекстах. І хоча почуття власності як феномен є універсальним, різні культури можуть мати відмінні поняття і способи реалізації почуття власності. За певних соціальних умов на перший план виходить ефективність, результативність чи індивідуальні успіхи особи, а в других — актуалізується мотив мати свою територію, сім'ю та громаду. Подібним чином у колективістських культурах актуалізується колективне почуття власності, тоді як індивідуальна власність може викликати занепокоєння і навіть спротив.

Особистісні чинники, такі як тривалість володіння, статус та роль, стать, вік особи можуть впливати на почуття власності. Якщо люди, які прагнуть досягати і демонструвати життєву успішність та ефективність, більше зорієнтовані на об'єкти власності, які полегшують реалізацію їхніх особистих цілей, досягнення влади та контролю, які символічно можуть їм надати самі ці об'єкти власності, тоді як інші більше зорієнтовані на об'єкти, що зміцнюють їхні соціальні відносини. Якщо

безпеки, а відтак покращення психологічного благополуччя в кризових умовах. У пошуку інших ресурсів стабілізації й захисту увага респондентів була перефокусована на об'єкти власності, щодо яких залишилася можливість контролю, зокрема догляд тіла і фізичні навантаження, організація робочого чи навчального місця, створення і персоналізація простору для відпочинку та усамітнення. Відбулося переосмислення цінності коштовних речей, які втратили свою актуальність і значущість, та соціальних контактів, зокрема з близькими людьми, цінність яких істотно зросла і залишилася на такому самому рівні вже після завершення карантинних обмежень.

Було показано, що почуття власності має адаптивний характер та балансує між реалізацією в соціальних практиках як унормованих, буденних, рутинних діях та актуалізованим проявом його в ситуаціях загострення потреби психологічного володіння чимсь або втрати об'єкта власності, що спонукає особу до суб'єктної активності і відповідальності.

Показано, що колективне почуття власності щодо своєї країни, з одного боку, може бути джерелом єднання однодумців, які гуртуються в інгрупу всередині країни, а з іншого, воно може посилювати протистояння, як всередині країни (за умови несформованості громадянської ідентичності та спільної національної ідеї), так і з представниками інших країн на міжнародній арені. В умовах відчуття загрози втрати територій або реальних фактів громадяни демонструють вищий рівень актуалізації колективного почуття власності до своєї країни, готовності її захищати, відстоювати її національні ідентитети, такі як мова, символіка, традиції тощо.

Прояв колективного почуття власності щодо своєї країни може залежати від низки соціально-психологічних чинників: переживання спільних колективних емоційних станів, внутрішні і зовнішні реалістичні, символічні і власницькі загрози, відчуття домінування або залежності, міжгрупове та інгрупове порівняння, загроза втрати власності, самоінвестування, психологічна легітимізація володіння об'єктом власності, соціальна конкуренція, переконструювання громадянської ідентичності, що пов'язані у тому числі з її діяльністю і реалізацією особи у спільноті.

РОЗДІЛ 5
СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПОЧУТТЯ ВЛАСНОСТІ В СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

5.1. Соціокультурні тенденції трансформації почуття власності

Трансформація ідентичності, практики і почуття власності має виходити із внутрішньої потреби особи, як відповідь на невідповідність її внутрішніх цінностей та ідеалів актуальному соціокультурному контексту. Фактично особистість сама виступає ініціатором трансформацій, що може бути відображенням її суб'єктної позиції. Ці ідеї були у той чи інший спосіб відображені у роботах різних колег (Гречко П., 2010, Кочубейник О., 2010, Татенко В., 2013, Титаренко, 2012, 2014).

Суперечності економічної свідомості так званого «перехідного періоду», що характеризується, з одного боку, засвоєнням нових моделей економічної поведінки, а з другого — схильністю до домінування старих постав і способів поведінки. На основі здійсненого теоретичного і емпіричного дослідження було визначено основні соціокультурні чинники та тенденції трансформації почуття власності в сучасному суспільстві. Вище нами було обґрунтовано соціокультурну зумовленість формування, реалізації та трансформації почуття власності в соціальних практиках. Визначено, що психологічні, особистісні, соціокультурні, ситуативні та об'єктні чинники суттєво впливають на спосіб реалізації почуття власності в соціальних практиках. А відтак для аналізу тенденцій і прогнозування перспектив таких трансформацій доцільно проаналізувати зміни в соціокультурному середовищі.

Як слушно зауважила Кочубейник О. (2010), сучасне спільство є не тільки інформаційним, а й комунікативним, в якому весь час відбувається діалог. Комуніативність і діалогічність суспільства постають як один з найпотужніших чинників розвитку особистості і соціуму. Високий рівень діджиталізації

суспільства і широка представленість у віртуальному просторі зумовлює низку трансформацій у виникненні і реалізації почуття власності, що пов'язано зі зміною соціальних практик, як економічних, так і неекономічних. Дедалі актуальнішим стає не володіння, а користування об'єктами. Важливішим виявляється не власність як така, а функції, які вона може виконувати, таким чином супроводжуючи і забезпечуючи насичене й змістовне буття особи. Віртуалізація суспільства не лише видозмінює і викривлює особливості презентації і сприймання власності «своєї» і «чужої», а й наділяє її додатковими функціями. Змінюються й особливості проживання та способи актуалізації почуття власності у віртуальному просторі.

Наступною тенденцією, яку варто викоремити, є індивідуалізація суспільства, що веде до персоналізації й індивідуалізації почуття власності. Такі тенденції пов'язані з високим рівнем психологічного усамітнення й певною інтравертованістю як відповідь на активне, відкрите, публічне життя в мережах. Особливо увиразненно вони проявляються в міському середовищі урбанізованого суспільства, що характеризується високим рівнем динамічності, скупченістю населення, і разом з тим психологічною усамітненістю та ізолюваністю. Такий спосіб міського життя зумовлює ретрансляцію з покоління в покоління усталеного способу життя людей, зі своїми традиціями, цінностями і пріоритетами. Територіальна спільнота виконує роль каналу комунікації, що кристалізує та поширює відповідні норми, у тому числі і щодо стосунків власності (Губеладзе, 2016).

Сучасні умови соціально-економічного розвитку вимагають від особистості відповідальної і визначеної позиції у сфері фактичного і психологічного володіння. Однак несформованість економічного мислення і власницьких постав, що є наслідком тривалого нівелювання і фрустрації потреби у власності, зумовлюють необхідність переоцінки стосунків власності і позиції особи в них. Так, відбувається зсув з орієнтації на минуле чи майбутнє, що характерно для колективістських суспільств, на схильність до проживання теперішнього, яка властива індивідуалістичному суспільству (Васютинський, 2016 а). Такі трасформації ведуть до змін в практиках привласнення і користування.

знаходитися на різних позиціях. Потім учасники спільно обговорюють, які в них були ролі, наскільки в цих ролях вони змогли просунутися вперед, як вони себе при цьому відчували і т.д.

Вправа на відпрацювання упереджень щодо майнового статусу. Учасникам пропонуються картинки із зображенням людей різного матеріального статку, але психолог не наголошує на цьому, а просто показує зображення певних людей. Завдання для учасників: описати основні риси характеру, які властиві цій людині, чим вона займається, чого досягла, що вміє і любить робити; чи хотіли б ви з цією людиною дружити чи спільно працювати. По закінченню групове обговорення. Які упередження демонструвала група і чому.

Запропоновані технології пройшли апробацію серед підлітків 12–14 років і показали високу ефективність у доланні упередженості щодо осіб з іншим майновим статусом.

Отже стигматизація через майнову нерівність є поширеним явищем в освітньому середовищі і має різних об'єктів і суб'єктів прояву. Стигматизація через майнову нерівність проявляється як щодо осіб з низьким, так і виразно високим майновим і фінансовим статусом. Запропоновані методи спрямовані на роботу як із особами, які зазнають стигматизації, так і з тими, хто схильний до стигматизації інших, а також так званими «спостерігачами». Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою пропозицій боротьби зі стигматизацією через майнову нерівність в медіапросторі.

5.4. Реалізація почуття власності в соціальних практиках: перспективи досліджень і впровадження в практику

Як бачимо, психологічний підхід до вивчення власності є доволі новим напрямом досліджень, особливо на пострадянському просторі. Його розвиток тільки починається. Разом з тим мусимо відзначити, що тема є надзвичайно широкою, багатоаспектною і різноплановою. Її дослідження відкриває широкі можливості як щодо наукових пошуків, так і у практичній площині психологічної допомоги. Нами була розроблена адаптивно-

становлення ідентичності особи та зумовлює особливості її взаємодії з іншими та відчуття власної успішності і спроможності (Пайпс, 2008; Jussila, Tarkiainen, Sarstedt & Hair, 2015; Poretski, Arazy, Lanin & Nov, 2021).

Розвиваючи ідею авторів теорії психологічної власності (Pierce, Kostova & Dirks, 2002), ми розглядаємо почуття власності як суб'єктивне емоційне переживання людини щодо належності їй певних об'єктів власності, що відображає зміст та значення, яке мають для неї реальні або абстрактні, конкретні або узагальнені об'єкти власності, тобто все те, що може назвати своїм (Губеладзе, 2020). Як було показано, втрата майна, яке людина відчуває своїм, і яке поступово стає частиною її самості, її «Я», може викликати у людини відчуття зменшення, звуження її особистості». Накопичення матеріальних активів також може бути пов'язано зі зниженою самооцінкою: чим вона нижча, тим вище бажання компенсації у вигляді накопичення власності (Джеймс, 1991). Почуття власності не тільки підвищує цінність майна для свого власника, воно також підсилює готовність людини піклуватися про те, що вона вважає «своїм», та інвестувати гроші, зусилля і час у «своє» майно (Kahneman, Knetsch & Thaler, 1991).

Дослідження підтверджують, що зосередженість на володінні та придбанні може привести до конфлікту між особистими і колективними цінностями. Занадто сильне власницьке почуття може перешкоджати співпраці, оскільки люди прагнуть в першу чергу зберігати контроль за своєю власністю (Pierce, Kostova & Dirks, 2002; Preston & Gelman, 2020). Негативні прояви почуття власності можуть проявлятися і щодо різних сфер реалізації особи як власника, у тому числі у політиці. Як стверджує Пірс Дж. при переході від авторитарного режиму до демократичного лідери, відчуваючи країну своєю власністю, будуть чинити опір передачі влади і впровадження демократичних інститутів.

З одного боку, почуття власності має посилювати конкуренцію і боротьбу за «своє», а з іншого, як показують результати досліджень, може навпаки, активізувати альтруїзм і готовність допомагати іншим (Poretski, Arazy, Lanin & Nov, 2021). Оскільки відчуття власності підсилює відчуття відповідальності за «своє» майно, воно може сприяти збереженню суспільних

благ — наприклад, навколишнього середовища. Таким чином можна попереджувати «трагедії громад», коли загальний доступ до ресурсу виснажує його або знищує. До такого висновку прийшли дослідники Пек Дж. та Шу С. Їх експерименти показали, що почуття власності мотивує «власників» суспільного блага, наприклад озера або парку, берегти і захищати його (Peck & Shu, 2018).

Почуття власності може мати різні конотації і проявлятися по різному. Як писав Джеймс У. (1991), усі об'єкти власності людини однаково викликають у неї емоції: якщо власність збільшується і процвітає — почуття власності торжествує, якщо ж власність виснажується і зменшується — людина може відчувати зневіру і розпач. Додамо тільки, що насправді негативні переживання можуть бути пов'язані як з браком певного об'єкту власності, так і з посиленим його проявом, яке викликає надмірну тривогу, страх втрати і фрустрацію. Для відпрацювання даних негативних емоцій важливо усвідомлювати свої стосунки з конкретними об'єктом власності. З огляду на це постає потреба розробки практичних технік і програм супроводу, спрямованих на гармонізацію почуття власності особи.

Щодо практичних розробок у цьому напрямі, то існують деякі програми щодо розвитку монетарної культури старшокласників (Зубіашвілі, 2018), формування адекватного ставлення до грошей студентів (Карамушка & Ходакевич, 2017). Проте гостро бракує програм з гармонізації прояву саме почуття власності, взагалі формування адекватного ставлення до власності, що підкреслює соціальну значущість, актуальність і мету розробки програми. Тож перед нами постало завдання розробити зміст і структуру та презентувати авторську тренінгову програму гармонізації почуття власності особи.

Для досягнення поставленої мети було визначено низку завдань:

– здійснити теоретичний аналіз наявних сучасних емпіричних та практичних розробок щодо вивчення, активізації та гармонізації почуття власності;

– розробити тренінгову програму гармонізації почуття власності;

– перевірити ефективність запропонованої програми.

Робота із соціальним оточенням, яке може проявляти стигматизацію і булінг в освітньому середовищі, а може бути і пасивним спостерігачем, має бути спрямована на підвищення їхньої толерантності до інакшості і різних проявів майнової нерівності. Рекомендується проводити в груповій формі.

Рольова гра. Учасники отримують ролі: учень, якого стигматизують і проявляють булінг через те, що в нього немає грошей на обіди і булочки, мама учня, яка сама його виховує, найкращий друг учня (однокласник), який часто стає свідком булінгу, старші діти, які стигматизують і проявляють булінг до учня, учитель школи, який постійно стає свідком булінгу, адміністрація школи, шкільний психолог. Усі інші грають роль німих спостерігачів, тобто усе бачать, але не втручаються. Учасники отримують завдання — розіграти типову ситуацію булінгу щодо учня (Лэндрет, 1998).

Психологу важливо стежити за динамікою гри і емоційними переживаннями учасників. На ролі треба ретельно підбирати учнів, бажано щоб вони не потрапили в свої реальні ролі, принаймні жертва і кривдники. По закінченню рольової гри, учасникам пропонують обговорити ситуацію, які відчуття виникали, що хотілося змінити, як мали діяти різні учасники процесу, як зазвичай в тих ролях діють інші.

Вправа «Однакові можливості» (Лэндрет, 1998). Усі учасники шикуються в одну лінію. Вони отримують листочки, на яких написано ролі, з позиції яких вони будуть оцінювати наступну ситуацію. Наприклад, ролі (12-річний хлопчик, якого виховує одна мама і який часто не снідає дома, бо немає грошей, або літня бабуся, яка за останню пенсію купила четвертинку хліба, або юнак, у якого є остання версія айфону і крута машина, але немає близьких друзів і коханої дівчини тощо). Всі учасники стоять в одній лінії і на кожну ситуацію, яку зачитує ведучий вони можуть зробити тільки один крок вперед, якщо згідно отриманої ролі вони можуть це зробити. Наприклад дії: я кожного ранку смачно і ситно снідаю; я можу вільно увійти в клас і почати розмову з будь-ким з дітей; щороку ми з сім'єю відпочиваємо на морі; у мене є хороший друг; я часто вечорами ходжу гуляти з друзями і т.д. Завдання учасників — дійти до протилежної сторони. Після закінчення ситуацій кожен учасник буде

Використання метафоричних асоціативних карт для трансформації уявлень про актуальну ситуацію. Психолог пропонує обрати в закриту карту, що відображала б актуальний стан, ситуацію чи емоційний стан, який є наданий момент. На кожне наступне питання в закриту обирається 1–3 із запитами: А який стан хочеться? Як би хотілося трансформувати ситуацію? Чого мені бракує, щоб бути у бажаному стані? В чому мої переваги? В чому мої сильні сторони? Що мені допоможе досягти бажаного стану? Що може змінитися, коли я досягну бажаного стану? (Попова, Милорадова, 2016).

Для того, щоб підтримати стигматизовувану особу, допомогти їй знайти свої позитивні сторони, точки опори і джерело сил, вийти на потрібний позитивний стан, рекомендується використовувати ресурсні метафоричні карти, які б допомогли проілюструвати ресурсний стан особи чи дії, які допоможуть особі віднайти свої сильні сторони.

Переосмислення негативного досвіду дає змогу усвідомити свій поточний стан, актуальні переживання щодо проявів упередженого ставлення та стигматизації через майнову нерівність. Важливим є зміна фокусу стигматизовуваних осіб з проблем і навіть життєвих невдач і безвиході на переваги і життєві можливості, які дозволяють вчитися і отримувати безцінний досвід.

Для відпрацювання навичок взаємодії з кривдником можна ставити наступні запитання:

«Я не розумію для чого ти це сказав/сказала (зробив/зробила і т.д.)?»

Якщо кривднику спокійно ставити це запитання, то він/вона може розгубиться і припинить свої напади. Як правило, кривдник не може чітко відповісти, для чого він/вона це робить.

«Як ти це визначив/визначила?»

Якщо, наприклад, дитину називають «недотепою», то поставити таке запитання: «Як ти визначив/визначила, що я не вмію цього робити?»

«Що тобі заважає?»

Наприклад, «Що тобі заважає відійти та зайнятися своїми справами?», «Що тобі заважає вчитися так само гарно, як і я?», «Що тобі заважає звернутися до мене за допомогою замість того, щоб заздрити?» тощо.

Тренінгова програма є одним із запропонованих методів для практичної психологічної роботи з темою власності. Структура і зміст тренінгової програми будувались на основі загальних принципів групової роботи.

В основу розробки тренінгової програми покладено положення теорії психологічної власності Пірса Дж., який стверджував, що чинниками активізації чи мотивами психологічного привласнення є контроль, самоінвестування та глибокі, інтимні знання. Посилення почуття власності відповідно призводить до підвищення рівня прояву його окремих показників: самоефективності, самоідентичності, відчуття належності та відповідальності (Pierce, Kostova & Dirks, 2002). Ми виходимо з положення, що почуття власності може мати як позитивну, так і негативну конотацію.

Розробка тренінгової програми відбувається на основі існуючих теоретично-методологічних основ вивчення психологічної власності і почуття власності та з урахуванням наявних практичних розробок у цьому напрямі.

Переваги тренінгової форми роботи пов'язані передовсім з основними принципами групової роботи. Активні форми роботи дають змогу активізувати внутрішню мотивацію учасників, і з опорою на їх індивідуальні потреби та інтереси активно заучити до ефективної спільної роботи. Високий рівень рефлективності вправ дозволяє інтеріоризувати отриманий досвід і «привласнити» його. Проблемність самих завдань, робота з актуальними, важливими питаннями і, відповідно, переживаннями учасників, які не мають і не можуть мати єдиного правильного рішення. Активна творча взаємодія учасників забезпечує креативність та командність у роботі і пошуку спільних рішень, а також занурення та використання колективного досвіду проживання почуття власності.

Мета тренінгової програми — формування гармонійного переживання почуття власності у різних його сферах прояву.

Завдання тренінгу:

– оволодіння знаннями про сутність почуття власності як соціально-психологічного феномену, чинники та особливості його прояву;

– оволодіння навичками рефлексії щодо актуального стану переживання почуття власності;

– визначення ефективних стратегій долання негативних проявів почуття власності і пов'язаних з цим переживань.

Частина запропонованих у програмі вправ і технік є авторською розробкою, а частина — модифікацією загальновідомих технік і прийомів. Проте змістове наповнення кожної з вправ є повністю авторською і відповідає меті і завданням тренінгу.

Загальна структура тренінгової програми

Структура та обсяг тренінгової програми гармонізації почуття власності

№	Тема модулю	Кількість годин
1	Вступ	2
2	Модуль 1. «Почуття власності як соціально-психологічний феномен: моє, наше, чуже, нічиє»	6
3	Модуль 2. «Чинники посилення почуття власності: контроль, самоінвестування та інтимне знання»	6
4	Модуль 3. «Наслідки і можливості гармонізації почуття власності»	6
5	Завершення	2
6	Домашнє завдання	6
	Усього	*28*

Зміст тренінгової програми

Вступ традиційно присвячено знайомству членів групи, уточненню цілей, очікувань учасників та правил роботи групи. На цьому етапі також здійснюється вхідний діагностичний замір.

Модуль 1. «Почуття власності як соціально-психологічний феномен: моє, наше, чуже, нічиє».

Метою цього модулю є рефлексія основних об'єктів та сфер власності, діагностика власного почуття власності та особливостей його прояву.

Завдання 1. Що ви можете назвати словом «моє», «наше», «чуже», «нічиє».

Учасникам пропонується протягом 5–10 хв. методом вільних асоціацій записати відповіді на поставлені питання. Потім обирається 1–3 найбільш значущі об'єкти власності і кожен

Вправа-медитація «Відпускання негативних переживань» (Малкина-Пых, 2005). Уявити, як ви знаходитесь на березі моря. Ви виписуєте на мокрому піску негативні знання про себе, свої негативні чи слабкі сторони, вимальовуєте осіб, які негативно впливають на вас, свої страхи та обмеження. Уявити, що всі ці негативні знання поглинає море. Уявити себе, стоячи на скелі, камінні, над водою. Вода омиває камінь і змиває з піску всі негативні уявлення про себе. А ви впевнено стоїте на скелі, відчуваєте свої ступні чи зручне взуття. У такому впевненому стабільному стані зафіксуй свої чесноти і переваги. Опиши свій стан і почуття.

Завдання «Скарбниця моїх досягнень» (Свияш, 2009) полягає в тому, щоб скласти список з мінімум 30 пунктів своїх досягнень, речей, якими особа може пишатися. Чим більше, тим краще. Важливо пройти момент паузи. І після цього ще дописати кілька пунктів. Слід записувати і вагомі, і відносно дрібні досягнення. Те, чим дійсно людина пишається. Якщо важко скласти такий список, можна попросити близьких сказати, за що вони цінують цю людину і які її досягнення пам'ятають. Отримані варіанти можна записати в блокнот списком, можна зробити колаж, відеоряд, скарбничку з коробочки чи у будь-який спосіб проявити творчість. Головне, щоб ваші осягнення завжди були з вами і нагадували вам про себе.

Вправа «Так, але...» (Берн, 2019) передбачає, що особа формулює речення по принципу: «Так, у мене немає .... (за що зазвичай її стигматизують), але я можу дати іншим...». Наприклад, «Так, у мене немає нового старт-годинника, але я можу дати іншим турботу і справжню дружбу».

Вправа «Я художник» (Баер, 2013). Пропонуємо особі уявити негативну ситуацію, пов'язану зі стигматизацією, або кривдника. Описати максимально детально. Потім уявно помістити цю ситуацію чи особу в рамку для картини. Себе уявити художником. Дати можливість собі уявно домалювати картину, змінити її на свій розсуд, потім зменшити її у розмірах, постійно прислухаючись до своїх відчуттів. Як тільки виникне відчуття, що картина завершена, або достатньо мала, щоб не приносити емоційний дискомфорт і шкоду, тоді можна зробити з нею, що захочеться, наприклад, по бажанню викинути чи якось знищити, чи подарувати комусь.

технік, способів і прийомів має бути спрямовано як на роботу із соціальним середовищем, так і з представниками стигматизовуваних на майновій основі осіб.

Посилення прояву такої стигматизації в освітньому середовищі, а саме серед підлітків, «омолодження» проявів стигматизації, через майнову нерівність, тобто все частіший прояв стигми серед молодших школярів і навіть дошкільнят, викривлення і нереалістичності свого майнового статусу і уявлень про відповідний статус інших вимагає розробки дієвих психологічних засобів і технологій запобігання та протидії прояву стигматизації і булінгу в освітньому середовищі.

Запропоновані засоби попередження і протидії стигматизації через майнову нерівність спрямовані на: формування толерантного ставлення до інших з відмінним майновим статусом та формування свідомого ставлення до проявів індивідуальності та «інакшості» інших.

Роботу з представниками стигматизовуваних менших варто спрямовувати на підвищення їхньої самоцінності, усвідомлення власних переваг і опорних сильних сторін, розвиток рефлексивних навичок (Зімовін, 2017), підвищення рівня комунікативних компетентностей і формування навичок емоційної і поведінкової саморегуляції. Робота із соціальним оточенням, спрямована на підвищення їхньої толерантності до інакшості і різних проявів майнової нерівності через психоедукацію і підвищення рівня обізнаності щодо проявів майнової нерівності, психологічних особливостей, а також стереотипів і упереджень щодо осіб з різним майновим статусом, рольові та симулятивні ігри, фокус-групи, соціально-психологічні тренінги толерантності.

Робота з представниками стигматизовуваних менших оптимальніше проводити в індивідуальній роботі.

Інформування і підвищення самоцінності і актуалізація позитивних рис і особистісних ресурсів. Метою є усвідомлення власної самоцінності, позитивних рис і джерел відновлення ресурсу.

Вправа «Лист з майбутнього» (Малкина-Пых, 2005). Уявити себе сивою, літньою, досвідченою і мудрою особою, яка успішно прожила своє життя. Уявляти варто в деталях і тонкощах. Які три найважливіші речі ця людина може сказати тобі нинішньому.

з них оцінюється за 5-бальною шкалою, наскільки сильно учасник відчуває суб'єктивне почуття власності щодо цього об'єкту. Потім учасники об'єднуються в пари і діляться своїми напрацюваннями. Обговорення у спільному колі.

Завдання 2. Мозковий штурм «Що дає людині суб'єктивне відчуття власності».

Учасники у спільному колі пропонують причини, чому у людей з'являється почуття власності і навіщо воно їм потрібно. По закінченню мозкового штурму, тренер підсумовує і приводить групу до висновків, що:

– почуття власності це універсальний соціально-психологічний феномен, який виникає на основі потреби у власності;

– воно виникає в усіх людей, але може проявлятися різною мірою щодо різних об'єктів власності і в різні періоди життя;

– проживання почуття власності дає людині відчуття безпеки, контролю і стабільності.

Завдання 3. «Сфери реалізації почуття власності».

Учасники всліпу обирають аркуші, на яких написані основні виміри психологічного простору, в яких реалізується почуття власності (фінансова сфера, територіальність, матеріальні речі, соціальні контакти, інформаційний простір, тілесність, часовий режим, життя в організації, цінності, ідеї, думки, громадянська сфера). Кожен із зазначених вимірів зустрічається двічі. Після того, як кожен учасник обрав свій листочок, він має знайти свою «пару» — іншого учасника з таким самим виміром. Далі іде робота в парі: учасники мають подумати і описати, як проявляється почуття власності саме в цій сфері, які особливості саме такого почуття власності, наскільки часто та інтенсивно проявляться почуття власності в цій сфері, в яких саме соціальних практиках, які загрози втрати можуть бути в цій сфері, і що буде, якщо таке почуття власності буде проявлятися надмірно.

Завдання 4. Індивідуальна робота.

1. Згадайте ситуацію, коли ви відчували надмірне почуття власності щодо того чи того об'єкту. Якими емоціями, переживаннями воно супроводжувалося? До яких дій ви були готові чи як діяли? Наскільки такі переживання і дії були конструктивними і допомагали вам? Якби у вас була можливість щось змінити, що саме ви б змінили і чому?

2. Згадайте ситуацію, коли ви майже не відчували почуття власності щодо певного об'єкту фактичної власності. Якими емоціями і переживаннями це супроводжувалося? До яких дій ви були готові чи як діяли? Наскільки такі переживання і дії були конструктивними і допомагали вам? Якби у вас була можливість щось змінити, що саме ви б змінили і чому?

Обговорення результатів в групі.

Підбиття підсумків

Домашнє завдання. Оберіть один об'єкт власності, бажано, який у вас сьогодні найяскравіше проявився під час першого завдання (можливо це стосунки з якоюсь особою, можливо це ваш час, а можливо це ваша машина...). Протягом наступного тижня: 1) дізнайтесь 5+ нових фактів про цей об'єкт власності, які ви раніше ніколи не знали; 2) приділіть цьому об'єкту власності відчутно більше вашого часу та ресурсу (наприклад, машину помити, відвезти на плановий техогляд чи купити килимки; якщо це стосунки, то сплануйте зустріч і проведіть час разом, приготуйте сюрприз-подарунок для цієї людини, проявіть свою турботу і т.д.); 3) проконтролюйте певні аспекти щодо об'єкту власності: наприклад, якщо це машина — перевірте, чи все справно працює в машині, чи діє ще страховий поліс; якщо мова про ваш час, то подивіться, чи добре ви його спланували, чи все встигаєте, якщо не встигаєте, то чому тощо; якщо це стосунки з іншою людиною, то поцікавтесь, наприклад, чи пообідала вона, чи зручно їй добиратися додому чи місця вашої зустрічі тощо.

Модуль 2. «Чинники посилення почуття власності: контроль, самоінвестування та інтимне знання».

Метою другого модулю є моделювання ситуацій з посиленням і послабленням рівнів контролю, самоінвестування та інтимного знання та усвідомлення відповідних результатів і наслідків.

Завдання 1. Перевірка домашнього завдання.

Учасники діляться результатами свого домашнього завдання. Що вдалося, що не вдалося, що було легко, а що важко. Чому? Далі ведучий просить оцінити, наскільки посилилося чи послабилося почуття власності щодо цього об'єкту власності після виконання завдань, як змінилися переживання.

У такий спосіб учасники підводяться до основної теми модулю.

але загалом схильні уникати ближчих взаємин, наприклад, працювати або жити з ними (Васютинський, 2016 б; Mickelson & Williams, 2008). Часто така стигматизація стосується осіб, які отримують чи претендують на соціальну допомогу з боку держави. Як стверджують дослідники, таке клеймо щодо отримання соціального забезпечення може призвести до пасивності і узалежненості бідного населення, агресивного ставлення та критики системи соціального забезпечення та загальних умов бідності. Загалом традиційні уявлення про причини бідності безпосередньо пов'язані з переживанням, відчуттям стигми (Kerbo, 1976).

Оскільки стигма за своїми функціями, як визначає Крокер Дж., сприяє підвищенню власної самооцінки особи за рахунок стигматизації інших, підтримці позитивної соціальної ідентичності, що в результаті обертається виправданням дискримінації щодо аут-групи, допомагає керувати страхом, виконуючи захисну функцію у зв'язку з виникненням сильної тривожності (Crocker, Major & Steele, 1998), вона особливо яскраво проявляється серед підлітків і молоді у період ставлення їхньої Я-концепції та самооцінки.

Тому попередження і протидія проявам стигматизації і булінгу через майнову нерівності в освітньому середовищі є одним із пріоритетів і значущих напрямів роботи психологічної служби закладів освіти. Попри високу суспільну значущість проблеми і доволі часті прояви, проблема стигматизації і булінгу через майнову нерівність майже не вивчена і відповідно не розробленими є засоби попередження і протидії такій стигматизації і булінгу. Переважна більшість досліджень пов'язана із загальним підходом формування толерантності у освітньому середовищі.

Обґрунтування психологічних засобів попередження і протидії стигматизації через майнову нерівність в освітньому середовищі.

Теоретичний та емпіричний аналіз проблеми прояву стигматизації через майнову нерівність в освітньому середовищі показав необхідність розробки психологічних засобів запобігання поширенню та протидії стигматизації і булінгу через майнову нерівність в освітньому середовищі. Використання відповідних

СНІД, онкологія, наразі COVID-19 (Доній, 2016; Коробка, 2020; Corrigan & Kosyluk, 2013). Однак питання стигматизації та булінгу через фінансово-майновий стан особи чи спільноти майже не вивчається, лише побіжно у контексті психологічних проявів бідності (Васютинський, 2016 б; Kerbo, 1976; Mickelson & Williams, 2008). Більше того бракує практичних розробок щодо протидії і попередження таких негативних явищ.

Стигматизацію через майнову нерівність ми розуміємо як упереджене ставлення до осіб чи груп осіб через їхній інакший майновий стан і фінансову спроможність, що проявляється в приписуванні негативних рис, знеціненні та соціальній ізоляції. Такі особи, чий майновий стан вирізняється від більшості в групі, відчувають спектр негативних проявів комунікації і взаємодії, пов'язаний з майновими питання.

У 2020 році нами було проведено дослідження серед учасників освітнього процесу щодо поширення стигматизації і булінгу через майнову нерівність в освітньому середовищі. В опитуванні взяло участь 317 осіб — учасників освітнього процесу (вчителі, батьки, учні (підлітки і старшокласники)). Було визначено, що найчастіше стигматизація через майнову нерівність проявляється у освітньому середовищі, а також у медіа і соціальних мережах. 86% опитаних ставали свідками стигматизації і булінгу через майнову нерівність в освітньому середовищі. І тільки 34% говорять про те, що відчували прояви такого упередженого ставлення і булінгу щодо себе. 72% опитаних зазначають, що не знають точно, як правильно себе поводити, коли стаєш свідком булінгу через майнову нерівність. При тому, що таку невпевненість на високому рівні продемонстрували як учні, так і батьки. Вчителі трохи впевненіше в цьому питанні, однак 72% з них зазначило, що не проти оволодіти ефективними техніками запобігання булінгу через майнову нерівність в освітньому середовищі.

Вивчаючи стигматизацію через майнову нерівність, можна виокремити три основні напрями: стигматизацію осіб з інакшим майновим статусом з боку групи, спільноти і суспільства, самостигматизацію та, відповідно, подолання наслідків стигми. Як стверджують результати досліджень, більшість людей сприймають бідних/багатих як повноправних членів суспільства,

Завдання 2. Моделювання ситуацій.

Усі учасники об'єднуються в чотири мікро-групи приблизно по п'ять осіб.

Група 1. В межах мікрогрупи один учасник є «власником» і отримує завдання, згідно з яким у нього проявляється посилений контроль над об'єктом власності, самоінвестування та глибоке інтимне знання. Другий учасник («потенційний власник») не знає певну інформацію, не докладав зусиль, але хоче отримати об'єкт власності. Учасники не знають завдання один одного.

Група 2. Кілька учасників з групи (2–3) отримують завдання, що вони спільно володіють певним об'єктом власності (наприклад, спільна квартира членів сім'ї). Інші учасники не володіють цим об'єктом, один з них претендує на об'єкт власності, а ще одна особа не претендує і не залучена до стосунків власності.

Група 3. Усі члени мікро-групи є співвласниками одного спільного об'єкта власності (наприклад, озеро в місті, поряд з їхнім будинком, де вони уі регулярно прогулюються, відпочивають тощо). Кожен учасник отримує завдання, де вказано, якою мірою він долучався до підтримки стану озера, оскільки вони мають різний рівень почуття власності, контролю, самоінвестування і глибокого знання. Виникає потреба виконати спільні дії щодо об'єкту (наприклад, прибрати біля озера, заселити туди риб тощо).

Група 4. Об'єктом власності є той самий спільний об'єкт, наприклад, міський парк чи озеро. Однак ніхто з учасників ніколи не долучався до підтримування його чистоти.

Учасники в межах своєї групи і відповідно до отриманого завдання мають розіграти ситуацію. Важливо при цьому відмічати свої переживання, прагнення докладати зусиль до захисту чи розвитку об'єкту власності, які відчуття переживалися, у зв'язку з чим. Після роботи в мікрогрупах, результати презентуються у спільному колі.

Завдання 3. Групова робота «Моє, наше, чуже, нічиє»

Учасники об'єднуються в 4 групи. Кожна група працюватиме над відповідною формою володіння: «моє», «наше», «чуже», «нічиє».

Питання для обговорення в мікро-групі:

1. Що ви можете назвати словом «моє»/ «наше»/ «чуже»/ «нічиє»?

2. Як ви відчуваєте, розумієте, що це належить тільки вам/ є об'єктом колективного чи спільного володіння/ це не належить вам/ це не належить нікому?

3. Які дії є типовими до такого об'єкт власності?

4. Чи готові ви ділитися, вкладати свої сили, ресурси, захищати, контролювати цей об'єкт власності. І якщо так, то якою мірою?

5. Що станеться, якщо цей об'єкт власності зникне?

Спільне обговорення напрацювань групи в спільному колі.

Підведення підсумків.

Домашнє завдання. Визначити кілька об'єктів власності, що ви можете «моє», «наше», «чуже», «нічиє». Оцініть кожен з цих об'єктів власності за 5-ти бальною шкалою (1 бал — найнижчий рівень; 5 балів — найвищий рівень) за трьома критеріями: 1) рівень контролю, який ви щодо нього відчуваєте; 2) наскільки ви готові вкладати свій час і ресурси в цей об'єкт власності; 3) наскільки глибокими і унікальними є ваші знання про цей об'єкт власності, наскільки часто ви поповнюєте свої знання щодо цього.

Модуль 3. «Наслідки і можливості гармонізації почуття власності».

Метою третього модулю є формування конструктивних стратегій проживання почуття власності і його гармонізації; визначення можливих причин і наслідків актуалізації чи деактуалізації почуття власності.

Завдання 1. Експеримент «Моя чашка» («Ефект володіння»).

Учасники об'єднуються в дві підгрупи. Обидві групи отримують завдання розробити авторський логотип чашки їхньої фірми чи країни, але одним сказали, що ці чашки залишаться у співробітників компанії, в першу чергу тих, хто долучився до розробки макету, а другим — що чашка буде подарована клієнтам компанії чи іноземним гостям.

Після виконання завдання оцінюється за суб'єктивною оцінкою рівень почуття власності щодо розробленого логотипу чашки та рівень готовності віддати цю чашку іншим. Результати порівнюються. Як правило, в групі, де від самого початку розробка лого була для інших, проявляється нижчий рівень почуття власності щодо логотипу чашки та нижчий рівень ефекту

5.3.3. Психологічні засоби попередження і протидії стигматизації і булінгу через майнову нерівність в освітньому середовищі

З поширенням цінностей суспільства споживання, все більше і частіше зустрічаються прояви диференціації суспільства за ознакою майнової приналежності. За результати дослідження, проведеного Ла страда у 2019 році, 56,9% дітей, які не мають сучасних ґаджетів, одягу, потерпають від булінгу та стигматизації (Андрєєнкова, Мельничук & Калашник, 2019, с. 4). Поширеність такого явища як булінг та стигматизація, завжди завдають шкоди психічному та фізичному здоров'ю учасникам процесу, зумовили необхідність системного вивчення та розвитку технологічного підходу в профілактиці насильства та булінг у закладах освіти.

Говорячи про майнову нерівність, частіше визначають її саме як вид соціальної нерівності. Зовсім мало досліджень стигматизації через майнову нерівність (McIntyre, Constable & Barlow, 2015). Але все частіше практики відзначають прояви цькування саме через майнову диференціацію. Стигма за своєю суттю і є стереотипним сприйняття певної групи людей. У даному випадку стереотипне сприйняття і відповідне ставлення до осіб з низьким чи виразно високим фінансовим і майновим статусом. Важливо розрізняти стигматизацію та булінг.

Якщо булінг — це систематичні і зловмисні насильницькі дії, то соціальна стигматизація — це негативне виділення суспільством індивіда за якоюсь ознакою з відповідним стереотипним набором соціальних реакцій на цього індивіда (Доній, 2016; Бовина & Бовин, 2013; Biernat & Dovidio, 2000). На стигматизацію впливають забобони, ідеологеми, які історично встановилися у конкретному суспільстві і стали частиною їхнього світогляду. Стигма пов'язана з негативною асоціацією людини чи групи осіб з чим-небудь поганим, непрестижним, відразливим, несприйнятливим і навіть ганебним.

Зокрема вона активно обговорюється у наукових роботах щодо проблем стигматизації та обмеження прав людини, пов'язаних з етно-національними, гендерними питаннями, релігією, обмеженими можливостями, певними видами захворювань як то

певним чином в просторі. Якась карта опиниться вище, якась нижче, а можливо на одному рівні. Якась лівіше, а якась правіше. Потім клієнт відкриває і описує першу карту, яку витягнув з колоди, потім — другу. Клієнт описує, що відчуває перша особа, яка вона, чого їй хочеться і т.д. Потім аналогічно описує другу, яка символізує сам об'єкт власності. Аналізує, наскільки такі стосунки його задовольняють, чи хочеться щось змінити, доповнити, прибрати.

Орієнтовні питання для обговорення:

– як ви ставитесь до об'єкта власності, які переживання, думки він викликає?

– як об'єкт власності ставиться до вас?

– що доброго вам приносить цей об'єкт власності, які ваші очікування?

– що поганого може принести цей об'єкт власності?

– які емоції Ви будете відчувати, якщо у вас буде цей об'єкт власності?

– які емоції Ви будете відчувати, якщо у вас не буде цього об'єкту власності?

Якщо є потреба можна запропонувати клієнту обрати іншу карту, яка символізує об'єкт власності, тільки тепер бажаний. І знову аналізується за аналогією. Далі може розвиватися робота за запитом. Можна використовувати ресурсні колоди (наприклад, «Источник/Джерело») для визначення ресурсів, яких не вистачає для бажаного результату, або «Що мені потрібно, щоб отримати бажане?».

По завершенню кожної техніку обговорюємо вцілому картину, що склалася. Клієнт робить висновки. Часто на цьому етапі виникають нові думки, асоціації, висновки, що приводить до нового бачення ситуації і майбутнього розвитку подій. На завершення налізу карт можа запропонувати клієнту дістати карту з метафоричними висловами.

Проективні методи є ефективним інструментом в роботі психолога і психотерапевта з таким часто неусвідомлюваними запитами, як власність і прагнення володіння. Тема власності у своїх проявах є доволі широкому і різновекторною, тож робота психолога будуватиметься кожного разу індивідуально залежно від запиту клієнта. Представлено кілька ключових алгоритмів опрацювання запитів на тему володіння.

володіння. Ведучий пояснює суть поняття «ефект володіння» та як він впливає на наші рішення і дії.

Завдання 2. Мозковий штурм «Втрати і наслідки».

Учасники висловлюють свої думки, щодо можливих наслідків в результаті втрати об'єкта власності.

Завдання 3. Індивідуальна робота «Мої стратегії щодо збереження власності».

1. Яким чином ви себе поводите, які дії робите, якщо прагнете отримати певний об'єкт власності?

2. Як ви дієте, якщо відчуваєте загрозу втратити об'єкт власності?

3. За яких умов ваша втрата об'єкту власності буде менш болісною і не такою відчутною?

4. Чи готові ви обміняти чи продати об'єкт власності?

5. Які ваші дії в ситуації втрати об'єкту власності?

Після завершення індивідуальної роботи учасники за бажанням вибірково презентують свої напрацювання на загальне коло. За результатами презентації, усі учасники у ході мозкового штурму роблять висновки про загрози втрати власності та можливі наслідки для особи.

Ведучий підводячи підсумок розповідає про конструктивні стратегії проживання негативних емоцій щодо загрози чи фактичної втрати об'єкту власності.

Завершення і підбиття підсумків.

Завершальний шеринг «Я зрозумів/ла...», «Я отримав/ла...», «Мені забракло...». На цьому етапі також проводиться другий зріз (вихідна діагностика) для визначення ефективності тренінгу.

Обговорення результатів. Запропонована тренінгова програма може бути використана для гармонізації почуття власності особи. Її ефективність було перевірено серед старшокласників та групи студентів, оскільки саме цей період є сенситивним і показовим з точки зору сформованості ідентичності, у тому числі ідентичності власника. Далі в онтогенезі розгортаються ситуації актуалізації чи деактулізації почуття власника в тих чи інших практиках. Однак, на нашу думку, дана програма може бути використана для роботи загалом з дорослими людьми без прив'язки до віку. Також ми вважаємо, що на основі цієї програми може бути розроблена більш вузькоспеціалізована

програма саме для роботи з гармонізацією почуття власності в конкретній сфері, наприклад щодо робочих завдань чи у процесі формування територіальної громади для підсилення почуття власності до свого регіону тощо. Так форму групової роботи можна успішно поєднувати з індивідуальним консультуванням, доповнюючи роботу більш глибинними техніками.

Запропонована програма була реалізована на базі Благодійного фонду «Бейтейну» серед старшокласників та молоді, що користуються послугами фонду. Для перевірки ефективності запропонованої програми використали два види опитування: 1) питання з кількісними показниками, зокрема суб'єктивними оцінками рівня контролю, самоінвестування часу і ресурсів та глибини знань про об'єкт власності, а також показників суб'єктивного відчуття власності; 2) відкриті питання щодо ефективності самого тренінгу і суб'єктивної оцінки відчутних змін.

До початку тренінгу учасникам пропонувалася тільки перша частина питань, яка давала змогу зафіксувати суб'єктивні оцінки учасників рівня їхнього контролю, самоінвестування, глибини знань про об'єкт власності та рівень почуття власності. Після завершення курсу також проводилась повторна оцінка за цими ж показниками. Був змінений тільки поряд питань, щоб уникнути повторення анкети і відповідей. Додатково учасникам було запропоновано оцінити рівень ефективності самої програми і відчутних змін, спираючись на їхні відчуття і їхню суб'єктивну оцінку (див. додаток Л). Також аналогічне опитування проводилося в контрольній групі (n=15 осіб), в якій означена програма не впроваджувалась. За віковим і статевим складом контрольна група було урівноважена з експериментальною. Дані замірів до і після відображено у таблиці 5.1.

Установлено, що впровадження даної програми сприяло підвищенню рівня відповідальності, усвідомлюваності, самоефективності, рівня контролю учасників та прагнення дізнатися. При цьому вдалось зафіксувати зростання на статистично значущому рівні зростання почуття власності щодо відповідного об'єкту. Припускаємо, що такі зміни можуть бути і скоріш за все і є тимчасовими і пов'язані із ситуативною актуалізацією переживань і досвіду. Проте цяі дані є достатнім доказом того, що почуття власності піддається актуалізації/деактуалізації за

ристанні, але разом з тим інформативною і дає змогу проаналізувати будь-який запит клієнта (Милорадова & Попова 2015).

Однак далеко не завжди процес консультування і усвідомлення іде легко і прямолінійно. На певних етапах можуть початися складнощі. Наприклад, один з варіантів, коли клієнт застрягає на одному з етапів циклу осмислення, наприклад фокусується тільки на тому, що відбувається, але абсолютно ігнорує своє особисте ставлення до того чи не може вибудувати перспективу розвитку подій. Або, навпаки, занадто прагне діяти, абсолютно не розібравшись у тому, що відбувається. Другий складний випадок — клієнт недостатньо ретельно і глибоко занурюється у кожну з частин осмислення. Воно відбувається поверхово. Клієнт бачить тільки негативне для себе в тому, що відбувається, але не помічає позитивного. Тому надзвичайно важливо, по-перше, доводити цикл осмислення до кінця, а по-друге, бути уважними на кожному з етапів осмислення.

Проаналізуємо техніки, які можна використовувати для роботи зі стосунками власності. Безумовно ми не претендуємо на вичерпність запропонованих технік, проте вони дають змогу окреслити основні алгоритми роботи з темою власності.

Техніка: «Власність і батьківські постави». Визначаємо запит клієнта. Якщо він пов'язаний з володінням, то уточнюємо, про який об'єкт власності йтиме мова.

– Які настанови давали батьки (старше покоління) щодо цього об'єкту власності чи таких стосунків власності? (універсальні колоди або «Зі скрині минулого»)?

– Що ви відчуваєте при цьому? (портретні колоди, колода «Емоції»)

– Як себе відчуває ваша внутрішня дитина?

– Що б вихотіли змінити? (універсальні або ресурсні карти)

– Як я себе буду відчувати, якщо ситуація зміниться? Як почуватиме себе моя внутрішня дитина? (універсальні або ресурсні карти)

Техніка «Стосунки з власністю». В роботі зі стосунками з об'єктом власності можна використовувати колоду «Портрети» або будь-яку іншу портретну колоду. Клієнту пропонується всліпу вибрати 2 картки, одна з яких символізує особистість клієнта, а інша — сам об'єкт власності. Так само всліпу розташувати

карти/зображення допомагають нам виражати, формулювати та конкретизувати події (Shebanova, 2020). МАК створюють безпечний контекст для пошуку і моделювання рішень, запуск внутрішніх процесів самовилікування та пошук свого унікального виходу з кризової життєвої ситуації.

І якщо існує доволі багато спеціалізованих колод для роботи з темою грошей («Грошова колода», «Я і гроші», «Гроші», «Алхімія грошей», «Установки: Гроші», «Жінка і гроші», «Послання Грошей», «Грошовий потік», «Гроші говорять», «Горшечок золота» тощо), то аналогічних колод для роботи з темою володіння немає. Певною мірою це дає простір терапевту самостійно підбирати карти, залежно від запиту. Наприклад, для прояснення актуальної ситуації можна використовувати універсальні колоди (наприклад, «ОН», «Dixit»), для опрацювання образу себе, інших та об'єкту власності у стосунках власності можна використовувати і портретні колоди (наприклад, «Образ жінки», «Образ чоловіка», «Портрети», «Persona» тощо), для роботи з емоційними переживаннями щодо володіння можна також використовувати карти емоцій та почуттів (наприклад, «Емоції»), для відпрацювання деструктивних патернів власницької поведінки («Зі скрині минулого»), для пошуку ресурсу і конструювання майбутнього вирішення ситуації рекомендується використовувати ресурсні колоди (наприклад, «Источник (Джерело)», «Morena», «Вона», «Вікна і двері» тощо).

При побудові алгоритму аналізу запита клієнта, ми можемо спиратися на три види рефлексії, сконструйовані за часовим принципом: актуальна рефлексія (тобто, що відбувається зараз, що я роблю, де я знаходжуся, навіщо і як я це роблю); ретроспективна рефлексія (що відбувалося в минулому, що я робив, і чому саме так, як я міг би поліпшити свої дії чи стан); проспективна рефлексія (як я діятиму в майбутньому, який у мене план, які цілі я ставлю, чому це дійсно важливо для мене; до яких результатів це може призвести) (Зімовін, 2017; Карпов, Скитяева, 2002).

Також в роботі з метою осмислення досвіду клієнта щодо стосунків власності ми можемо послуговуватися моделлю аналізу 3W, яку запропонував Террі Бортон: What? (Що відбувається?); So What? (Так що ж це означає для мене?); Now What? (І що тепер? Що далі?). Запропонована модель є доволі простою у вико-

рахунок підвищення/ зниження рівня контролю, самоінвестування, залученості та інтимного знання. Впровадження та вивчення ефективності тренінгової програми гармонізації почуття власності показало доцільність її використання серед старшокласників та студентської молоді, що сприяло оптимізації прояву відповідальності, самоефективності, самоідентичності та залученості особи. Тож, робимо висновок, що розроблена програма є ефективною у роботі з молоддю з метою гармонізації почуття власності і за потреби може бути доповнена та експлікована щодо різних сфер власності серед дорослого населення.

Таблиця 5.1

Результати ефективності тренінгової програми

№	Твердження	Експериментальна група			Контрольна група	
		До	Після	Знач.	До	Після
1	Я відчуваю відповідальність за те, чим володію	3,56	4,12	p≤0,01	3,48	3,65
2	Я прагну контролювати те, чим володію	3,68	4,22	p≤0,01	3,72	3,84
3	Я готовий (ва) вкладати свій час, сили, кошти в об'єкти, якими я володію	3,17	3,86	p≤0,01	3,05	3,00
4	Я знаю досить багато і прагну дізнатися більше про об'єкти, якими я володію	2,78	3,05	p≤0,05	2,92	2,86
5	Я усвідомлюю значення і роль об'єкту, яким я володію, в моєму житті	2,89	3,24	p≤0,05	2,83	3,02
6	Я відчуваю, що цей об'єкт належить саме мені	3,06	4,12	p≤0,01	3,1	3,12

Почуття власності допомагає людині задовольнити низку потреб — це і прагнення до контролю і безпеки, і самоідентифікація, і необхідність мати особистий простір. Посилення почуття власності визначає і додатково підвищує цінність об'єкта для його власника. Це зумовлює появу як позитивних, так

і негативних переживань особи щодо власності. Як низький рівень сформованості почуття власності потребує його підсилення, так і, навпаки, надмірне, загострене відчуття своєї власності може мати деструктивний характер, а отже потребує гармонізації цього переживання.

5.3.2. Використання метафоричних асоціативних карт для опрацювання стосунків власності

Незадоволена потреба у власності або навпаки надмірно розвинене і актуалізоване почуття власності може викликати негативні почуття, переживання, страхи, тривогу, фрустрацію тощо. Для відпрацювання даних негативних емоцій важливо усвідомлювати свої стосунки з конкретними об'єктом власності.

Процес реалізації почуття власності в соціальних практиках часто стає неусвідомлюваним, фоновим, нерефлексованим. Тож, одним з дієвих інструментів роботи з неусвідомлюваними чи важко рефлексованими переживаннями є метафоричні асоціативні карти, які можуть виконувати як діагностичну, так і корекційно-терапевтичну функцію.

Аналіз літератури показав, що психологічний контекст вивчення власності розглядається з різних позицій, зокрема найчастіше вивчають потребу у власності, ставлення до власності, стосунки із власністю (Бурменко, Карнышев, 2003; Пайпс, 2008; Хазратова & Луценко, 2011; Noguti & Bokeyar, 2014; Peck & Shu, 2018). Окремою низкою звернень клієнтів є запити, пов'язані із психологією володіння і так званими стосунками власності. Наприклад, ревнощі, заздрість, патологічне накопичення, марнотратство, надмірна заощадливість, жадібність, переживання щодо втрати власності, невміння бути власником, безвідповідальність тощо. Часто стосунки з власністю, що були сформовані ще в дитинстві, несуть неусвідомлювані постави і патерни поведінки. Екзистенційні психологи наголошують на важливості власності в усвідомленні власних меж, свободи і відповідальності (Нартова-Бочавер, 2008; Франкл, 2018; Noguti & Bokeyar, 2014).

Разом з тим проблема психологічної та психотерапевтичної допомоги у роботі зі стосунками власності майже не вивчена на

Завдяки механізму проекції, який є ключовим у роботі з МАК, можливо виявити особистісні риси клієнта, які можуть бути недоступні через безпосереднє спостереження. Важливим є не саме зображення, яке закладене автором колоди, а асоціації та інтерпретації, які виникають у кожного клієнта до того чи іншого зображення залежно від запиту і ситуації, в якій це обговорюється. Різні люди бачать абсолютно різне на одному і тому самому зображенні, приписуючи абсолютно різні якості, властивості, прагнення, бажання, мотиви вчинків (часто протилежні) дійовим особам сюжету. Тобто у відповідь на стимул кожен клієнт представляє свій внутрішній зміст фактичних переживань. Більше того, навіть та сама людина, у різні періоди свого життя, на різні запити на одному й тому самому зображенні бачитиме щось інше, її налізутації відрізнятимуться. З цієї точки зору, можливості колоди асоціативних карт невичерпні, а кількість поєднань предметів для психологічного вивчення нескінченна.

Важливу роль у роботі інструменту також відіграє відчуття безпеки, яке досягається за рахунок дисоціації, тобто сприйняття людиною процесів, подій, переживань як таких, що відбуваються з нею, а з кимось іншим. Така «роз'єднана» позиція захищає від надмірних, нестерпних емоцій та переживань, і дозволяє уникнути травматизації чи ретравматизаії та разом з тим стимулює активний пошук і саморозкриття.

Серед основних переваг МАК Шебанова В. виокремлює: створення безпечного, довірчого та комфортного середовища для саморозкриття, та самопізнання; зниження захисних бар'єрів психіки; більш ефективна соціалізація в групі, в індивідуальному консультуванні в парі (у сімейних консультаціях); можливість використання для роботи з клієнтами різного віку і з різними рівнями розвитку; можливість «обійти» раціональну частину мислення та отримати доступ до ресурсів несвідомого; доступність, зручність та економічність у використанні; створення діалогу між внутрішнім та зовнішнім, забезпечення гнучкості та глибини отриманої інформації; активізація роботи правої півкулі, за яку відповідає інтуїція та творчий підхід до життя, «запуск» різноманітних асоціацій, фантазія, і творча спонтанна діяльність, яка призводить до несподіваних прозрінь

За допомогою МАК можна працювати з: усвідомленням причин браку об'єкту власності чи надмірної потреби володіння; страхами, що пов'зані з браком об'єкту власності чи можливістю його втратити; деструктивними родовими поставами і сценаріями щодо володіння; розвитком конструктивного мислення власника; посиленням внутрішньої впевненості і балансу у різних сферах життя; глибинними, неусвідомлюваними причинами, яка заважає отримати об'єкт власності; можливими трансформаціями з появою чи втратою об'єкту власності тощо.

Використання МАК у роботі дає змогу перевести клієнта від нечітких, розмитих, неструктурованих, слабковербалізованих переживань до чіткого, більш глибокого проживання почуттів, як негативних, так і позитивних. Їх усвідомлення, розуміння стає чіткішим і виразнішим. Образи апелюють безпосередньо до почуттів та налізу, і у такий спосіб здатні обходити бар'єр раціональності чи так званий «інтелектуальний фільтр» (Горобченко & Евменчик, 2010; Ozdemir, 2020).

Метафоричні карти як проективний стимульний матеріал можуть застосовуватися в дуже різних спектрах роботи: в груповій і індивідуальній, з дорослими і дітьми. Вони ефективно використовуються в роботі з сім'єю, в психодрамі, гештальттерапії, арт-терапії, транзактном аналізі, психосинтезі, екзистенійній та когнітивно-поведінковій терапії.

Карти дають змогу отримати доступ до цілісної картини «Я» клієнта, його уявлення про себе як власника, його особистісного міфу про світ, його цінність, про себе в ньому, а також про суб'єктивний образ опрацьовуваної ситуації. Вони допомагають доволі швидко та глибоко прояснити і усвідомити актуальні переживання і потреб клієнта, його незавершені внутрішні процеси. Асоціативні карти надають нам можливість побачити наочну картину будь-яких міжособистісних відносин, у тому числі і стосунків власності або відносин людини з будь-якими ідеями і образами з його зовнішньої або внутрішньої реальності. Їх великою перевагою є можливість не лише діагностувати та аналізувати проблемну ситуацію, а й конструювати перспективні шляхи розв'язання проблеми і шукати унікальні рішення виходу з ситуації, а також моделювати перспективи майбутнього розгортання подій.

теоретичному рівні і відповідно критично бракує і практичних методів роботи. Потребує детального опрацювання і розробки практичні техніки роботи зі стосунками власності, з почуттям власності та ставленням до неї. Одним з таких способів, що активно використовується практиками, є робота з метафоричними асоціативними картами як проективним методом роботи з різними типами запитів. У свою чергу науковці детально обґрунтовують механіку і принципи роботи з МАК, пропонують різного роду техніки з використанням різних колод (Горобченко & Евменчик, 2010; Мілорадова & Попова, 2014; Туркова, 2020; Фабрічева, 2009; Logler & Yoo, 2018; Ozdemir, 2020; Shebanova, 2020). Однак не зважаючи на широке поширення запитів щодо стосунків власності, бракує таких практичних напрацювань саме в цьому напрямі.

З огляду на це перед нами постало завдання обґрунтування практичних технік і роботи зі стосунками власності, ставлення до власності та проживанням почуття власності за допомогою метафоричних асоціативних карт як інструменту діагностики та корекції поведінки і переживань клієнта щодо стосунків власності.

Для досягнення мети дослідження використано методи аналізу, синтезу та порівняння, застосовані до розуміння загального алгоритму роботи з темою власності та вцілому принципів і технік роботи з МАК, а також описовий метод. Було проаналізовано практичні розробки у сфері використання метафоричних асоціативних карт та виокремлено і описано специфіку роботи із запитами, що спосуться почуття і відносин власності.

Стосунки власності ми розуміємо як широкий спектр взаємодії щодо чи навколо власності. Зокрема йдеться про стосунки суб'єкта власності щодо самого об'єкту (патологічно нестримне бажання володіти чимось, надмірний контроль, страх втратити, жадібність тощо), щодо іншої особи на предмет володіння (легітимність визнання іншими права суб'єкта власності на психологічне володіння об'єктом власності, довіра/недовіра, заздрощі тощо) та щодо самого себе як власника (невпевненість у собі, безвідповідальність, паталогічна заощадливість тощо).

Стосунки власності можна вивчати і опрацьовувати за відповідним трикутником у тріаді: власник — об'єкт власності — інша особа (рис. 1.1).

Стосунки власності, як і саме почуття власності, часто є неусвідомлюваним, фоновим. Більше того люди прагнуть приховати свої переживання щодо мотивації володіння якимось об'єктом власності, оскільки в суспільстві функціонує дві полярні позиції. З одного боку прагнення, суспільна підтримка та соціальна бажаність заможнього життя у достатку, що має давати свободу і впевненість, а з другого — порікання і засудження осіб, які мають власність, особливо в суб'єктивно надмірних проявах. Тож виникає, з одного боку, сильне прагнення володіння, а з іншого боку, часто неусвідомлюване побоювання щодо прояву своїх прагнень і намірів, щодо можливої відповідальності і ризиків. На цьому ґрунті може виникати певна внутрішня неузгодженість і конфлікт.

Насправді варіантів запитів у цьому напрямі може бути дуже багато. Враховуючи, що почуття власності може поширюватися на різні об'єкти власності, як матеріальні, так і нематеріальні, і навіть абстрактні, питання ієї сфери не зводиться виключно до економічно-фінансових аспектів. Більш детально ми наводимо пояснення вимірів психологічного простору особистості, в яких проявляється почуття власності і відповідних соціальних практик володіння у своїй роботі, зокрема детально розглядаючи відповідні соціальні практики у таких сферах: фінансова сфера, територія, матеріальні речі, соціальні контакти, інформаційний простір, тіло, часовий режим, життя в організації, цінності, ідеї, думки, громадянська сфера (Губеладзе, 2020). Прикладами таких запитів можуть бути опрацювання нестримного шопоголізму і надмірної витратливості або, навпаки, надмірної заощадливості, невизнання іншими легітимності права особи на володіння чимось, паталогічні ревнощі, тривалі негативні та навіть налізута стани щодо неможливості володіти чимось, переживання щодо втрати об'єкту власності, деструктивні власницькі патерни, які передалися від старшого покоління тощо. Цей перелік впливає на якість життя і стосунки з іншими.

На практиці часто буває, що клієнт не звертається із прямим запитом на стосунки володіння, проте в ході роботи виходимо саме на розуміння, що проблема кореніться саме у стосунках власності.

Оскільки стосунки власності часто є налізутаціїваними, фоновими, не структурованими, що потребує налізутації розгляду, підняття з глибин неусвідомлюваних дій і переживань, на допомогу психологу чи психотерапевту можуть прийти проективні техніки роботи, у тому числі і метафоричні асоціативні картки та наративний метод, які використовуються спільно. Зокрема, у цій статті ми говоритимемо про можливість використання метафоричних асоціативних карт для опрацювання запитів на стосунки власності.

Асоціативно-метафоричні картки — це інноваційний інструмент, який базується на класичних психологічних явищах, зокрема синхроністичності, тобто контакту індивідуального Его з колективним несвідомим, що було детально описано у роботі Юнга К. (1991). Знання механізмів роботи методу підвищує ефективність його використання, дає змогу виявити слабкі місця та здійснити необхідні модифікації.

За допомогою зображень, образів можна актуалізувати асоціації людини з тим чи іншим предметом, стосунками, ситуацією. Можна проаналізувати актуальний стан проблеми, досвід і потреби клієнта, виявити основні внутрішні страхи та бажання, внутрішні конфлікти, поведінкові стратегії та життєві цілі. За допомогою карт клієнт може проаналізувати особисте значення минулого досвіду та побачити, окреслити, прояснити як внутрішні, такі зовнішні ресурси. Фішер Є. розглядає дві основні стратегії міркувань і взаємодії з концептуальними метафорами: випадки ментальних метафор та інтроспекція (Fischer, 2017).

Ефективність і дієвість роботи з метафоричними асоціативними картами досягається завдяки психологічним механізмам проекції, ідентифікації з героєм чи образом на карті, асоціації, а також метафоричності образів та їхньої архетипічності (Демидова & Демидов, 2021; Попова & Милорадова, 2015, 2016).

Робота з картками вимагає поваги до конфіденційності, цілісності, індивідуальності, кмітливості та фантазії клієнтів або підпорядкованих осіб, а це означає, що не повинно бути перебивання клієнта в його міркуваннях, виправлення чи переосмислення, перекручування відповіді клієнта (Горобченко & Евменчик, 2010; Попова & Милорадова, 2015; Karnieli-Miller, Nissim & Goldberg, 2016; Ozdemir, 2020).

139. Коваліско, Н. (2010). Теорія практик, практики і дослідження стратифікаційних порядків. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 2, 49–63.

140. Коваліско, Н.В., & Домбровська, Н.В. (2012). Методологічне обгрунтування та виділення моделей споживання на емпіричному рівні. *Міжнародний науковий форум: соціологія, психологія, педагогіка, менеджмент*, (8), 32–43.

141. Козлова, Е.В. (2003). Актуальные проблемы отношения к собственности. *Ежегодник Российского психологического общества.* Материалы 3-го всероссийского съезда психологов. В 8-ми т. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та.

142. Козловський, О.Р. (2007) *Релігійна свідомість і релігійні практики населення сучасної України як предмет соціально-філософського аналізу*. К.

143. Коробка, Л.М. (2013). Особливості взаємозв'язку бідності як стилю життя та здоров'я людини. *Психологічні перспективи*, 21, 117–127.

144. Коробка, Л.М. (2014). Подолання бідності як стилю життя в контексті ставлення до здоров'я: теоретико-методичні засади дослідження. *Проблеми політичної психології*, 1, 173–181.

145. Корокошко, И.О. (2011). *Особенности экономического сознания у лиц с разными жизненными ориентациями.* (Автореф. дис. канд. психол. н.). ФГБОУ ВПО «Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского», Саратов.

146. Котик, І.О. (2017). Психологічний простір буття і особистісна надійність людини. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія. Психологічні науки*, 2, 2, 26–31.

147. Кочубейник, О.М. (2010). *Автентичність особистості у її життєвому світі: модуси, процеси, статуси*. К: Видавництво педагогічного університету ім. М.П. Драгоманова.

148. Кочубейник, О.М. (2011). *Автентичність особистості у інтерсуб'єктивному просторі.* (Автореф. дис. доктора. психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

149. Круусвалл, Ю. (1981). Образ домашней жизни семьи и типовая квартира. В Т. Нийт, М. Хейдметс, Ю. Круусвалл (Ред.), *Человек и среда: психологические проблемы*. (с. 144–149). Таллин.

конструювальна концепція реалізації почуття власності в соціальних практиках (Губеладзе, 2020, 2021). Авторський підхід передбачає можливість імплементації почуття власності у різних сферах життя людини та варіативних соціальних практиках, оскільки власність через механізми психологічного привласнення стає частиною самості людини, невід'ємною частиною її «Я». Напрацьовані результати та рекомендації вже можуть бути адаптовані і фактично імплементовані у практичну діяльність психологів. Разом з тим залишається низка дослідницьких питань, які могли б суттєво розширити і поглибити як дослідницьке поле у цій темі, так і можливості практичного застосування, як у бізнес-консультуванні, маркетингових дослідженнях, психології організації, так і в особистісному консультуванні і психотерапії, а також під час коучингового супроводу осіб.

Зарубіжні дослідники активно розвивають теорію психологічної власності («psychological ownership») в межах організаційної психології і питань ефективності підприємства (Avey, Avolio, Crossley & Luthans, 2009; Pierce, Kostova & Dirks, 2002; Valentino, 2011), мотивації споживацької поведінки і маркетингових досліджень (Folse, Moulard & Raggio, 2012; Jussila, Tarkiainen, Sarstedt & Hair, 2015; Peck & Shu, 2018). Лише з'являються певні розвідки з питань колективної власності і її імплементації на великі групи, такі як держава, народ, нація (Губеладзе, 2020; Остром, 2011; Хазратова, 2004; Gineikiene, Schlegelmilch, Auruskeviciene, 2016; Nijs, Martinovic, Verkuyten, Sedikides, 2020; Verkuyten & Martinovic, 2017), психологічне володіння щодо місця, території (Лазаренко, 2020; Луценко, 2013; Рыжиков, 1991; Хазратова Н. & Луценко, 2011; Brown, Crossley & Robinson, 2014; Kirk, Peck & Swain, 2018), природних ресурсів (Matilainen, Pohja-Mykrä, Lähdesmäki & Kurki, 2017), сімейного бізнесу (Bernhard, 2011; Zhu, Chen, Li & Zhou, 2013), власності щодо свого тіла (Bermúdez, 2019; Gallagher, 2017; Martin, 1995; Tsakiris, 2011) і навіть домашніх улюбленців.

Водночас, на нашу думку, несправедливо поза увагою вчених залишається ціла низка дослідницьких питань, зокрема щодо можливостей реалізації почуття власності відносно свого тіла, продуктів творчості та інтелектуальної власності, соціальних контактів, цифровому віртуальному світі тощо.

Тож доцільним є окреслення перспектив подальшого розвитку концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках, можливих напрямів наукового пошуку та можливостей її практичного застосування практичними психологами.

Розглянемо можливості і перспективні напрями дослідження і практичного застосування результатів щодо почуття власності з позиції різних вимірів психологічного простору і сфер реалізації, які були представлені вище.

Почуття власності щодо *матеріальних речей* одна з найбільш поширених сфер, яка активно використовується у сфері маркетингу, зокрема з метою підвищення привабливості товару, посилення бажання споживачів до привласнення тощо. Проте, на нашу думку, спектр прояву почуття власності щодо матеріальних речей може бути значно ширшим, зокрема йде про готовність/неготовність ділитися речами, особливості спільного користування речами, поширення ідей філософії мінімалізму, які все більше набирають популярності у світі. Важливим є питання користування (володіння і збереження, накопичення) пам'ятних, а не цінних чи функціональних речей, їх роль у життєдіяльності особистості, формуванні поля її приватності.

Все більшої популярності набирає так звана філософія мінімалізму, яка спростовує значення речей для особистості та стверджує, що зменшення кількості речей в життєвому просторі людини веде її до більшої свободи і меншої залежності від речей. Зокрема наголошується на необхідності безлічі часу і ресурсів, як фінансових, так і психологічних на отримання і психологічне привласнення бажаних речей, догляд за ними, структурування, а потім ще й утилізацію. Як обґрунтовує Луценко М. (2013), почуття власності передбачає необхідність віддавати, причому не лише матеріальні ресурси, але й свій час, турботу, емоції. Піклуючись про об'єкти своєї власності (про будинок, власну справу, про домашніх тварин або кімнатну рослину) й певним чином розвиваючи їх, особа приймає на себе відповідальність за їх стан, захист і подальшу долю. Усі ці дискусії пов'язані і підтримуються іншими сучасними напрямами як досліджень, так і соціальних практик: екологічним рухом за зменшення кількості відходів та підвищення самоефективності та продуктивності людини. Тобто фокус зміщено на ресурсорієн-

126. Карпенко, З.С. (2018). *Аксіологічна психологія особистості*. Івано-Фрінківськ: ДВНЗ «Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника».

127. Карпенко, С.Р. (2016). Социально-философские практики успеха. *Грані*, 138, 45–49.

128. Карпов А.В., & Скитяева И.М. (2002). *Психология рефлексии*. Ярославль: Аверс Пресс.

129. Кириченко, В.В. (2018). Конструювання картини світу у соціальних мережах. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія. Психологічні науки*, 5, 177–182.

130. Кирюхина, М.В. (1999). *Особенности социально-психологического отношения российского населения к собственности*. (Дис. канд. психол. н.). Москва.

131. Китов, А.И. (1987). *Экономическая психология*. М.: Экономика.

132. Китова, Д.А., & Шаков, А.М. (2017). Отношение к собственности как предмет психологического исследования. *Гуманизация образования*, (1), 74–80.

133. Кияненко, К. (1981). Возрастная динамика пространственных потребностей ребенка в квартире. В Т. Нийт, М. Хейдметс и Ю. Круусвалл (Ред.), *Человек и среда: психологические проблемы*. Таллин.

134. Кліманська, М.Б. (2007). *Психологічні чинники схильності молоді до соціального утриманства*. (Автореф. дис. канд. психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології АПН України, Київ.

135. Климов, И. (2014). «Конструктивные» и «протестные» движения как ресурс изменения социальных практик. *Журнал исследований социальной политики*, 12(2), 201–216.

136. Климчук, В.О. (2015). *Мотиваційний дискурс особистості: на шляху до соціальної психології мотивації*. Житомир: Вид-во ЖДУ імені І. Франка.

137. Князев, Ю.К. (2019). *Индивидуализм и коллективизм в современной экономике*. М.: Институт экономики РАН.

138. Князев, Ю. (2008). Индивидуализм и коллективизм — противоречивые начала человеческой личности и общества. *Экономист, 6,* 39–46.

117. Каліщук, С.М. (2020). Концептуалізація екзистенціально-системної моделі реорганізації «картини світу» особистості: введення онтологічних домінант. *Інсайт: психологічні виміри суспільства,* 3, 11–27. doi: 10.32999/2663-970X/2020-3-1.

118. Калиняк, О.Т., & Колядко, А.Ю. (2020) Індивідуалістичні та колективістські цінності в сучасному українському суспільстві: особливості міжпоколіннєвих інтерпретацій (на прикладі мешканців Львівщини). *Науковий журнал «Габітус», 11,* 41–47.

119. Капустин, А. А. (2001). *Отношение различных социальных групп к деньгам: На основе комплексного социально-психологического исследования.* (Автореф. дисс. канд. психол. н.). Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова, Ярославль.

120. Карамушка, Л., Креденцер, О., & Паршак, О. (2020). Основні тенденції розвитку психології грошей у зарубіжній та вітчизняній психології. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, *4* (21), 49–59.

121. Карамушка, Л.М., & Паршак, О.І. (2018). Оцінка працівниками комерційних організацій ролі грошей у їх життєдіяльності: зв'язок із соціально-демографічними та організаційно-професійними характеристиками працівників. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 4 (15), 35–47.

122. Карамушка, Л.М., Ходакевич, О.Г. (2017). *Психологічні особливості ставлення студентської молоді до грошей.* Київ: КНЕУ.

123. Карелін, П.А. (2019). *Особливості психологічних меж особистості у різних комунікативних контекстах*. (Автореф. дис. канд. психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

124. Карнышев, А.Д. (2002). Собственность как исходное, первое и главное понятие экономической психологии. *Труды 2-й всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии,* 9, 7. (с. 20–33). М. — Калуга: Институт психологии РАН; КФ МГЭИ.

125. Карнышев А.Д., Бурменко Т.Д., & Иванова Е.А. (2006). *Человек и собственность*. Иркутск: БГУЭП.

тований підхід. Разом з тим питання задоволення від володіння річчю, радість від її привласнення, отримання, спогади, які вона несе, залишається дискусійним.

Автори і послідовники теорії психологічної власності стверджують, що *територіальність* є обов'язковим елементом, складовою психологічної власності. Разом з тим слід уточнити, що мова йде про територіальність як метафору певної платформи, простору, арени, майданчику в якому проявляється почуття власності. Водночас дослідження прояву почуття власності щодо території як об'єкту власності частіше стосуються вивчення потреби у власній території, її задоволеність чи фрустрацію (Луценко, Хазратова, 2011). Однак тема територіальності, на нашу думку, також потребує значно ширшого і глибшого розгляду. Так, у фокусі уваги дослідників можуть бути не тільки територія дому, а й спільні території, як то вулиці, парки, озера, місто, а відповідно і психологічні основи спільного володіння, які б допомагали громадам вибудовувати ефективну стратегію залучення мешканців, членів громад до її розвитку (Остром, 2011). В умовах карантину гостро постала потреба у власній території, готовності її ділити з іншими співмешканцями, потреба усамітнення. І хоча ця проблема в цілому не є новою, вона набула нових граней в умовах пандемії COVID-19 і вимушених карантинних обмежень. Сюди ж можна віднести питання користування спільними територіями, як то гуртожиток, казарма, комунальне житло тощо. Важливим аспектом є й тривалість чи тимчасовість цих стосунків з територією, наприклад, поїздка у вагоні потяга, проживання в готелі чи адаптація мігрантів до нових умов життя.

Почуття *власності щодо грошей* має свою специфіку і особливості, оскільки самі по собі гроші є символічним еквівалентом власності. У той самий час вони є уособленням певної спроможності власника. Незважаючи на доволі широкий спектр досліджень щодо питань ставлення до грошей (Зубіашвілі, 2018; Карамушка & Ходакевич, 2017; Фенько, 2005; Фернам & Аргайл, 2005), стратегій фінансової поведінки (Мяленко, 2008; Соціальна психологія бідності, 2016), з точки зору питання власності, на нашу думку, видаються перспективи питання щодо психологічних чинників накопичення, марнотратства,

компульсивного шопінгу, фінансового альтруїзму, меценатства, деструктивних фінансових стратегій, як наприклад, ігрова залежність, азартність, боргові зобов'язання. Глибоке дослідження стратегій фінансової поведінки і щодо купівельної спроможності, готовності витрачати кошти, здійснювати депозитно-кредитні операції можуть відкривати широкі перспективи як для самих користувачів, так і для надавачів банківських послуг.

Наразі нечисленні дослідження щодо прояву *почуття власності відносно свого тіла* носять радше нейропсихологічних характер і описують особливості сенсорного відчуття свого тіла, його руху і розташування в просторі (Bermúdez, 2019; Gallagher, 2017; Martin, 1995; Tsakiris, 2011). Однак для нас важливим і принципово іншим є розгляд почуття власності щодо свого тіла з точки зору соціально-психологічної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках. Так, дослідження щодо прояву почуття власності відносно свого тіла можуть носити як суто терапевтичний характер, як то визначення і захист персональних меж, самореалізація через тіло і свій зовнішній вигляд. Так і з точки зору надання косметологічних послуг, дослідження лояльності до різного роду бьюті-процедур, трансформацій власного тіла (як то пірсинг, операції, тату тощо), харчової поведінки, філософії бодіпозитиву і прийняття свого тіла, практик здорового способу життя, вакцинації, трансплантації органів, донорства тощо.

Одним з гострих і малодослідженим питань є прояв почуття власності щодо *власних ідей, продуктів творчості*, інтелектуального продукту. На сьогоднішній день, у багатьох співгромадян малосформованою є культура коректного користування продуктами інтелектуальної творчості інших людей. Особливо гостро це питання постає в епоху цифровізації суспільства, коли будь-яку інформацію, продукт можна безмежну кількість разів масштабувати, тиражувати та легко поширювати, трансформувати і видавати за власний продукт. І поряд з правовими інструментами збереження права інтелектуальної власності важливим є формування цього почуття власності щодо свого продукту, а отже бажання і готовності його відстоювати і захищати його та проявляти повагу та належне користування до продуктів творчості інших людей. Така система спонукатиме появу від-

104. Зімовін, О.І. (2017). *Рефлексія та креативність як чинники саморозвитку особистості на різних етапах життєвого шляху*. (Автореф. дис. канд. психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

105. Журавлев, А.Л. (2005). *Психология совместной деятельности*. Москва: «Институт психологии РАН».

106. Журавлев, А.Л., Купрейченко, А.Б. (2003). Нравственно-психологическая регуляция экономической активности. М.: ИП РАН.

107. Золотухина-Аболина, Е.В. (2006). *Повседневность: философские загадки*. К.: Ника-Центр.

108. Зоська, Я.В. (2011). Соціальні практики сучасного споживача в Україні. *Грані. Соціологія*, 6 (80), 94–97.

109. Зубіашвілі, І.К. (2018). Монетарна культура як складова економічної культури особистості. *Актуальні проблеми психології,* 1 (52), 40–45.

110. Зубіашвілі, І. (2008). Соціально-психологічна сутність грошей. *Соціальна психологія*, 1, 128–141.

111. Зюзь, Д. (2017). Ґенеза інституту власності та роль держави в трансформації відносин власності. *Ефективність державного управління*, 2(51), 1, 102–110.

112. Иванова, Н.А. (2014). Социальные практики: условие возможности, сущность и многообразие форм. *Вестник Челябинского государственного университета. Философия. Социология. Культурология,* 17 (346), 33, 76–82.

113. Ивлева, Г.Ю. (2001). *Основные закономерности развития и трансформации собственности*. (Автореф. дис. док. эконом. н.). Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, М.

114. Иноземцев, В.Л. (1997). Личное против частного? Размышления о путях трансформации отношений собственности. *Общество и экономика*, 9, 10–11.

115. Йонас, Г. (2001). *Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації.* Київ: Лібра.

116. Канеман, Д., Словик, П., & Тверски, А. (Ред.). (2005). *Принятие решений в неопределенности: Правила и предубеждения.* Харьков: Гуманитарный центр.

91. Дроздов, О. (2018). Геополітичний образ майбутнього молоді з різних регіонів України в контексті психологічної безпеки. *Проблеми політичної психології*, 7 (21), 113–127.

92. Дроздов, О.Ю., Дроздова, М.А., & Примак, Ю.В. (2018). Психологічні особливості просторової ідентичності сучасної студентської молоді. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: «Психологічні науки»*, 4, 177–182.

93. Дроздов, О. (2016). *Основи психології масової геополітичної свідомості*. Чернігів: Десна Поліграф.

94. Дроздов, О.Ю. (2017). Особливості зв'язку структурних компонентів масової геополітичної свідомості молоді в контексті «свого» і «чужого» простору. *Проблеми політичної психології,* 5 (19), 282–291.

95. Дронова, И.Г., & Кожемякин, Е.А. (2008). Проблема дискурсного конструирования социальной реальности. *Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право,* 6, 14 (54), 5–11.

96. Емельянов, Р.А. (2003). *Власть собственности*. Волгоград: Политехник.

97. Емельянов, Р.А. (2002). Собственность как способ конституирования «Я» в социуме. *Философские исследования*, 2, 41–46.

98. Эриксон, Э. (1996). *Идентичность: юность и кризис*. Москва: Прогресс.

99. Жилина, Ж.А. (2009). Дети и экономика. Результаты исследования экономической социализации дошкольников. *Психология в экономике и управлении*, 1, 76–84.

100. Жилина, Ж.А. (2005). *Психическая регуляция экономической социализации детей старшего дошкольного возраста*. (Дис. канд. психол. н.). Костромской государственный университет имени Н.А. Некрасова, Кострома.

101. Журавлева, А. & Купрейченко А. (Ред.). (2004). *Проблемы экономической психологии*. М.: Ин-т психологии РАН. Т. 1.

102. Заграй, Л.Д. (2015). Пошук ідентичності у період суспільних трансформацій. *Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Психологія,* 20, 1 (35), 32–40.

103. Закирова, Л.Р., & Родионова, В.И. (2011). Социальные практики потребления в проблемном поле социально-экономических наук. *Вестник МГЛУ*, 6 (612), 174–182.

повідних трансформацій в суспільстві, соціальних інститутах і соціальних практиках. Ще одним аспектом досліджень у цьому напрямі є вивчення можливості самореалізації особи через продукти творчості.

Поява і широке поширення цифровізації суспільства призвела до суттєвих зрушень у способі комунікації у том числі і у способах виявлення, інтенсифікації, прояву, трансформації почуття власності щодо різних об'єктів. *Прояв почуття власності в цифровому суспільстві* характеризується парадоксальністю ситуації. З одного боку людина може викладати в інформаційний простір все, що вважає за потрібне, як власник розпоряджатися і контролювати свій аккаунт, його наповнення і поширення, максимально персоналізувати його тощо. Але чим більше викладається інформації, тим більше її опиняється у публічному просторі, тим вище імовірність, що нею може скористатися будь-хто. У такий спосіб втрачається приватність та інтимність як самого життя людини, так і цифрового об'єкту власності. Більш детально авторські розвідки з цього питання представлені у статті (Hubeladze, 2020 b) та параграфі 4.3.2. Проте потребують більш детального вивчення тенденції і можливості викривлення презентації психологічної власності та її сприйняття в соціальних мережах за допомогою різних медіа технологій, а також вивчення відповідних психологічних наслідків, які можуть виникнути в результаті невідповідності реального та віртуального світу. Ще одним напрямом досліджень почуття власності у цифровому просторі є можливість створення ілюзії володіння чимось. Втрачається важливість фактичного володіння, а більш значущим стає створення симулякру, що дає змогу підвищувати статусність як об'єкта володіння, та і самого власника. Ця тема безумовно потребує глибшого і більш детального вивчення.

Проблеми прояву *почуття власності щодо свого часу та розпорядку дня*, більшою мірою використовуються в коучингу, тайм менеджменті та підготовці високоефективних співробітників та загалом осіб.

Прояв *почуття власності щодо держави у громадянській сфері*. Напевно найменш вивчена тема. Близьким до цього є вивчення можливостей формування громадянської ідентичності. Проте, як ми зазначали раніше, важливо розмежовувати

поняття ідентичності і почуття власності, оскільки перше є лише частиною останнього і відповідає на питання «Хто я є?», у той час як ключове питання почуття власності «Що я маю?». На нашу думку, дослідження і практичні розробки в цьому напрямі є надзвичайно перспективними, оскільки стоїть гостра проблема і необхідність побудови конструктивних взаємин у діаді «особа-держава» (Хазратова, 2004), адекватне розуміння громадянами своїх прав і обов'язків, чим я, як громадянин, маю і можу поділити з державою (наприклад, сплата податків, відповідальне користування ресурсами, дотримання норм законів), а що я маю отримати від держави (якість послуг, гарантовану медичне забезпечення...). Окремим напрямом досліджень є стосунки зі співгромадянами, формування колективного почуття власності щодо своє країни, як основа для формування громадянської і етно-національної ідентичності, посилення єдності держави. Особливо гостро і актуально це питання постає в умовах децентралізації країни.

На основі проведення досліджень прояву *почуття власності щодо природних ресурсів* як власної домівки, країни, так і світу загалом, можлива розробка програми пояснення соціально-психологічних досліджень у галузі *екології*. Зокрема перспективними видаються дослідження споживацького ставлення до природних ресурсів, можливостей підвищення активності і волонтерства щодо різного року екологічних акцій, взаємозв'язку надмірного споживання і екологічних трендів захисту довкілля і безвідходного виробництва тощо.

Що стосується самого явища почуття власності недостатнім є дослідження питання динаміки володіння, тобто яким чином психологічне відчуття володіння змінюється з часом. За яких умов виникає почуття власності відносно певного об'єкту та чи можливо і потрібно попередити появу і надмірний прояв почуття власності. Більш предметного вивчення потребують довгострокові перспективи почуття власності, зокрема, чи стираються межі, втрачається інтенсивність, яскравість почуття власності з часом. Потребує подальшого вивчення відмінностей психологічного змісту переживання володіння абстрактними чи нематеріальними, невідчутними об'єктами. Привертає увагу питання про переживання втрати і як впливає на ці

79. Дембицька, Н.М. (2017). Мотивуючі практики для батьків як агентів економічної соціалізації школярів. *Організаційна психологія. Економічна психологія,* 4 (11), 22–28.

80. Дембицька, Н.М. (2021). *Психологічні основи економічної соціалізації школярів.* (Дис. док. психол. наук). Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України, Київ.

81. Дембицька, Н.М. (2008). Психологічний зміст відносин власності. В В. Москаленко (Ред.), *Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект*. (с. 110–131). Київ: Український центр політичного менеджменту.

82. Дембицька, Н.М. (Ред.). (2018). *Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді*. К.: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України.

83. Дембицька Н.М., Рябовол Т.А., & Голяка С.Г. (2019). Софтизація особистої власності учнівської молоді в умовах віртуалізації економіки. *Актуальні проблеми психології. Том I: Організаційна психологія. Економічна психологія. Соціальна психологія*, 52, 35–39.

84. Дембицька, Н. (2008). Соціально-психологічні проблеми економічної соціалізації молоді. *Соціальна психологія*, 3 (29), 53–67.

85. Дембицька, Н.М. (2012). Ставлення до власності як показник становлення суб'єкта економічної соціалізації студентської молоді. В В.В. Москаленко (Ред.), *Соціально-психологічні засади становлення суб'єкта економічної соціалізації*. (с. 96–118). Кіровоград: ІмексЛТД.

86. Демидова, Ю., & Демидов, Г. (2021). *Путиводитель в мире МАК: системный подход*. Запопрожье.

87. Джеймс, У. (1991). *Психология*. М.

88. Довгань, Н.О. (2020). *Психологія соціокультурної взаємодії поколінь.* К.: Талком.

89. Дорошкевич, А.С. (2012). Суспільство споживання: морально-соціальні наслідки. *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». Серія: Філософія, філософія права, політологія, соціологія*, 4 (14), 76–86.

90. Дробижева, Л.М. (2006). Государственная и этническая идентичность: выбор и подвижность. *Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России*, 10–29.

гічного тяжіння до бідності. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Серія Психологія*, 32 (71), 2, 62–67. doi: 10.32838/2709-3093/2021.2/11.

68. Губеладзе, І.Г. (2021 ж). Структурно-динамічні особливості проживання почуття власності в умовах карантину пандемії COVID-19. *Інсайт: психологічні виміри суспільства*, 5.

69. Губеладзе, І.Г. (2016 б). *Сільська молодь у місті: пошук ідентичності.* К.: Міленіум.

70. Губеладзе, І.Г. (2020 б). Соціальні практики володіння як простір реалізації почуття власності. *Наукові студії із соціальної та політичної психології,* 46 (49), 242–250. doi: 10.33120/ssj.vi46(49).173.

71. Губеладзе, І.Г. (2016 в). Соціально-психологічна характеристика економічного самовизначення сільського і міського населення. В.В. Васютинський (Ред.), *Соціальна психологія бідності*. (с. 100–107). К.: Міленіум.

72. Губеладзе, І.Г. (2021 з). Тренінгова програма гармонізації почуття власності. *Психологічні перспективи, 37.*

73. Губеладзе, І.Г. (2013). Формування почуття власності у дошкільників у процесі економічної соціалізації. *Вісник Інституту розвитку дитини.* Випуск 28. Серія: Філософія, педагогіка, психологія. Збірник наукових праць, 153–158.

74. Гусейнова, Н.О. (2013). Психологічний контекст феномену самотності. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія. Психологічні науки,* 2, 14–16.

75. Дейнека, О.С. (2000). *Экономическая психология.* СПб: Изд-во СПбГУ.

76. Дембицька, Н.М. (2016) Діалогічний та інтерсуб'єктний контекст становлення економічної суб'єктності особистості. *Актуальні проблеми психології*, 1(45), 77–81.

77. Дембицька, Н.М. (2018). Інтерсуб'єктивна основа соціалізуючих практик. В *Соціально-психологічне забезпечення економічної соціалізації молоді*. (с. 109–112). Київ: Інститут психології імені Г.С. Костюка НАПН України.

78. Дембицька, Н.М. (2015). Метафоричні моделі особистої власності в економічній свідомості підлітків. *Психологічний часопис*, 2, 36–41.

переживання можливість обміну чи продажу, реального чи символічного, об'єкту власності.

Можливі наслідки проживання почуття власності, його позитивні і негативні прояви для роботи в терапії і коучингу. Потребують розробки техніки підсилення почуття власності та запобіганню її негативним проявам у різних сферах життєдіяльності особи та соціальних практиках. Один із актуальних нинішніх запитів — несформоване почуття власності щодо різних сфер життя. Бракує інтересу до власного життя, неусвідомлюваність власних цілей і прагнень щодо професійного зростання, побудови стосунків, створення сім'ї, інтересів і захоплень. І, навпаки, надмірний рівень прояву почуття власності може призводити до надмірного контролю, гіперопіки, ревнощів, невміння будувати близькі дружні та інтимні стосунки,

Як впливає спосіб проживання почуття власності на різного роду переживання та дії, як наприклад, дарування, волонтерство, меценатство, благодійність, громадянська активність, ревнощі, сором чи гордість, самобутність і самооцінка. Уточнення і більш глибокого вивчення потребують питання відмінностей у проживанні почуття власності залежно від статі, віку, соціокультурних особливостей, різних поколінь, терміну володіння об'єктом, взагалі досвідом власника. Як почуття власності залежить від цінностей суспільства і чи змінює їх. Як індивідуальне почуття власності може трансформуватися і набувати суспільної цінності та сприяти суспільним змінам.

Суттєва методологічна проблема дослідження саме почуття власності, враховуючи варіативність його визначень. Тим паче його прояву у різних вимірах психологічного простору та відповідних соціальних практиках, а не чогось іншого (наприклад, ідентичність, належність, відповідальність). З огляду на суб'єктивність психологічного переживання почуття власності, унікальних умов життєвого досвіду особи, перед дослідниками постає питання, чи достатньо одиничних замірів та чи дають вони право екстраполювати отримані результати на широку вибірку. Незважаючи на те, що робляться певні спроби експериментального вивчення прояву почуття власності, відкритим залишається питання про можливість експериментального маніпулювання та корекції почуття власності.

Окрім позитивного впливу почуття власності має й свою темну, незвідану та часом негативну сторону. Тож виникає питання, чи існує оптимальний рівень сформованості і прояву почуття власності та які негативні та позитивні наслідки може мати надмірний прояв почуття власності. До чого призводить порушення чи несформованість почуття власності. І чи може низький рівень індивідуального почуття власності бути корисним і вигідним, наприклад, в умовах впровадження інноваційних процесів, реформування тощо.

Більшість досліджень, присвячених вивченню психологічної природи власності, більшою мірою зосереджуються на індивідуальному її прояву. Однак потребує детального вивчення, утому числі й емпіричного, як колективне почуття власності відрізняється від індивідуального і спільного, і чи сприяє ефективності колективної діяльності. Чи завжди «наше» більше ніж «моє» і де пролягає межа між ними. Як визначати і розвивати, підтримувати почуття власності в команді, сім'ї, компанії, країні, місті. Та чи існує компроміс та які межі між індивідуальним і колективним почуттям власності. Як нові форми споживання впливають на проживання почуття власності (наприклад оренда, повторне використання). Наскільки вважлива нематеріальна власність, особливо в умовах віртуальної реальності і чи є почуття власності більш важливим ніж фактичне володіння.

Підводячи підсумки можна сказати, що почуття власності як соціально-психологічний феномен реалізовується у різних соціальних практиках в межах варіативних сфер життя особистості. Подальше дослідження цього феномену відкриває широкий спектр наукового дослідження і практичного застосування отриманих результатів. Серед основних напрямів дослідження можна окреслити: прояв почуття власності щодо матеріальних речей, території, грошей, соціальних стосунків, власного тіла, віртуального середовища, громадянської сфери, а також можливостей застосування отриманих даних як у індивідуальній та груповій психотерапевтичній роботі, консультуванні та коучингу. Ми не претендуємо на вичерпність перелічених потенційних напрямів дослідження і практичного застосування. Видається, що існує потужний ресурс і невичерпний потенціал

лодь-2020. Матеріали VIII Всеукраїнської науково-практичної конференції молодих вчених. (с. 108–112). Київ.

58. Губеладзе, І.Г. (2012). Бідність як стиль життя в сільському і міському середовищі: програма дослідження. *Проблеми політичної психології*, 13, 154–161.

59. Губеладзе, І.Г. (2021 б). Використання метафоричних асоціативних карт для опрацювання стосунків власності. *Гуманітарні студії: педагогіка, психологія, філософія,* 12 (1).

60. Губеладзе, І.Г. (2021 в). Методи та організація дослідження особливостей реалізації почуття власності в соціальних практиках. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 1(22), 45–53. doi: 10.31108/2.2021.1.2.

61. Губеладзе, І.Г. (2021 г). Мотивація психологічного привласнення: емпіричне дослідження. *Психологічний часопис*, 7, 4(48), 122–130.

62. Губеладзе, І.Г. (2019). Почуття власності як соціально-психологічний феномен: концептуалізація поняття. *Наукові студії із соціальної та політичної психології,* 43 (46), 141–148. doi: 10.33120/ssj.vi43(46).

63. Губеладзе, І.Г. (2020 а). Проблема вивчення власності в наукових дослідженнях: міждисциплінарний підхід. *Моделі міждисциплінарних та міжгалузевих освітніх та освітньо-наукових програм: виклики, можливості та варіанти впровадження.* Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. (с. 25–28). Одеса.

64. Губеладзе, І.Г. (2021 д). Психологічні засоби попередження і протидії стигматизації і булінгу через майнову нерівність в освітньому середовищі. *Габітус*, 24, 2.

65. Губеладзе, І.Г. (2016 а). Психологічні особливості узвичаєння бідності та адаптації до неї в сільському і міському середовищі. В. В. Васютинський (Ред.), Соціальна психологія бідності. (с. 108–117). К.: Міленіум.

66. Губеладзе, І.Г. (2021 е). Реалізація почуття власності в соціальних практиках: перспективи досліджень і впровадження в практику. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія Психологія*, 70.

67. Губеладзе, І.Г. (2021 є). Соціально-психологічні особливості сільських і міських жителів з різним рівнем психоло-

44. Гегель, Г. (1992). *Феноменология духа*. СПб: Наука.

45. Гидденс, Э. (2003). *Устроение общества: очерк теории структурации*. М.: Академический Проект.

46. Гоббс, Т. (1964). *Избранные произведения*. Т. 1–2. М.

47. Головаха, Е.И., & Кроник, А.А. (1983). Жизненный путь и среда обитания человека. В Т. Нийт, М.Хейдметс, Ю.Круусвалл (Ред.). *Психология и архитектура*. (Ч. 1.). (с. 191–193). Таллин.

48. Горбатенко, В. (2010). Людина і суспільство в ситуації постмодерну: філософсько-політичні детермінанти. *Соціогуманітарні проблеми людини,* 5, 151–166.

49. Гордієнко, Н.М. (2014). Соціальна практика як механізм засвоєння соціальних норм молоддю з інвалідністю. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу Києво-Могилянська академія. Сер.: Соціологія*, 234 (222), 94–98.

50. Горностай, П.П. (2007). *Личность и роль: Ролевой поход в социальной психологии личности*. К.: Интерпресс ЛТД.

51. Горностай, П. (Ред.). (2014). *Психологія групової ідентичності: закономірності становлення*. К.: Міленіум.

52. Горобченко А., & Евменчик М. (2010). Уникальные колоды метафорических ассоциативных карт. *Адукатар*, 2 (18), 33–36.

53. Гошовська, Д.Т., & Гошовський, Я.О. (2016). Матеріальна депривація як феноменологія бідності: ревіталізаійний ракурс. *Прихологічні перспективи*, 27, 10–20.

54. Гречко, П.К. (2010). Идентичность — постмодернистская перспектива. *Вопросы социальной теории*, IV, 171–190.

55. Григорьев, А.Н. (2015). Психологические аспекты новой политэкономии. *Проблемы современной экономики*, 1 (53), 64–66.

56. Губеладзе, І.Г. (2021 а). Актуалізація почуття власності в період пандемії COVID-19. *Виклики та парадокси соціальної взаємодії в постмодерному світі: лінгвістичний та психологічний аспекти*. Матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції. (с. 14–17). Луцьк.

57. Губеладзе, І.Г., Боровинська, І.Є., & Мирончак, К.В. (2020). Роль почуття власності у формуванні життєвої успішності та кар'єрного зростання молодого вченого. *Наукова мо-*

розширення даної теми. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у фактичній дослідницький реалізації намічених напрямів. Сподіваємося, що наступні дослідники знайдуть тут цікаві і актуальні напрями для своїх наукових пошуків.

Перспективи подальших досліджень вбачаємо у можливості подальшого емпіричного вивчення особливостей трансформації почуття власності та особливостей його прояв у різних соціокультурних контекстах. Створення комплексу методів емпіричного дослідження психологічних особливостей реалізації почуття власності в соціальних практиках відкриває перспективи розробки дослідницької програми вивчення чинників та механізмів реалізації почуття власності у соціальних практиках.

Висновки до п'ятого розділу

На основі здійсненого теоретичного і емпіричного дослідження було визначено основні соціокультурні чинники та тенденції трансформації почуття власності. По-перше, високий рівень діджиталізації суспільства і широка представленість у віртуальному просторі зумовлює низку трансформацій у виникненні і реалізації почуття власності, що пов'язано зі зміною соціальних практик, як економічних, так і неекономічних. Дедалі актуальнішим стає не володіння, а користування об'єктами. Важливішим виявляється не власність як така, а функції, які вона може виконувати, таким чином супроводжуючи і забезпечуючи насичене й змістовне буття особи. Віртуалізація суспільства не лише видозмінює і викривлює особливості презентації і сприймання власності «своєї» і «чужої», а й наділяє її додатковими функціями. Змінюються й особливості проживання та способи актуалізації почуття власності у віртуальному просторі. По-друге, це індивідуалізація і суспільства, що веде до персоналізації й індивідуалізації почуття власності, що пов'язано з високим рівнем психологічного усамітнення й певною інтравертованістю як відповідь на активне, відкрите, публічне життя в мережах. По-третє, відбувається зсув з орієнтації на минуле чи майбутнє, що характерно для колективістських суспільств, на схильність до проживання теперішнього,

яка властива індивідуалістичному суспільству. Такі трасформації ведуть до змін в практиках привласнення і користування.

Показано, що персональних індивідуалізм пов'язаний з посиленим проявом власницьких потягів і почуття власності, що супроводжується вищим рівнем контролю, почуття відповідальності та самоінвестування в об'єкт власності і самореалізації за його рахунок. Колективізм, навпаки, спонукає осіб до єднання з групою, розчинення в ній, а отже, послаблення й розмивання прагнень до індивідуалізованого володіння.

Незадоволена потреба у власності або, навпаки, надмірно розвинене й актуалізоване почуття власності може викликати негативні почуття, переживання, страхи, тривогу, фрустрацію тощо. Представлено психологічні засоби гармонізації прояву почуття власності в сучасному суспільстві для роботи як на індивідуальному, так і на груповому рівнях. Зокрема подано програму тренінгу гармонізації почуття власності, упровадження якої сприяло підвищенню рівня відповідальності, усвідомленості, самоефективності та соціальної активності учасників. Запропоновані методи практичної роботи стануть у нагоді психологам у роботі зі ставленням до власності, самосприйняттям на основі власності, подоланням стигматизації через майнову нерівність і загалом гармонізацією прояву почуття власності. Розроблена програма може бути доповнена та експлікована щодо різних сфер власності серед дорослого населення.

Багатоаспектність і різноплановість представленої у роботі теми відкриває широкі перспективи для подальших досліджень і застосування у практичній діяльності основних положень, що були висловлені у роботі. Серед основних напрямів перспективних досліджень можна окреслити: прояв почуття власності щодо матеріальних речей, території, грошей, соціальних стосунків, власного тіла, віртуального середовища, громадянської сфери, а також можливостей застосування отриманих даних як у індивідуальній та груповій психотерапевтичній роботі, консультуванні та коучингу.

Актуальні проблеми психології: збірник наукових праць Інституту психології імені В. С. Костюка НАПН України. Том XI. Соціальна психологія, 6 (1), 119–128.

30. Васютинський, В.О. (2016 а). *Психологічна правда про індивідуалізм та колективізм*. К.: Міленіум.

31. Васютинський, В. (2010). *Психологічні виміри спільноти*. К.: Золоті ворота.

32. Васютинський, В.О. (Ред.) (2016 б). *Соціальна психологія бідності*. Київ: Міленіум.

33. Вахштайн, В. (2008). Между «практикой» и «поступком»: невыносимая легкость теорий повседневности. *Социологическое обозрение*, 8, 1, 61–70.

34. Винославська, О.В., Ложкін, Г.В., & Спасенніков, В.В. (2007). Економічна психологія: предмет, методи, міждисциплінарні зв'язки. *Вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут*, (1), 64–72.

35. Вілбер, К. (2019). *Трамп і епоха постправд*. Львів.: Terra Incognita.

36. Вінков, В. (2013). Соціальний капітал як ресурс економічного благополуччя особи. *Концептуальні засади дослідження соціально-психологічної природи бідності як стилю життя,* Матеріали науково-практичного семінару. Суми: Нота-Бене, 19–24.

37. Вінков, В. (2018). Психологічні особливості уявлень молоді про життєвий успіх. *Український психологічний журнал*, 1 (7), 17–29.

38. Войтович, С.О. (1998). *Соціальні інститути суспільства: річ, влада, власність*. К.

39. Волков, В., & Хархордин, О. (2008). *Теория практик*. СПб.: Изд-во. Европейского университета в Санкт-Петербурге.

40. Выготский, Л.С. (1982). *Вопросы детской (возрастной) психологии*. Собр. соч. в 6-ти томах. (Т. 4). М.

41. Гайдар, Е.Т. (2009). *Власть и собственность: смуты и институты. Государство и эволюция*. СПб.: Норма.

42. Ганаба, С.О. (2018). Саморозвиток особистості у практиках діалогу. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Психологічні науки»*, (5), 26–31.

43. Гантінґтон, С. (2019). *Політичний порядок у мінливих суспільствах*. Київ: Наш Формат.

15. Бовина, И.Б., & Бовин, Б.Г. (2013). Стигматизация: социально-психологические аспекты (ч. 2). *Психология и право*, 3 (4).

16. Богомолова, Н.И., & Стефаненко, Н.И. (1992). *Контент-анализ*. М.: МГУ.

17. Бодріяр, Ж. (2004). *Симулякри і симуляція*. Київ: Основи.

18. Бодрийяр, Ж. (2001). *Система вещей*. М.: РУДОМИНО.

19. Бодрийяр, Ж. (2006). *Общество потребления. Его мифы и структуры*. М.: Республика; Культурная революция.

20. Бочкова, Е.И. (2015). Социальные практики как форма социализации. *Организация работы с молодежью*, 4. URL: ovv.esrae.ru/247-1098.

21. Бункина, М.К., & Семенов, А.М. (2000). *Экономический человек: в помощь изучающим экономику, психологію и менеджмент*. М.: Дело.

22. Бурдье, П. (1998). Структура, габитус, практика. *Журнал социологии и социальной антропологии*. URL: http://www.old.jourssa.ru/1998/2/4bourd.html.

23. Бурменко Т. Д., & Карнышев А. Д. (2003). *Собственность: психолого-экономический анализ*. Иркутск: Изд-во БГУЭП.

24. Бурмистрова, А.В. (2004). *Личностные особенности средового поведения, направленного на регуляцию границ бытийного пространства*. (Автореф. дис. канд. психол. н.). Кубанский государственній университет, Краснодар.

25. Бутенко, С.С. (2016). Особливості методології дослідження питань власності. *Юридична психологія*, (2), 58–68.

26. Варій, Ю.М. (2009). Вплив економічної депривації на поведінку молоді 16–25 років. *Науковий вісник Львівського національного університету внутршіних справ. Серія психологічна*, 2, 1–14.

27. Васильєв, С.В. (2002). *Трансформація відносин власності і формування раціональної структури економіки*. (Автореф. дис. канд. економ. н.). Дніпропетровський державний аграрний університет, Дніпропетровськ.

28. Васютинський, В. (2005). *Інтеракційна психологія влади*. К.: КСУ.

29. Васютинський, В.О. (2013). Культура бідності: соціально-психологічний зміст та інструментарій дослідження.

ПІСЛЯМОВА

Завершуючи цю працю, маю надію, що насправді перед нами тільки відкривається низка наступних досліджень щодо соціально-психологічної природи власності. Сподіваюся, що представлені тут результати знайдуть своє продовження у подальших дослідженнях. А на разі отримані дані дають підстави зробити деякі узагальнення і підсумки.

У роботі наведено теоретичне узагальнення і нове розв'язання проблеми, що виявляється в з'ясуванні соціально-психологічних закономірностей реалізації почуття власності в соціальних практиках; розкритті психологічного змісту реалізації (прояву, втілення, зміни) почуття власності в процесі залучення, входження, набуття досвіду приєднання особи і спільноти до сучасних соціальних практик; виявленні змістових і динамічних характеристик і множинності зв'язків соціальних практик і почуття власності. Здійснений теоретичний, емпіричний і практико-психологічний аналіз феномена почуття власності та особливостей його реалізації в соціальних практиках дає змогу зробити такі висновки.

Аналіз, узагальнення та систематизація підходів до розуміння психологічної природи власності дали змогу визначити *почуття власності* як суб'єктивне емоційне переживання людиною належності їй певних об'єктів, що відображає зміст і значення, яке мають для неї реальні або абстрактні, конкретні або узагальнені об'єкти власності, тобто все те, що вона може назвати своїм. Це переживання виникає й розгортається в онтогенезі і реалізовується з різною мірою актуальності, валентністю, інтенсивністю протягом життя людини. У роботі введено в обіг поняття *реалізації почуття власності в соціальних практиках*, яке розуміється як спосіб прояву, утілення і зміни почуття власності особи протягом життя в процесі міжособової та групової взаємодії.

Результати дослідження узагальнено у вигляді *адаптивно-конструювальної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках*, яка на основі виявлених змістових і динамічних ознак почуття власності пояснює його реалізацію в соціальних практиках як коливання, балансування між

рутинністю, буденністю, неусвідомленістю соціальних практик і прагненням до суб'єктних проявів та формування відповідальної особистості. В основу концепції покладено структурно-функціональну модель реалізації почуття власності в соціальних практиках, що відображає мотиви, чинники та способи актуалізації почуття власності в соціальних практиках; розкриває функції, етапи, соціально-психологічні механізми, типи, наслідки та ефекти реалізації почуття власності в соціальних практиках; дає змогу вивчити закономірності цього процесу.

Виокремлено *чинники,* що спонукають або загальмовують реалізацію почуття власності в соціальних практиках: психологічні (актуалізовність/неактуалізованість потреби у володінні, персональні цінності, переконання і ставлення до власності, проживання способу життя, схильність до накопичення, відповідальність, рівень самооцінки, локус контролю, рівень задоволеності життям); демографічні (вік, стать, сімейний статус, етап життєвого циклу; професія, рівень освіти, рівень прибутку, місце проживання); соціокультурні (належність до певних спільнот, культура і субкультура, групові цінності та соціальні стереотипи щодо власництва, бідності/багатства, підприємництва, споживчої поведінки тощо, економічна (у тому числі споживча, підприємницька, власницька) ідентичність, постави, мода, мова, релігія, родинні зв'язки й традиції, грамотність); ситуаційні (привід для привласнення, соціальне оточення, фізичне оточення, часова обмеженість, емоційний тиск, попередній досвід); об'єктні або особливості самого об'єкта власності (привабливість, його унікальність/масовість, доступність/недоступність).

Почуття власності як соціально-психологічний феномен виконує низку *функцій* як для самої особи, так і з погляду конструювання і переконструювання її соціальних практик: сигнальну, координувальну, мотиваційно-спонукальну, оцінювальну, інтеграційну та пізнавальну. Охарактеризовано три *компоненти* реалізації почуття власності в соціальних практиках: афективний — емоційні переживання, пов'язані з володінням щодо самого об'єкта власності, щодо себе як власника та щодо інших суб'єктів володіння; когнітивний — знання, соціальні постави, стереотипи щодо володіння, власності, бідності-багатства

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Абрамюк, О., & Липецька, А. (2018). Концептуальна структура феномену «суб'єктивне благополуччя» та особливості його вимірювання. *Психологія: реальність і перспективи*, (11), 10–17.

2. Аджемоґлу, Д., & Робінсон, Дж. (2019). *Чому нації занепадають. Походження влади, багатства і бідності.* Київ: Наш формат.

3. Анкудинова, Е.В. (2009). Определение сущности экономической социализации. *Вестник ЧГПУ*, 9, 5–15.

4. Арістотель. (2000). Політика. Київ: Основи.

5. Артеменко, А. (2013). *Топологія Я в мережевих структурах соціуму*. Харків.

6. Ахвледиани, А.А., & Ковалев, А.Н. (1996). *Собственность. Власть. Политика*. М.

7. Баліч, Н. (2013). Соціальні практики та їхня роль у сучасному суспільстві. *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, (4), 69–78.

8. Барлоу, Дж.П. (1999). *Продажа вина без бутылок: Экономика сознания в глобальной Сети*. URL: http://lib.ru/COPYRIGHT/barlou.txt.

9. Бауман, З. (2008). *Текучая современность*. СПб.: Питер.

10. Бевзенко, Л. (2008). *Стили жизни переходного общества*. К.: Ин-т социологии НАН Украины.

11. Бергер, П., & Лукман, Т. (1995). *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. М.: Медиум. URL http://skepdic.ru/wp-content/uploads/2013/05/Berger_Lukman_-_Sotcialnoe_konstruirovanie_realnosti_Skepdic.ru_.pdf.

12. Берн, Е. (2019). Ігри, в які грають люди. Харків.

13. Бетелл, Т. (2008). *Собственность и процветание*. М.: ИРИСЭН.

14. Бєлавін, С.П. (2011). Теоретичні підходи до вивчення проблеми формування образів «свій-чужий» у представників етнолінгвістичних спільнот. *Наукові студії із соціальної та політичної психології,* 26, 297–304. URL: http://nbuv. gov. ua/UJRN/Nsspp_2011_26_36.

неактуалізоване, несформоване (незначуще) — актуалізоване, несформоване (незначуще) — неактуалізоване.

На основі теоретичних узагальнень емпіричних даних та власного практичного досвіду було вироблено та запропоновано *засоби гармонізації проявів почуття власності* в процесі надання індивідуальної та групової психологічної допомоги. Запропоновані методи практичної роботи стануть у нагоді психологам у роботі зі ставленням до власності, самосприйняттям на основі власності, подоланням стигматизації через майнову нерівність і загалом гармонізацією прояву почуття власності.

Перспективи подальших наукових пошуків убачаються в розширенні й поглибленні емпіричних досліджень у цій царині, зокрема щодо відмінностей у проживанні почуття власності залежно від статі, віку, часу володіння об'єктом, соціокультурних та поколінних особливостей, індивідуального досвіду власників, зміни та можливостей актуалізації та проживання почуття власності у віртуальному просторі, що сприятиме подальшій розробці, науковому обґрунтуванню і практичному застосуванню концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках. Отримані дані можуть набути продовження у визначенні можливостей розвитку й підтримки колективного почуття власності в сім'ї, громаді, команді, компанії, країні тощо.

тощо; поведінковий — дії, активність щодо об'єкта власності, щодо себе та інших суб'єктів власності, які відображаються в процесі реалізації почуття власності. Основними *мотивами* реалізації почуття власності в соціальних практиках визначено: прагнення до самоефективності, становлення ідентичності, відчуття територіальності, належності і відповідальності.

Обґрунтовано, що становлення та реалізація почуття власності розгортається у кілька *етапів*: 1) онтогенетичне розгортання інстинктивних потреб особи у володінні, території, безпеці у почуття власності (упредметнена екстеріоризація); 2) становлення особистісної та соціальної ідентичності на основі відчуття власності у процесі первинної соціалізації в контактних групах; 3) життєве самовизначення і формування відчуття належності на базі інтеріоризованих суспільних цінностей і моральних норм щодо власності і володіння, бідності і багатства; 4) самоздійснення та прояв само ефективності. Актуалізація прояву почуття власності можлива за рахунок посилення контролю над об'єктом власності, поглиблення інтимного знання про нього, а також самоінвестування сил, знань, зусиль щодо об'єкта власності. Впливаючи на ці змінні, можна посилити або послабити почуття власності, його валентність та інтенсивність реалізації в соціальних практиках.

Основними *соціально-психологічними механізмами реалізації почуття власності в соціальних практиках*, що забезпечують двосторонність цього процесу, є: 1) соціально-психологічні механізми засвоєння суспільних норм і цінностей як внутрішнього персонального досвіду (соціальне порівняння, ідентифікація, соціалізація, наслідування, інтеріоризація, конформізм, адаптація, навіювання, переконування) та 2) соціально-психологічні механізми впливу особистих цінностей, досвіду та постав щодо власності на суспільні норми і соціальні практики володіння (екстеріоризація, категоризація, конкуренція, диференціація, дискримінація, стереотипізація, ідеалізація, інгруповий фаворитизм).

Визначено основні *закономірності реалізації почуття власності в соціальних практиках*.

– Почуття власності особи поширюється на різні об'єкти залежно від їхньої цінності, важливості та рівня актуальності

на певний час, що утворює динамічний простір психологічного володіння особистості, що містить *ядро* (об'єкти власності, які мають найвищу актуальну валентність), *розширення* (менш значущі наразі, але загалом вагомі об'єкти) та *периферія* (дифузія почуття власності певних об'єктів). Відбувається постійна зміна валентності тих чи інших об'єктів власності, а отже, переконструювання цієї системи є невпинним.

– Багатомірність природи почуття власності визначається в його багатокомпонентній структурі, існуванні різних типів прояву почуття та актуальних форм.

– Його реалізація розпочинається на основі інстинктивних прагнень і потреб, що поступово викристалізовуються і трансформуються в процесі соціалізації та залучення особи до соціальних практик, під впливом яких вона засвоює суспільні норми та способи володіння, водночас їх конструюючи і зумовлюючи.

– Почуття власності розгортається в онтогенезі, перебуває в постійному розвитку, рушійними силами якого є психологічні, демографічні, соціокультурні, ситуаційні та об'єктні чинники у їхній взаємодії.

– Почуття власності реалізовується в різних вимірах психологічного простору особистості, одночасно розгортаючись у ньому і конструюючи та трансформуючи його.

– Почуття власності має адаптивний характер та балансує між реалізацією в соціальних практиках як унормованих, буденних, рутинних діях та актуалізованим проявом його в ситуаціях загострення потреби психологічного володіння чимсь або втрати об'єкта власності, що спонукає особу до суб'єктної активності і відповідальності.

– Реалізація почуття власності може відбуватися в трьох темпоральних перспективах, перманентно коливаючись між ними: актуальному (переживання щодо володіння на теперішній час), перспективному (мотивація привласнення, бажання мати у майбутньому) і ретроспективному (сум, ностальгія за тим, що втрачено).

Почуття власності як конструкт самосвідомості особи, що реалізовується в соціальних практиках та постає одночасно чинником і наслідком міжособової взаємодії, є багатовимірним

утворенням, специфіка якого визначається організацією його складових і гетерогенністю його проявів. Почуття власності реалізовується на чотирьох рівнях: інтраперсональному, індивідуальному, інтерперсональному та загальносуспільному. Як було показано, реалізація почуття власності здійснюється в різних *вимірах психологічного простору особистості*: територіальності, тілесності, фінансовій сфері, матеріальних речах, соціальних контактах, ідеях, цінностях, думках, часовому режимі, віртуальному просторі, організації, компанії, громадянській сфері. Найтиповішими *соціальними практиками, у яких реалізовується почуття власності,* було визначено: розподіл і планування витрат; персоналізацію і маркування своєї території; купівлю/продаж речей; спілкування з близькими людьми, рідними й друзями; викладання фото та інформації про себе в інформаційний простір; догляд себе і свого тіла; планування свого часу, розпорядку дня; виконання посадових обов'язків; створення інтелектуального або творчого продукту; участь у справах місцевої громади. Соціальні практики є простором для реалізації почуття власності і можуть бути як економічно, так і неекономічно зумовлені.

Становлення та реалізація почуття власності розгортається в кілька *етапів*: 1) онтогенетичне розгортання інстинктивних потреб особи у володінні, території, безпеці в почуття власності (упредметнена екстеріоризація); 2) становлення особистісної та соціальної ідентичності на основі відчуття власності в процесі первинної соціалізації в контактних групах; 3) життєве самовизначення і формування відчуття належності на базі інтеріоризованих суспільних цінностей і моральних норм щодо власності й володіння, бідності і багатства; 4) самоздійснення та прояв самоефективності особи в процесі реалізації почуття власності в соціальних практиках.

Почуття власності в різних сферах може реалізовуватися в континуумі сформованості-несформованості, а отже значущості-незначущості як соціально-психологічного явища та актуальності-неактуальності певного переживання на конкретний момент часу, що створює основу для виокремлення *типів реалізації почуття власності в соціальних практиках*: сформоване (значуще) — актуалізоване, сформоване (значуще) —

490. Pastalan, L.A. (1970). Privacy as a behavioral concept. *Social Forces*, 45(2), 93–97.

491. Paundra, J., Rook, L., van Dalen, J., & Ketter, W. (2017). Preferences for car sharing services: Effects of instrumental attributes and psychological ownership. *Journal of Environmental Psychology,* 53, 121–130. doi: 10.1016/j.jenvp.2017.07.003.

492. Pavliashvili, S., & Gubeladze, D. (2013). Transformation of property relationships and its prospective in Georgia. *Вісник київського національного університету імені Тараса Шевченка*, 6(147), 72–75.

493. Peck, J., & Luangrath, A.W. (2018). Looking ahead: future research in psychological ownership. Psychological ownership and consumer behavior. *Springer International Publishing,* 239–258. doi: 10.1007/978-3-319-77158-8_15.

494. Peck, J., & Shu, S.B. (2018). Psychological ownership and consumer behavior. *Springer International Publishing.* doi: 10.1007/978-3-319-77158-8.

495. Peck, J., & Shu, S.B. (2009). The effect of mere touch on perceived ownership. *Journal of Consumer Research,* 36(3), 434–447.

496. Peng, H., & Pierce, J.L. (2015). Job- and organization-based psychological ownership: Relationship and outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 30, 2.

497. Pickford, H.C., Joy, G., & Roll, K. (2016). *Psychological ownership: Effects and Applications*. Oxford. 19.

498. Pierce, J.L., & Jussila, I. (2011). *Psychological ownership and the organizational context: Theory, research evidence, and application*. Northampton, MA: Edward Elgar.

499. Pierce, J.L., Kostova, T. & Dirks, K.T. (2002). The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research. *Review of General Psychology*, 7(1), 84–107. doi: 10.1037//1089-2680.7.1.84.

500. Pierce, J.L., Kostova, T. & Dirks, K.T. (2001). Toward a theory of psychological ownership in organizations. *Academy of Management Review,* 26(2), 298–310.

501. Pierce, J.L., Jussila, I., & Li, D. (2018). Development and validation of an instrument for assessing collective psychological ownership in organizational field settings. *Journal of Management & Organization*, 24(6), 776–792. doi: 10.1017/jmo.2016.66.

150. Куцепал, С.В. (2019). Споживання як соціальний феномен. *Вісник Національного юридичного університету імені Ярослава Мудрого*, 43(4), 53–60.

151. Кузьмина, Е.И. (2007). *Психология свободы: теория и практика*. СПб.: Питер.

152. Кузьмук, О.М. (2015). Особливості інституціоналізації споживацької поведінки в українському суспільстві. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 3 (119), 68–71.

153. Кузьмук, О.М. (2015). Споживацька поведінка як механізм ідентичності. *Науково-теоретичний альманах «Грані»*, 4 (120), 12–16.

154. Кульчицька, А.В. (2015). Моральна свідомість особистості як чинник ставлення до грошей. *Психологічні перспективи*, 25, 98–109.

155. Кэпрару, Г., & Кэпрару, Е. (1992). *Мать и дитя.* Кишинев: Штиинца.

156. Лазаренко, В.О. (2020). *Переконструювання просторової ідентичності внутрішньо переміщених осіб засобами ментального картографування.* (Дис. доктора філософії). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

157. Лапіна, В.В. (2018). Суперечності практик споживання як джерело соціальної напруженості в публічному просторі сучасних суспільств: соціологічні інтерпретації. *Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи»*, 41, 11–16.

158. Левин, К. (2000). *Теория поля в социальных науках*. СПб.

159. Левицкая, Н.С. (2014). Экономические представления будущих специалистов социальной сферы о собственности. *Альманах современной науки и образования,* 7(85), 85–90.

160. Ленгле, А. (2008). *Person. Экзистенциально-аналитическая теория личности*. Москва: Генезис.

161. Леонов, В.В. (2008). *Мотивація фінансової поведінки населення України.* (Автореф. дис. канд. соціол. н.). Інститут соціології НАН України, Київ.

162. Леонтьев, Д.А. (2000). Психология свободы. К постановке проблемы самодетерминации личности. *Психологический журнал,* 21, 1, 15–26.

163. Летурно, С. (2012). *Эволюция собственности*. СПб.

164. Ліхоносова, Г.С. (2018). Соціально-економічне відторгнення: виміри депривації та ізоляції. *Часопис економічних реформ,* 1 (29), 77–82.

165. Липовецки, Ж. (2001). *Эра пустоты. Эссе о современном индивидуализме*. СПб.: Владимир Даль.

166. Ложкін, Г.В., Комаровська, В.Л., & Воленюк, Н.Ю. (2008). *Економічна психологія*. (3-тє видання). К: Видавничий дім «Професіонал».

167. Ложкін, Г., Спасенников, В., Комаровська, В. (2004). Особливості та структура економічної свідомості. *Соціальна психологія*, 1 (3), 8–16.

168. Локк, Дж. (1988). Сочинения: в 3 т. М.: Мысль, 1988.

169. Лоленко, К.М. (2019). Методики для дослідження психологічних чинників споживчої поведінки молоді. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 2–3(17), 90–97.

170. Лопатинський, Ю.М. (2010). Трансформація інституту власності. *Збірник наукових праць. Економічні науки*. Чернівці.

171. Лоренц, К. (1992). Восемь смертных грехов цивилизованного человечества. *Вопросы философии*, 3, 39–53.

172. Луман, Н. (2003). Что такое коммуникация? *Проблемы теоретической социологии*, 4, 114–125.

173. Луман, Н. (2000). Невероятность коммуникации. *Проблемы теоретической социологии.*

174. Лунт, П. (1997). Психологические подходы к потреблению. *Иностранння психология*, 9, 8–16.

175. Луценко, М.Ю. (2013). *Фрустрація потреби у власності як чинник деформування ціннісно-смислової сфери молоді*. (Автореф. дис. канд. психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

176. Луценко, М. (2019). Фрустрація потреби у власності як чинник ціннісно-смислових деформацій. *Problems of Modern Psychology*, 10. doi: 10.32626/2227-6246.2010-10.%p.

177. Луценко, М.Ю. (2012). Обґрунтування та опис авторської методики «Фрустрація потреби у власності». *Практична психологія та соціальна робота*, 9 (162), 15–23.

178. Мак-Вильямс, Н. (2007). *Психоаналитическая диагностика: Понимание структуры личности в клиническом процессе.* М.: Независимая фирма «Класс».

478. Nijs, T., Martinovic, B., Verkuyten, M., & Sedikides, K. (2020). «This country is OURS»: The exclusionary potential of collective psychological ownership. *British Journal of Social Psychology,* 1–25. doi: 10.1111/bjso.12386.

479. Noguti, V., & Bokeyar, A.L. (2014). Who am I? The relationship between self-concept uncertainty and materialism. *International Journal of Psychology*, 49 (5), 323–333. doi: 10.1002/ijop.12031.

480. North, M. (2002). A sense of ownership. *Air Medical Journal*, 21(4), 5.

481. Nwaoduh, E.O. (2017). Feminization of poverty in Ukraine: background, causes and effects. *Український соціум*, (2), 60–73.

482. Olckers, C. (2011). *A multi-dimensional measure of psychological ownership for South African organisations*. (PhD thesis). University of Pretoria. Hatfield.

483. Olckers, C., Van Zyl, L., & Van der Vaart, L. (Eds). (2017). *Theoretical orientations and practical applications of psychological ownership*. Springer.

484. O'driscoll, M.P., Pierce, J.L., & Coghlan, A.M. (2006). The psychology of ownership: Work environment structure, organizational commitment, and citizenship behaviors. *Group & Organization Management*, 31(3), 388–416.

485. O'Reilly, M. (2013). *Peacebuilding and local ownership: post-conflict consensus building*. Abingdon, Routledge.

486. Oyserman, D., Coon, H.M., & Kemmelmeier, M. (2002). Rethinking individualism and collectivism: evoluation of theoretical assumptions and meta-analyses. *Psychological Bulletin,* 128 (1), 3–72.

487. Ozdemir, N.K. (2020). A creative method for career supervision: Therapeutic associative cards. *Australian Journal of Career Development,* 29(2), 144–150. doi: 10.1177/1038416220927795.

488. Ozler, H., Yilmaz, A., & Ozler, D. (2008). Psychological ownership: An empirical study on its antecedents and impacts upon organizational behaviors. *Problems and Perspectives in Management*, 6, 3, 38–47.

489. Palamar, M., Le, D.T., & Friedman, O. (2012). Acquiring ownership and the attribution of responsibility. *Cognition*, 124(2), 201–208.

466. Malmberg, T. (1980). *Human territoriality*. New York: Mouton.

467. Manturuk, K.R., Lindblad, M.R., & Quercia, R.G. (2017). *A place called home: The social dimensions of homeownership*. Oxford University Press.

468. Martin, M. (1995). Bodily awareness: a sense of ownership. In J.L. Bermúdez, A.J. Marcel, and N. Eilan (Eds.), *The Body and the Self*. Cambridge: MIT Press.

469. Matilainen, A., Pohja-Mykrä, M., Lähdesmäki, M., & Kurki, S. (2017). «I feel it is mine!» — Psychological ownership in relation to natural resources. *Journal of Environmental Psychology, 51, 31–45. doi:* 10.1016/j.jenvp.2017.03.002.

470. McIntyre, J.C., Constable, M.D., & Barlow, F.K. (2015). Property and prejudice: How racial attitudes and social-evaluative concerns shape property appraisals. *European Journal of Social Psychology*, *45*(6), 716–727.

471. McVeigh, B.J. (2007). *The propertied self the psychology of economic history*. N.Y.: Nova publishers.

472. Mead, G.H. (1934). *Mind, Self and Society*. University of Chicago Press, Chicago.

473. Menard, P., Warkentin, M., & Lowry, P.B. (2018). The impact of collectivism and psychological ownership on protection motivation: A cross-cultural examination. *Computers & Security, 75,* 147–166.

474. Meyer, J.P., Stanley, D.J., Jackson, T.A., McInnis, K.J., Maltin, E.S., & Sheppard, L. (2012). Affective, normative, and continuance commitment levels across cultures: A meta-analysis. *Journal of Vocational Behavior*, 80, 225–245.

475. Morewedge, C.K. (2020). Psychological ownership: Implicit and explicit. *Current Opinion in Psychology*, 1–24. doi: 10.1016/j.copsyc.2020.10.003.

476. Morewedge, C.K., & Giblin, C.E. (2015). Explanations of the endowment effect: an integrative review. *Trends in Cognitive Sciences,* 19, 6, 339–348.

477. Nancekivell, S.E., & Friedman, O. (2014). Mine, yours, no one's: Children's understanding of how ownership affects object use. *Developmental psychology*, 50(7), 1845–1853.

179. Максименко, С.Д. (2006). *Генезис существования личности*. К.: ООО «КММ».

180. Малахов, С.В. (1992). *Основы экономической психологии*. М.: Изд-во Ин-та социально-политических отношений.

181. Мамардашвили, М.К. (1996). *Необходимость себя*. М.: Лабиринт.

182. Маркс, К. (1927). *Капитал. Критика политической экономии*. Харьков.

183. Марьина, Е.Ю. (2016). Цифровое пространство: противоречия становлення и развития. *Молодий вчений*, 9(36), 335–339.

184. Маслоу, А. (2019). *Мотивация и личность*. СПб.

185. Махмудов, Р.К. (2011). *Территориальная дифференциация бедности в Ставропольском крае.* (Автореф. дис. канд. географ. н.). Ставропольский государственный университет. Ставрополь.

186. Машталер, А.А. (2011). «Я» і «Ми» в контексті постмодерністської індивідуації: соціофілософський вимір. *Вісник НТУУ «КПІ». Філософія. Психологія. Педагогіка*, 3, 44–48.

187. Мейжис, І.А., Почебут, Л.Г. (2008). Індивідуалізм чи колективізм? Соціально-психологічний погляд на історію і політичну культуру України. *Наукові праці Чорноморського державного університету імені Петра Могили. Сер.: Соціологія*, 103 (90), 6–18.

188. Меліхова, І.О. (2011). Мотивація досягнення успіху та індивідуальний стиль міжособистісної поведінки. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, (26), 224–230.

189. Мельник, Ю.И., & Яковлева, И.Л. Особенности экономической идентичности сельских и городских жителей. Відновленро з https://sites.google.com/site/konfep/Home/1-sekcia/melnik-1.

190. Мілорадова, Н.Э., & Попова, Г.В. (2014). Особливості проведення психологічного дебрифінгу із застосуванням МАК (метафоричних асоціативних карт) з представниками силових структур після кризової ситуації. *Вісник Національного університету оборони України,* 6(43), 334–340.

191. Мироненко, Г.В. (2015). *Час віртуального життя*. Київ: Імекс-ЛТД.

192. Мирончак, К.В. (2019). Технології відновлення самоефективності особистості, що переживає втрату. В Т. М. Титаренко (Ред.), *Соціально-психологічні технології відновлення особистості.* (с. 141–159). Кропивницький: Імекс-ЛТД.

193. Митина, О.В., & Михайловская, И.Б. (2001). *Факторный анализ для психологов*. М.: Учебно-методический коллектор «Психология».

194. Москаленко, В.В. (Ред.). (2008). *Економічна соціалізація молоді: соціально-психологічний аспект*. Київ: Український центр політичного менеджменту.

195. Москаленко В.В. (2013). *Соціалізація особистості*. Київ: Фенікс.

196. Москаленко, В.В. (Ред). (2012). *Соціально-психологічні проблеми становлення суб'єкта економічної соціалізації*. Кіровоград: Імекс-ЛТД.

197. Московичи, С. (1998). Машина, творящая богов. М.: Центр психологии и психотерапии.

198. Муздыбаев, К. (2001). Переживание бедности как социальной неудачи: атрибуция ответственности, стратегии совладания и индикаторы депривации. *Социологический журнал*, 1, 5–32.

199. Муздыбаев, К. (1983). *Психология ответственности*. Л.: Наука.

200. Мэй, Р. (2005). Новый взгляд на свободу и ответственность. Экзистенциальная традиция, 2, 52–65.

201. Мяленко, В.В. (2008). *Соціально-психологічні механізми фінансової поведінки молоді.* (Дис. канд. психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

202. Мясищев, В.Н. (1995). Психология отношений. В А.А. Бодалев (Ред.). *Избранные психологические труды*. М.: Институт практической психологии; Воронеж: НПО «МОДЕК».

203. Набруско, І. (2010). Стилі споживання та статусна нерівність в умовах сучасної України. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства,* 16, 373–376.

204. Найдьонов, М.І. (2008). Визначення меж «ми» як коаліційної рефлексії. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія: Психологія*, 1, 82–95.

454. Kirk, C.P., & Swain, S.D. (2017). Consumer psychological ownership of digital technology. In Joann Peck & Suzanne Shu (Eds.), *Psychological Ownership and Consumer Behavior*, New York: Springer. doi: 10.1007/978-3-319-77158-8_5.

455. Klein, S.B. (2015). The feeling of personal ownership of one's mental states: A conceptual argument and empirical evidence for an essential, but underappreciated, mechanism of mind. *Psychology of Consciousness: Theory, Research, and Practice*, 2(4), 355–376.

456. Kleine, S.S., & Baker, S.M. (2004). An integrative review of material possession attachment. *Academy of Marketing Science Review*. 1.

457. Korenok, O., Millner, E., & Razzolini, L. (2017). Feelings of ownership in dictator games. *J. Econ. Psychol*, *61*, 145–151.

458. Kwon, S. (2020). Understanding user participation from the perspective of psychological ownership: The moderating role of social distance. *Computers in Human Behavior*, 105. doi: 10.1016/j.chb.2019.106207.

459. LeBarr, A.N., & Shedden, J.M. (2017). Psychological ownership: The implicit association between self and already-owned versus newly-owned objects. *Consciousness and cognition*, *48*, 190–197.

460. Lee, J., & Suh, A. (2015). How do virtual community members develop psychological ownership and what are the effects of psychological ownership in virtual communities? Computer in Humans Behavior. 45, 382–391. doi: 10.1016/j.chb.2014.12.002.

461. Lewis, O. (1998). The Culture of Poverty. *Society*, 7–9.

462. Lister, R. (2015). To count for nothing': Poverty beyond the statistics. *Journal of the British Academy*, *3*(0), 139–165.

463. Logler, N., & Yoo, D. (2018). *Metaphor Cards: A How-to-Guide for Making and Using a Generative Metaphorical Design Toolkit*. doi: 10.1145/3196709.3196811.

464. Lunt, P.K., & Livingstone, S. (1992). *Mass consumption and personal identity: everyday economic experience*. Buckingham, UK: Open University Press.

465. Lunt, P.K., & Livingstone, S.M. (1991). Psychological, social and economic determinants of saving: comparing recurrent and total savings. *Journal of Economic Psychology*, 30, 309–323. doi: 10.1016/0167-4870(91)90003-C.

Marketing Theory and Practice, 23 (2), 121–139. doi: 10.1080/10696679.2015.1002330.

444. Kahneman, D., Knetsch, J.L., & Thaler, R.H. (1990). Experimental tests of the endowment effect and the Coase theorem. *Journal of political Economy*, *98*(6), 1325–1348.

445. Kamleitner, B., & Feuchtl, S. (2015). «As if it were mine»: imagery works by inducing psychological ownership. *Journal of Marketing Theory and Practice*, *23*(2), 208–223.

446. Karahanna, E., Xin Xu, S., & Zhang, N. (2015). Psychological ownership motivation and use of social media. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 23(2), 185–207. doi: 10.1080/10696679.2015.1002336.

447. Karnieli-Miller O., Nissim G., & Goldberg, M. (2016). It's in the cards. *Qualitative Health Research*, 27(1), 138–151. doi: 10.1177/1049732315609897.

448. Kharchenko, H. (2010). *Poverty as accumulating of social disadvantages: sociological analysis of deprivation in Ukraine*. ESCIRRU Working Paper. 27. Berlin.

449. Khmil, V.V., & Popovych, I.S. (2019). Philosophical and psychological dimensions of social expectations of personality. *Anthropological Measurements of Philosophical Research,* 16, 55–65. doi: 10.15802/ampr.v0i16.187540.

450. Kim, M., & Beehr, T.A. (2017). Self-efficacy and psychological ownership mediate the effects of empowering leadership on both good and bad employee behaviors. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 24(4). 1–13. doi: 10.1177/1548051817702078.

451. Kirk, *S.A.* (Eds.). (2004). *Mental Disorders in the Social Environment: Critical Perspectives.* New York: Columbia University Press.

452. Kirk, C.P., Peck, J., & Swain, S.D. (2018). Property lines in the mind: consumers' psychological ownership and their territorial responses. *Journal of Consumer Research*, 45 (1), 148–168. doi: 10.1093/jcr/ucx111.

453. Kirk, C.P., & Rifkin, L.S. (2020). I'll trade you diamonds for toilet paper: consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Research*. doi: 10.1016/j.jbusres.2020.05.028.

205. Найдьонов, М.І. (2010). Потенціал і актуалізація суб'єктності з позицій переосмислення її як ресурсу. *Вісник Одеського національного університету,* 15 (11), 2, 84–93.

206. Найдьонова, Л.А. (2012). *Рефлексивна психологія територіальних спільнот*. К.: Міленіум.

207. Найдьонова, Л.М. (2014). *Групова рефлексія як механізм реконструкції соціальних настановлень*. (дис. канд. психол. н.). Інститут психології імені Г. С. Костюка. Київ.

208. Нартова-Бочавер, С.К. (2008). *Человек суверенный: психологическое исследование субъекта в его бытии*. СПб.: Питер.

209. Настояща, К.В. (2018). Атрибуції поняття практики: колізії означення та пошуки верифікацій. *Scientific and Theoretical Almanac Grani*. *Соціологія*, 21(1), 56–62. doi: 10.15421/17186.

210. Настояща, К.В. (2019). Практики самопрезентації в інтернет-просторі: форми і тенденції. *Грані*, 22 (1), 20–28.

211. Настояща, К.В. (2020). Практики споживання в фокусі глобальних трансформацій: споживання емоцій замість споживання речей. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*, 4 (43), 106–118.

212. Настояща, К. (2017). Соціальні практики: спроба типології по вертикалі. *Нова парадигма*. 132. 172–183.

213. Нийт, Т. (1981). Плотность заселения и «социальная патология»: какую патологию искать? В Т. Нийт, М. Хейдметс, Ю. Круусвалл (Ред.), *Человек и среда: психологические проблемы*. Таллин.

214. Нийт Т. (1981). Развитие теорий о взаимоотношениях человека и среды. В Т. Нийт, М. Хейдметс, Ю. Круусвалл (Ред.), *Человек и среда: психологические проблемы*. Таллин.

215. Николаенко, Д.В. (1985). Пространственно-временные особенности соседского поведения людей в различной архитектурной среде. В Т. Нийт, М. Хейдметс, Ю. Круусвалл (Ред.), *Социально-психологические основы средообразования*. (с. 184–185). Таллин.

216. Николенко, Ю.С. (2007). *Категориальная структура и содержание образа денег у студентов Дальневосточного региона.* (Дисс. канд. психол. н.). Дальневосточный государственный университет путей сообщения, Хабаровск.

217. Никоненко, О.В. (2017). Дослідження моральнісного компонента монетарної соціалізації студентської молоді. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 4 (11), 70–78.

218. Никоненко, О.В. (2018). *Психологічні особливості монетарної соціалізації студентської молоді.* (дис. канд. психол. наук). Інститут психології імені Г.С. Костюка, Київ.

219. Нерсесянц, В.С. (1992). *Собственность: право и свобода*. М.: Ин-т государства и права РАН.

220. Овчар, О.В. (2016). *Соціально-психологічні особливості стилю споживання матеріальних благ особами з низьким економічним статусом*. (Автореф. дис. канд. психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

221. Олпорт, Г. (2002). *Становление личности: Избранные труды*. М.: Смысл.

222. Осгуд, Ч., Суси, Дж., Таненбаум, П. (1972). Приложение методики семантического дифференциала к исследованиям по эстетике и смежным проблемам. В *Семиотика и искусствометрия*. (с. 3–34). М.: Мир.

223. Остапенко, Т.Г. (2015). Бебі-економіка як чинник підвищення ефективності використання людського потенціалу в умовах глобалізації. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*, 3(80), 66–73.

224. Остром, Э. (2010). Теория рационального выбора коллективного действия. Бихевиористский подход. Обращение президента Американской политологической ассоциации, 1997 г. *Вопросы государственного и муниципального управления*, (1), 5–52.

225. Остром, Э. (2011). *Управляя общим. Эволюция институтов коллективной деятельности*. Москва.

226. Павленко, О.Б. (2012). Отношение к собственности как основа экономического поведения. *Альманах современной науки и образования*, 12 (67), 1, 100–102.

227. Павлюк, М., Шопша, О., & Ткачук, Т. (2018). Психологічне благополуччя як передумова розвитку особистісної самостійності майбутнього фахівця. *Наука і освіта,* 1, 192–199.

228. Пайпс, Р. (2008). *Собственность и свобода*. М.: Московская школа политических исследований.

229. Панга, М.В. (2012). Конструювання авторського варіанта семантичного диференціала для дослідження ставлення

433. Hubeladze, I. (2020 b). Psychological features of sense of ownership realization in social networks. *Habitus*, 20, 214–219. doi: 10.32843/2663-5208.2020.20.39.

434. Hubeladze, I.H. (2016). Psychological peculiarities of maintaining a family relationship in conditions of military conflict. *Problems of political psychology*, 4 (18), 15–23.

435. Hubeladze, I. (2018 a). Psychological sense of ownership: from disorders to norm. *Mental Health Global Challenges XXI Century.* MGHC proceedings. (pp. 29–30). Rome.

436. Hubeladze, I. (2020 c). Sense of ownership as a factor for psychological space and privacy formation. *American Journal for Fundamental, Applied & Experimental Research,* 3 (18), 99–104.

437. Hubeladze, I. (2020 d). Sense of ownership realization in the space of individualism and collectivism. *American Journal for Fundamental, Applied & Experimental Research.* 19, 4, 14–20.

438. Hubeladze, I. (2018 b). Social and psychological determination of personal sense of ownership formation in ontogenesis. *Problems of political psychology*, 7 (21), 30–42. doi: 10.33120/popp-Vol21-Year2018-3.

439. Hubeladze, I. (2021). The social and psychological concept of the sense of ownership realization in social practices. *American Journal for Fundamental, Applied & Experimental Research,* 20 (1), 14–22.

440. Hudson, S., Russell, L., & Holland, K. (2017). *Indicators of mental health and wellbeing of adults: Findings from the 2015 New Zealand Mental Health Monitor.* Wellington: Health Promotion Agency.

441. Javed B., Sarwer A., Soto E.B., & Mashwani Z.R. (2020). The coronavirus (COVID 19) pandemic's impact on mental health. *International Journal of Health Planning and Management,* 1–4. doi: 10.1002/hpm.3008.

442. Jnaneswar, K., & Ranjit, G. (2021). Organizational justice and organizational citizenship behaviour: the mediating role of psychological ownership. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*. doi: 10.1108/JOEPP-01-2021-0012.

443. Jussila, I., Tarkiainen, A., Sarstedt, M., & Hair, J.F. (2015). Individual psychological ownership: concepts, evidence, and impications for research in marketing. *Journal of*

citizenship behaviors. *Personnel Review*. doi: 10.1108/PR-12-2019-0688.

421. Gaus, G. (2009). The idea and ideal of capitalism. In.G. Brenkert, T.L. Beauchamp (Eds.), *The Oxford Handbook of Business Ethics*. NY.: Oxford University Press.

422. Gentry, J., Baker, S.M., & Kraft, F.B. (1995). The role of possessions in creating, maintaining, and preserving one's identity: variation over the life course. *Advances in Consumer Research*, 22, 413–418.

423. Gill, A. (1974). *Environmental Personalization in Institutional Setting*. Wales.

424. Gineikiene, J., Schlegelmilch, B.B., & Auruskeviciene, V. (2017). «Ours» or «theirs»? Psychological ownership and domestic products preferences. *Journal of Business Research*. 72, 93–103. doi: 10.1016/j.jbusres.2016.11.003.

425. Goffman, E. (1963). *Behavior in public places*. N.Y.

426. Hampton, R.S., & Varnum, M.E. (2020). Individualism-collectivism. *Journal: Encyclopedia of Personality and Individual Differences*, 2231–2238.

427. Han, C. (2007). A new double movement? Anthropological perspectives on property in the age of neoliberalism. Socio-Economic Review, 5, 287–318. doi: 10.1093/ser/mwl027.

428. Haushofer, J., & Fehr, E. (2014). On the psychology of poverty. *Science*, *344*(6186), 862–867. doi: 10.1126/science.1232491.

429. Holmes, S., Whomsley, S., & Kellett, S. (2015). A psychological perspective on hoarding. *DCP good practice guidelines*. Leicester: The British Psychological Society.

430. Hood, B., Weltzien, S., Marsh, L. & Kanngiesser, P. (2016). Picture yourself: Self-focus and the endowment effect in preschool children. *Cognition*. 152, 70–77. doi: 10.1016/j.cognition.2016.03.019.

431. Hubeladze, I. (2020 a). Collective sense of ownership as to own country and inter-national tensions: a source of confrontation or a factor for unity. *Problems of Political Psychology,* 9(23), 22–37. doi: 10.33120/popp-Vol23-Year2020-44.

432. Hubeladze, I. (2019). Image of money in mind of modern ukrainian youth. *Психологічні науки: здобутки та перспективи*, 1–2 (13–14), 30–41.

представників середнього класу до національної валюти. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*, (13), 176–183.

230. Панга, М.В. (2013). *Політико-психологічні особливості ставлення середнього класу до національної валюти*. (Автореф. дис. канд. психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

231. Паниди, К.А. (2017). Нобелевская премия по экономике-2017: вклад Ричарда Талера. *Экономический журнал Высшей школы экономики*, 21(4), 702–720.

232. Панкратова, А.А., Осин, Е.Н., & Гасанова, У.У. (2017). Уровень горизонтального и вертикального индивидуализма и коллективизма в России и Азербайджане. *Психологические исследования*, 10 (55). 1–18.

233. Панюкова, Ю.Г. (2004). *Психологическая репрезентация пространственно-предметной среды: Системно-структурная организация, возрастные и индивидуальные особенности*. (Дис. доктора. психол. н.). Психологический институт РАО, Москва.

234. Парсонс, Т. (1998). *Система современных обществ*. М.: Аспект Пресс.

235. Паршак, О.І. (2018). Методики для дослідження ставлення персоналу комерційних організацій до грошей. *Організаційна психологія. Економічна психологія,* 2 (13), 93–98.

236. Паршак, О.І. (2020). Тренінгова програма «Психологія ставлення до грошей персоналу комерційних організацій». *Організаційна психологія. Економічна психологія,* 4 (21), 82–96.

237. Петренко, В.Ф. (2010). *Основы психосемантики*. М.: Ексмо.

238. Петровська, І.Р. (2016 а). Громадянська ідентичність: міждисциплінарний аспект наукових досліджень. *Проблеми політичної психології,* (3), 49–58.

239. Петровська, І.Р. (2016 б). Структурно-типологічний підхід до аналізу громадянської ідентичності. *Психологічні перспективи*, (27), 161–173.

240. Петровська, Т. (2004). Соціально-психологічні фактори економічної поведінки. *Соціальна психологія*, 4 (6), 23–35.

241. Петровский, А.В. (2012). Потребность быть «личностью». *Вестник практической психологии образования*, 4(33), 87–91.

242. Пиаже, Ж. (2008). *Речь и мышление ребенка*. М.: Римис.

243. Платон (2016). *Держава*. Київ: Наш формат.

244. Подляшаник, В.В. (2013). Економічна свідомість особистості: методологічні обрії аналізу проблеми. *Проблеми сучасної психології*, 20, 521–530.

245. Позняков, В.П. (2000). *Психологические отношения субъектов экономической деятельности*. М.: ИП РАН.

246. Полунін, О.В. (2012). *Психологічні механізми часової організації життєвого досвіду індивіда*. (Автореф. дис. доктора психол. н.). Інститут соціальної та політичної психології НАПН України, Київ.

247. Попов, В.Д., & Хвесюк, Л.Д. (1999). *Экономическая психология (корпоративное управление отношениями собственности)*. М.: Изд-во РАГС.

248. Попова, Г.В., & Милорадова, Н.Э. (2016). *Метафорические ассоциативные карты в работе практического психолога: методика и практика*. Х.: Стиль-Издат.

249. Попова Г.В., & Милорадова Н.Э. (2015). Метафорические ассоциативные карты как инструмент психологического консультирования. *Вісник ХНПУ імені Г.С. Сковороди. Психологія*, 50, 167–177.

250. Попович, І., & Блинова, О. (2019). Контент-аналізування соціальних очікувань майбутніх соціальних психологів. *Психологічний часопис*, *5*(3), 92–106. doi: 10.31108/1.2019.3.23.6

251. Попович, І.С. (2017). *Психологічні виміри соціальних очікувань особистості*. Монографія. Херсон: ПАТ «ХМД».

252. Посыпанова, О.С. (2012). Экономическая психология: психологические аспекты поведения потребителей. Калуга: Изд-во КГУ им. К.Э. Циолковского.

253. Радина, Н.К. (2012). Социальная психология экономического поведения личности. *Человек в экономических и социальных отношениях. Материалы всероссийской научной конференции*, 96–98.

254. Радина, Н.К. (2009). Первичная экономическая социализация: конструирование Я и обретение собственности.

408. Frankenhuis, W.E., & Nettle, D. (2020). The strengths of people in poverty. *Current Directions in Psychological Science,* 29 (1), 16–21. doi: 10.1177/0963721419881154.

409. Friedman, M., & Friedman R. (2002). *Capitalism and freedom*. Chicago-London: The University of Chicago Press.

410. Friedman, O. (2010). Necessary for possession: How people reason about the acquisition of ownership. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36, 1161–1169. doi: 10.1177/0146167210378513.

411. Friedman, O., & Ross, H. (2011). Twenty-one reasons to care about the psychological basis of ownership. In H. Ross & O. Friedman (Eds.), *Origins of ownership of property. New Directions for Child and Adolescent Development*, 132, 1–8.

412. Fritze, M.P., Eisingerich, A.B., & Benkenstein, M. (2019). Digital transformation and possession attachment: examining the endowment effect for consumers' relationships with hedonic and utilitarian digital service technologies. *Electronic Commerce Research*, 19(2), 311–337.

413. Fromer, J.A. (2010). Psychology of intellectual property. *Northwestern University law review*. Chicago, 104, 4, 1441–1510.

414. Furby, L. (1978). Possessions in humans: an explanatory study of its meaning and motivation. *Social Behavior and Personality,* 6, 1, 49–65.

415. Furby, L. (1980). The origins and early development of possessive behavior. *PoliticalPsychology*, 2, 30–42. doi: 10.2307/3790969.

416. Furby, L. (1976). *The Psychological Foundations and Functions of Possession and Ownership.* Oregon Research Institute.

417. Furnham, A., & Argyle, M. (1998). *The psychology of money*. New York: Routledge.

418. Gallagher, S. (2017). Senses of the sense of ownership. In A. Alsmith and F. de Vignemont (Eds.), *The Subject's Matter: Self-Consciousness and the Body*. Cambridge: MIT Press.

419. Gallagher, S. (2017). Self-defense: deflecting deflationary and eliminativist critiques of the sense of ownership. *Frontiers in psychology*, *8*. doi: 10.3389/fpsyg.2017.01612.

420. Gardner, D.G., Pierce, J.L., & Peng, H. (2020). Social exchange and psychological ownership as complementary pathways from psychological contract fulfillment to organizational

395. Daisyme, P. (2019). *4 Things That Will Give Employees a Sense of Ownership.* Retrieved from https://www.business2community.com/human-resources/4-things-that-will-give-employees-a-sense-of-ownership-02191676.

396. Dawkins, S., Tian, A., Newman, A., & Martin, A. (2015). Psychological ownership: a review and research agenda. *Journal of Organizational Behavior,* 38 (2), 163–183. doi: 10.1002/job.2057.

397. DeLong, A.J. (1970). Dominance-territorial relations in a small group. *Environment and Behavior*, 2, 190–191.

398. Dembytska, N. (2017). Signs of privacy in metaphorical models of pupils' personal property. *American Journal of Fundamental, Applied & Experimental Research*, 1 (4), 28–32.

399. Dittmar, H. (1992). *The social psychology of material possessions: to have is to be*. Paperback.

400. Do, T.T., Khuat, H.T., & Van Nguyen, A.T. (2018). More Property, Better Sex? The Relationship Between Property Ownership and Sexual Satisfaction Among Married Vietnamese Women. *Sex Roles*, 79(7), 409–420.

401. Donais, T. (2012). *Peacebuilding and local ownership: Post-conflict consensus-building*. Routledge.

402. Dunkel, C.S. (2013). Evidence for the role of the general factor of personality (GFP) in enculturation: The GFP and self-construal in Japanese and American samples. *Personality and individual differences*, 55(4), 417–421. doi: 10.1016/j.paid.2013.04.002.

403. Etzioni, A. (1991). The socio-economics of property. *Journal of social behavior and personality*, 6(6), 465–468.

404. Ellis, B.J., Bianchi, J., Griskevicius, V., & Frankenhuis, W.E. (2017). Beyond risk and protective factors: An adaptationbased approach to resilience. *Perspectives on Psychological Science*, 12, 561–587. doi: 10.1177/1745691617693054.

405. Esser, A.H. (1972). A biosocial perspective on crowding. In J.F. Wohlwill and D.H. Carson (Eds.), *Environment and the social sciences: Perspectives and applications*. (pp. 15–28). Washington.

406. Fischer, E.D. (2017). Two analogy strategies: the cases of mind metaphors and introspection. *Connection Science*, 30(2), 1–33. doi: 10.1080/09540091.2017.1350937.

407. Folse, J.A.G., Moulard, J.G., & Raggio, R.D. (2012). Psychological ownership: a social marketing advertising message appeal? *International Journal of Advertising*, 31(2), 291–315.

Профессиональное самосознание и экономическое поведение личности. Труды III международной научной интернет-конференции. (с. 9–23).

255. Радина, Н.К., & Сурнина, Е.С. (2009). Особенности экономической социализации воспитанников детских домов: отношения собственности. *Нижегородское образование,* 2, 145–152.

256. Романенко, О.В. (2005). Соціальні уявлення як об'єкт психологічного дослідження в теоретичних схемах західної соціальної психології. *Право і безпека*, 4 (4), 193–197.

257. Романуцький, В.М. (2013). Континуум «Індивідуалізм-колективізм» як основний вимір сучасної культури (за Г. Хофстеде). *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*, 1(3), 97–101.

258. Рубинштейн, С.Л. (1999). *Основы общей психологии*. СПб.: Питер Ком.

259. Рубинштейн, А. (2007). Общественные интересы и теория публичных благ. *Вопросы экономики,* 10, 90–113. doi: 10.32609/0042-8736-2007-10-90-113.

260. Рудницька С.Ю. (2020). Пандемія: конструювання особистісного досвіду. *Досвід переживання пандемії COVID-19: дистанційні психологічні дослідження, дистанційна психологічна підтримка.* Матеріали онлайн-семінарів 23 квітня 2020 року «Досвід карантину: дистанційна психологічна допомога і підтримка» та 15 травня 2020 року «Дистанційні психологічні дослідження в умовах пандемії COVID-19 і карантину» (с. 18–20). Київ: Інститут соціальної та політичної психології НАПН України.

261. Рыжиков, А.И. (1991). Феномен территориальности в психике человека. *Вопросы психологи*, 6, 167–173.

262. Рычков, Д.А. (2007). *Онтология собственности*. Челябинск.: Образование.

263. Сартр, Ж.-П. (1989). Экзистенциализм — это гуманизм. В *Сумерки богов*. (с. 319–344). М.: Политиздат.

264. Сафонова, Т.Я. (1999). Психологическое насилие в отношении детей: сущность, последствия, оказание помощи. *Актуальные проблемы современного детства.* 169–175.

265. Свєчаревська, В. (2012). Відповідальність як предмет психологічного пізнання. *Психологія і суспільство*, 1, 93–99.

266. Свідерська, О. (2013). Масова політична поведінка в індивідуалізованому суспільстві. *Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії*, 3, 286–294.

267. Свідерська, О. (2020). Соціокультурні чинники формування масової політичної поведінки в інформаційному суспільстві. *Збірник наукових праць ГО*, 33–36. doi: 10.36074/03.04.2020.v3.10.

268. Синельников, Р.Ю. (2018) Соціально-психологічна програма формування громадянської ідентичності української молоді: «Громадянська ідентичність: цілі, ресурси та смисли». *Актуальні проблеми психології*, 1 (50), 64–69.

269. Семененко, И.С., Лапкин, В.В., & Пантин, В.И. (2010). Идентичность в системе координат мирового развития. *Полис*, *3*, 40–59.

270. Семенов, М. (2004). *Особенности отношения к деньгам людей с разным уровнем личностной зрелости*. (Дис. канд. психол. наук). Ярославль.

271. Сич, В.М., & Сич, В.О. (2015). Зв'язок між особливостями економічного самовизначення студентської молоді та її соціально-демографічними, організаційно-професійними характеристиками. *Організаційна психологія. Економічна психологія*, 1, 123–131.

272. Сімків, М. (2010). Соціально-психологічні аспекти ставлення до грошей. *Соціогуманітарні проблеми людини*, 5, 209–217.

273. Слюсаревський, М.М. (1998). *Ілюзії і колізії: Нариси, статті, інтерв'ю на теми політичної та етнічної психології*. К.: Гнозис

274. Слюсаревський, М.М. (2003). Індивідуальне та надіндивідуальне у психічних станах соціуму. *Психологічні перспективи*, 4, 153–161.

275. Слюсаревський, М.М. (2009). *«Ми» і «Я» в сучасному світі. Вибрані твори*. Київ: Міленіум.

276. Смирнова, Е.О., & Суханова М.Д. (2014). Отношение к собственности как предмет психологического исследования. *Современная зарубежная психология,* 3, 4, 18–32.

277. Смит, А. (2002). *Исследование о природе и причинах богатства народов*. М.: Прогресс,Универс.

383. Burke, P.J., & Cerven, C. (2019). Identity accumulation, verification, and well-being. *Identities in Everyday Life*. 17. doi: 10.1093/oso/9780190873066.001.0001.

384. Butcher, J., Mineka, S., & Hooley, J. (2007). *Abnormal psychology and modern life* (13th ed.). Boston, MA: Allyn & Bacon.

385. Campbell Pickford, H., Joy, G., & Roll, K. (2016). Psychological ownership: Effects and applications. *Sand Business School WP*, *2*.

386. Carpenter, C.R. (1958). Territoriality: A review of concepts and problems. In A. Roe, G.G. Simpson (Eds.), *Behavior and evolution*. (pp.257–284). New Haven.

387. Carr, S.C., Bandawe, C.R., & Ch., R. (2011). Psychology applied to poverty. In *IAAP Handbook of Applied Psychology*. (pp. 639–662). Blackwell Publishing Ltd.

388. Chadha, M. (2018). No-self and the phenomenology of ownership. *Australasian Journal of Philosophy*, 96(1), 14–27. doi: 10.1080/00048402.2017.1307236.

389. Chen, G., Gully, S.M., & Eden, D. (2001). Validation of a new general self-efficacy scale. *Organizational Research Methods*, 4, 62–83.

390. Choi, B.K., & Moon, H. (2016). Prosocial motive and helping behaviour: Examining helping efficacy and instrumentality. *Journal of Management. Psychology*, 31, 359–374.

391. Ceja, L., & Tapies, J. (2011). *A model of psychological ownership in next-generation members of family-owned firms: A qualitative study,* IESE Business School Working Paper.

392. Cicala, S., Fryer, R.G., & Spenkuch, J.L. (2018). Self-selection and comparative advantage in social interactions. *Journal of the European Economic Association*, 16, 4, 983–1020. doi: 10.1093/jeea/jvx031.

393. Clair, R., Gordon, M., Kroon, M., & Reilly, C. (2021). The effects of social isolation on well-being and life satisfaction during pandemic. *Humanities and Social Sciences,* 1–6. doi: 10.1057/s41599-021-00710-3.

394. Csikszentmihalyi, M., & Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things — domestic symbols and the self*. Cambridge: Cambridge University Press. doi: 10.1017/CBO9781139167611.

371. Bernhard, F. (2011). *Psychological Ownership in Family Businesses*: Three Essays on Antecedents and Consequences. Lohmar, Germany: Josef Eul Verlag.

372. Berti, A.E., Bombi, A.S., & Duveen, G.T. (1988). *The child's construction of economics*. Editions de la Maison des Sciences de l'Homme.

373. Biernat, M., & Dovidio, J. (2000). Stigma and stereotypes. In T.F. Heatherton, R.E. Kleck, M.R. Hebl, J.G. Hull (Eds.). *The social psychology of stigma*. (pp. 88–125). N.Y.: Guilford.

374. Biggart, N.W. (Eds.). (2002). *Reading in Economic Sociology*. Blackwell Publishers.

375. Blake, P.R. (2010). *The Cognitive Development of Ownership: How Children Learn to Recognize and Respect Private Property*. (PhD thesis). Harvard University. Cambridge.

376. Boerre, C.G. (2006). *Gordon Allport. Personality theorities*. Shippensburg University.

377. Borovynska, I. (2019). The place of mental health in the structure of life successfulness. *Humanitarium*, 42 (1), 16–27. doi: 10.31470/2308-5126-2019-42-1-16-27.

378. Brown, G., Crossley, C., & Robinson, S. L. (2014). Psychological ownership, territorial behavior, and being perceived as a team contributor: The critical role of trust in the work environment. *Personnel Psychology*, 67, 463–485.

379. Brown, G., Pierce, J. L., & Crossley, C. (2014). Toward an understanding of the development of ownership feelings. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 318–338.

380. Brown, G., & Robinson, S.L. (2011). Reactions to territorial infringement. *Organization Science,* 22(1), 210–224. doi: 10.1287/orsc.1090.0507.

381. Brylka, A., Mähönen, T.A., & Jasinskaja-Lahti, I. (2015). National identification and intergroup attitudes among members of the national majority and immigrants: preliminary evidence for the mediational role of psychological ownership of a country. *Journal of Social and Political Psychology*, *3*(1), 24–45.

382. Brunera, J., Calegarib, F., & Handfield, T. (2020). The evolution of the endowment effect. *Evolution and Human Behavior*, 41 (1), 87–95. doi: 10.1016/j.evolhumbehav.2019.10.004.

278. Соколинский, В.М. (1999). *Психологические основы экономики*. М.: ЮНИТИ.

279. Соколинский, В.М. (2000). Проблемы финансовой психологии. *Труды 1-й Всероссийской научно-практической конференции РПО по экономической психологии*. Москва — Калуга: Институт психологии РАН, КФ МГЭИ, 2, 44–50.

280. Соколинский, В.М. (1998). Экономическая психология. *Российский экономический журнал,* 8, 100–107.

281. Соложенкин, В.В., Шинин, В.А., Сирота, Н.А., & Иваненко, В.В. (1981). Факторы социальной регуляции поведения и параметры пространственно-предметной среды, опосредующие территориальное поведение подростков. В Т. Нийт, М. Хейдметс, Ю. Круусвалл (Ред.). *Человек и среда: психологические проблемы*. (с. 115–121). Таллин.

282. Сорокин, Д.Е. Отношения собственности в системе социально-экономического неравенства (методологическая база). Доклад на конференции. Восстановлено с http://www.gorby.ru/activity/conference/show_562/view_24831/.

283. Спасенников, В.В. (2003). *Экономическая психология*. М.: ПЕР СЭ.

284. Спиноза, Б. (1999). *Сочинения*. В 2-х томах. СПб: Наука.

285. Сухарев, О.С. (2013). Психологические факторы в анализе инновационного поведения и экономического развития. *Экономический анализ: теория и практика*,11 (314), 2–11.

286. Суший, О.В. (2012). *Психосоціальна культура державного управління*. Київ: Світогляд.

287. Талер, Р. (2018). *Поведінкова економіка. Як емоції впливають на економічні рішення*. Київ: Наш формат.

288. Тамм, С. (2010). *Собственность*. Челябинск: Социум.

289. Тапилина, В.С. (1997). Представления о причинах бедности и багатства. *Социологический журнал,* 3, 124–130.

290. Тарасенко, В.І. (1993). *Соціологія споживання: методологічні проблеми*. К.

291. Татенко, В.О. (2019). Колективний досвід як соціально-психологічний феномен і чинник переходу на вищий рівень націєтворчої діяльності. *Психологічні науки: здобутки та перспективи*, (1–2)13–14, 320–339.

292. Татенко, В.О. (2013). *Психологія інтимного життя.* Кіровоград: Імекс-ЛТД.

293. Тернопільська, В.І. (2004). Відповідальність особистості: гуманітарний аспект. *Вісник Житомирського державного університету ім. І. Франка*, 14, 47–50.

294. Тиллих, П. (1995). *Мужество быть*. Избранное. М.

295. Титаренко, Т.М., Кочубейник, О.М., & Черемних, К.О. (2014). *Психологічні практики конструювання життя в умовах постмодерної соціальності.* К.: Міленіум.

296. Титаренко, Т.М., Климчук, В.О., Лазоренко, Б.П., Ларіна, Т.О., Мирончак, К.В., Кляпець, О.Я., ... & Савінов, В.В. (2016). *Психологія життєтворення особистості в сучасному світі.* Київ: Міленіум.

297. Титаренко, Т. (2014). Нариси до соціально-психологічної теорії особистісного життєконструювання. *Психологічні науки: проблеми і здобутки*, Вип. 5, 172–186.

298. Титаренко, Т.М. (2020). *Посттравматичне життєтворення: способи досягнення психологічного благополуччя.* Кропивницький: Імекс-ЛТД.

299. Титаренко, Т.М. (2012). Соціально-психологічні практики життєконструювання: абрис концептуальної моделі. *Наукові студії із соціальної та політичної психології,* 30(33), 149–157.

300. Титаренко, Т.М. (2018). Способи підвищення психологічного благополуччя особистості, що пережила травму. *Психологія: теорія і практика*, (1), 112–119.

301. Троицкая, И.В. (2008). Отношение человека к экономическим реалиям и их связь с психическим состоянием. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология*, (2), 330–338.

302. Туркова, Д.М. (2020). Метафоричні асоціативні карти як візуально-наративний стимул для психолінгвістичного аналізу діалогу з тілесним Я. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Психологічні науки*, 3, 63–71. doi: 10.32999/ksu2312-3206/2020-3-8.

303. Тхостов, А.Ш. (2002). *Психология телесности*. М.: Смысл.

304. Урсуленко, О.Б. (2020). Міська ідентичність як чинник психологічного благополуччя студентської молоді. *Науковий*

358. Arizono, N., Ohmura, Y., Yano, S., & Kondo, T. (2016). Functional connectivity analysis of NIRS data under rubber hand illusion to find a biomarker of sense of ownership. *Neural plasticity*, 5, 1–9. doi: 10.1155/2016/6726238.

359. Asatryan, V.S. (2006). *Psychological ownership theory: An application for the restaurant industry*. (PhD thesis). Iowa State University. Ames.

360. Asatryan, V.S., & Oh, H. (2008). Psychological ownership theory: An exploratory application in the restaurant industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *32*(3), 363–386.

361. Ataria, Y. (2015). Sense of ownership and sense of agency during trauma. *Phenomenology and the Cognitive Sciences*, 14(1), 199–212.

362. Avey, J.B., Avolio, B.J., Crossley, C.D., & Luthans, F. (2009). Psychological ownership: Theoretical extensions, measurement and relation to work outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 173–191.

363. Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

364. Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control.* New York, NY: Freeman.

365. Beaglehole, E. (1931/2015). *Property: A Study in Social Psychology.* Oxford, England: Macmillan; London. Psychology Press.

366. Beggan, J.K., & Brown, E.M. (1994). Association as a psychological justification for ownership. *The Journal of psychology*, *128*(4), 365–380.

367. Beggan, J.K. (1992). On the social nature of nonsocial perception: The mere ownership effect. *Journal of personality and social psychology*, 62(2), 229–237.

368. Bettelheim, B. (1969). *The Children of the Dream,* New York, McMillan.

369. Belk, R.W. (1988). Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*, 15, 139–168.

370. Bermúdez, J.L. (2019). Bodily ownership, psychological ownership, and psychopathology. *Review of Philosophy and Psychology*, 10, 263–280. doi: 10.1007/s13164-018-0406-3.

345. Шмідт, Е., & Коен, Дж. (2015). *Новий цифровий світ. Як технології змінюють державу, бізнес і наше життя*. Львів: Літопис.

346. Шугальский, С.С. (2012). Социальные практики: интерпретация понятия. *Научный потенциал: работы молодых ученых*, 2, 276–280.

347. Щюц, А. (2003). *Смысловая структура повседневного мира: Очерки по феноменологической социологии*. М.: Институт Фонда «Общественное мнение».

348. Юнг, К.-Г. (1991). *Подход к бессознательному. Архетип и символ*. М.: Ренессанс.

349. Яковицька, Л.С. (2012). Самореалізація особистості і система гуманістичних цінностей в духовній спадщині Г.І. Челпанова. *Университетская наука-2012*. Тезисы докладов международной научно-технической конфенерненерции. (с. 197–200). Мариуполь.

350. Яремчук, С. (2017). Соціальні практики як чинники функціонування соціальних інститутів. *Релігія та соціум*, 1 (25), 57–62.

351. Adler, J., Csikszentmihalyi, M., & Rochberg-Halton, E. (1983). *The Meaning of Things: Domestic Symbols and the Self. Contemporary Sociology,* 12(4), 452. doi: 10.2307/2067526.

352. Agu, S.A., & Nwankwo, B.E. (2019). The role of psychological wellbeing and emotional intelligence in maintaining healthy interpersonal relationship. *Nigerian Journal of Social Psychology*, *2*(1).

353. Ahuvia, A., Garg, N., Batra, R., & McFerran, B. (2018). Pride of ownership: an identity based model. *Journal of the Association for Consumer Research,* 3(2), 1–13.

354. Allport, G.W. (1955). *Becoming: Basic considerations for a psychology of personality*. New Haven: Yale University Press.

355. Altman, I. (1975). *The environment and social behavior: Privacy, personal space, territory and crowding*. Monterey, CA: Brooks/Cole Publishing.

356. Ardrey, R. (1966). *The territorial imperative*. N.Y.

357. Ariely, D., Gneezy, U., & Haruvy, E. (2018). Social norms and the price of zero. *Journal of Consumer Psychology*, 28 (2), 180–191. doi: 10.1002/jcpy.1018.

вісник Херсонського державного університету. Серія. Психологічні науки, 1, 160–167.

305. Фабрічева, М. (2014). *Метафоричні карти, як можливість читати несвідоме*. К.: Центр ресурсного розвитку «М-Арт».

306. Фальковська, Л.М. (2011). Справедливість як предмет соціально-психологічного дослідження. *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*, (11), 290–299.

307. Фенько, А.Б. (2000). Дети и деньги: особенности экономической социализации. *Вопросы психологии*, 2, 94–101.

308. Фенько, А.Б. (2005). *Люди и деньги: Очерки психологии потребления*. М.: Независимая фирма «Класс».

309. Фернам, А., & Аргайл, М. (2005). *Деньги. Психология денег и финансового поведения*. СПб.: Прайм-Еврознак.

310. Фетискин, Н.П. (2002). Социально-психологическая диагностика развития личности и малых групп. М: Изд-во Института Психотерапии.

311. Филиппова, Е.И. (2010). *Территории коллективной идентичности в современном французском дискурсе*. (Автореф. дис. доктора истор. н.). Институт этнологии и антропологии имени Н.Н. Миклухо-Маклая РАН, М.

312. Франк, С.Л. (1992). *Духовные основы общества*. М.: Республика

313. Франк, С.Л. (1993). *Собственность и социализм. Русская философия собственности (XVII-XX)*. СПб.: СП «Ганза».

314. Франкл, В. (2018). *Людина в пошуках справжнього сенсу. Психолог у коцтаборі*. Харків.

315. Фрейд, З. (2013). *Психология масс и анализ человеческого «Я»*. М.: Азбука-классика.

316. Фрейд, З. (2006). *«Я» и «Оно»*. М.: Антология мысли.

317. Фромм, Э. (2019). *Втеча від свободи*. Х.: Книжковий клуб «Клуб сімейного дозвілля».

318. Фромм, Э. (2012). *Иметь или быть*. М.: АСТ.

319. Фукуяма, Ф. (2020). *Ідентичність. Потреба в гідності й політика скривдженості*. Київ: Наш Формат.

320. Хазратова, Н.В. (2020). Гендерні і вікові особливості фрустраційних реакцій на порушення приватності. *Наукові*

студії із соціальної та політичної психології, 46 (49), 124–130. doi: 10.33120/ssj.vi46(49).161.

321. Хазратова, Н.В., Гнатко, О.-К.М., Олійник, А.В. (2021). Депривація приватності в умовах карантинних обмежень. *Наукові студії із соціальної та політичної психології*, 47(50), 67–77.

322. Хазратова, Н.В. (2018 а). Діагностика громадянської ідентичності: пошук інструментів вимірювання. *Психологічні науки: проблеми і здобутки*, 2 (12), 264–278.

323. Хазратова, Н.В., Луценко, М.Ю. (2011). Потреба у власності як соціально-психологічний феномен. *Психологія особистості*, Вип.3, 113–121.

324. Хазратова, Н. (2010). Почуття власності і проблема порушень приватності у повсякденному житті. *Психологія особистості,* 1, 124–131.

325. Хазратова, Н.В. (2018 б). Психологічні реакції особистості на порушення приватності. *Modern scientific researches*, 6, 3, 11–19. doi: 10.30889/2523-4692.2018-06-03-080.

326. Хазратова, Н.В. (2004). *Психологія відносин особистості й держави*. Луцьк.

327. Хазратова, Н. (2009). Психологічна природа почуття власності. *Соціальна психологія*, 5, 103–110.

328. Хайек, Ф.А. (1996). *Частные деньги*. М.: Институт национальной модели экономики.

329. Хащенко, В.А. (2004). Экономическая идентичность личности: психологические детерминанты формирования. *Психологический журнал,* 25, 5, 32–49.

330. Хащенко, В.А. (2011). Субъективное экономическое благополучие и его измерение: построение опросника и его валидизация. *Экспериментальная психология*, 4 (1), 106–127.

331. Хейдметс, М. (1981). Средовые компоненты человеческого «Я» — проблема для психологии и архитектуры. В Т. Нийт, М. Хейдметс, Ю. Круусвалл (Ред.), *Человек и среда: психологические проблемы.* (с. 120–121). Таллин.

332. Хейдметс, М. (1983). Субъект, среда и граница между ними. В Т. Нийт, М. Хейдметс, Ю. Круусвалл (Ред.), *Психология и архитектура*. (с. 61–63). Таллин.

333. Хейдметс, М. (1988). Феномен персонализации среды: теоретический анализ. В Х. Миккин (Ред.), *Средовые условия групповой деятельности*. (с. 7–15). Таллин.

334. Хейдметс, М. (1985). Человеческое начало в средообразовании. В Т. Нийт, М. Хейдметс, Ю. Круусвалл (Ред.), *Социально-психологические основы средообразования.* (с. 77–79). Таллин.

335. Хейне, П. (1991). *Экономический образ мышления*. М.: Дело.

336. Циганенко, Г.В. (2012). Довіра в просторі особистості та групової взаємодії: розуміння, тенденції дослідження. *Наукові студії із соціальної та політичної психології,* 30(33), 139–148.

337. Черевко, Ю.О. (2010). Альтернативні моделі споживання та їх прояви в споживчих практиках української молоді. *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*, 16, 387–391.

338. Чернобровкіна, В. (2012). *Психологія особистісної свободи.* Луганськ: Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка».

339. Чиханцова, О.А. (2020). Життєстійкість як психологічний ресурс адаптації особистості. *Інсайт: психологічні виміри суспільства*, 4, 11–28. doi: 10.32999/2663-970X/2020-4-1.

340. Чорна, Л.Г. (2012). Ідентичність особи: від групи до індивідуальності (методологічний аналіз). *Проблеми політичної психології та її роль у становленні громадянина Української держави*, 13, 108–118.

341. Шевчук, Д. (2015). Як наше «Я» вплітається у мережі соціального простору. *Філософія освіти*, 1 (16), 242–250.

342. Шибанова, Е.С., & Хащенко, В.А. (2002). Представления о богатом и бедном человеке в различных социально-экономических группах. *Современная психология: Состояние и перспективы исследований*. Ч. 2. М.: Изд-во «Ин-т психол. РАН». 332–345.

343. Шконда, І.О. (2015). Теоретичні підходи до соціологічних досліджень практик споживання. *Соціологічні студії,* 1(6), 34–39.

344. Шмарова, Н. (2020). Економічна депривація як негативний чинник психогенези особистості: теоретичний ракурс проблеми. *Психологія: реальність і перспективи. Збірник наукових праць РДГУ*, 14, 244–250.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	5 СЗ і СА	59	3,00	1,050	,137	2,73	3,27	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,17	,618	,104	2,96	3,38	2	4
	7 З і СА	79	3,33	1,047	,118	3,09	3,56	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,46	,905	,177	2,10	2,83	1	4
	9 СЗ і А	67	3,40	,854	,104	3,19	3,61	2	5
	Разом	629	3,24	1,113	,044	3,16	3,33	1	5
задоволен-ня_відраза	1 НЗ і НА	49	2,86	,677	,097	2,66	3,05	2	5
	2 НЗ і А	38	2,29	1,228	,199	1,89	2,69	1	5
	3 З і НА	27	3,22	1,121	,216	2,78	3,67	1	5
	4 З і А	249	3,88	1,149	,073	3,74	4,03	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,34	1,308	,170	3,00	3,68	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,37	1,140	,193	2,98	3,76	1	5
	7 З і СА	79	3,58	,942	,106	3,37	3,79	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,42	,643	,126	2,16	2,68	1	3
	9 СЗ і А	67	3,75	1,005	,123	3,50	3,99	1	5
	Разом	629	3,49	1,183	,047	3,39	3,58	1	5
повагуЛюбов-До_Зневага	1 НЗ і НА	49	2,96	1,020	,146	2,67	3,25	1	5
	2 НЗ і А	38	2,76	1,344	,218	2,32	3,21	1	5
	3 З і НА	27	3,37	1,334	,257	2,84	3,90	1	5
	4 З і А	249	3,87	1,074	,068	3,74	4,01	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,29	1,099	,143	3,00	3,57	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,66	,968	,164	2,32	2,99	1	4
	7 З і СА	79	3,75	,980	,110	3,53	3,97	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,81	,694	,136	2,53	3,09	2	4
	9 СЗ і А	67	3,69	1,090	,133	3,42	3,95	1	5
	Разом	629	3,51	1,152	,046	3,42	3,60	1	5
злістьАГре-сія_позитив-нийНастрій	1 НЗ і НА	49	3,04	1,020	,146	2,75	3,33	1	5
	2 НЗ і А	38	2,63	1,101	,179	2,27	2,99	1	5
	3 З і НА	27	3,19	1,570	,302	2,56	3,81	1	5
	4 З і А	249	3,69	1,077	,068	3,55	3,82	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,27	1,157	,151	2,97	3,57	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,26	,611	,103	3,05	3,47	2	4
	7 З і СА	79	3,57	,943	,106	3,36	3,78	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,73	,827	,162	2,40	3,06	1	4

502. Pietrabissa, G., & Simpson, S.G. (2020). Psychological consequences of social isolation during COVID-19 outbreak. *Frontiers in Psychology*, 11(2201), 1–4. doi: 10.3389/fpsyg.2020.02201.

503. Pinto, H., Pimentel, C., & Cunha, M. (2016). Implications of total productive maintenance in psychological sense of ownership. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 217, 1076–1082.

504. Poretski, L., Arazy, O., Lanin, J., & Nov, O. (2021). Who owns rhat? Psychological ownership in shared augmented reality. *International Journal of Human-Computer Studies*, 150. doi: 10.1016/j.ijhcs.2021.102611.

505. Prentice, D.A. (1987). Psychological correspondence of possessions, attitudes and values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53, 993–1003.

506. Preston, S.D., & Gelman, S.A. (2020). This land is my land: Psychological ownership increases willingness to protect the natural world more than legal ownership. *Journal of Environmental Psychology*, 70, 101443. doi: 10.1016/j.jenvp.2020.101443.

507. Preston, S.D., Muroff, J.R., & Wengrovitz, S.M. (2009). Investigating the mechanisms of hoarding from an experimental perspective. *Depression and Anxiety*, 26, 425–437. doi: 10.1002/da.20417.

508. Rachlinski, J.J., & Jourden, F. (1998). *Remedies and the Psychology of Ownership*. Cornell Law Faculty Publications.

509. Reb, J., Connolly, T. (2007). Possession, feelings of ownership and the endowment effect. *Judgment and Decision Making*, 2(2), 107–114.

510. Reckwitz, A. (2002). Toward a theory of social practices: a development in culturalist theorizing. *European Journal of Social Theory*, 5(2), 243–263. doi: 10.1177/13684310222225432.

511. Richardson, L. (1991). Postmodern Social Theory: Representational Practices. *Sociological Theory*, 9, 2, 173–179.

512. Richins, M.L. (1994). Valuing things: The public and private meanings of possessions. *Journal of consumer research*, 21(3), 504–521.

513. Rizzo, M.T., & Killen, M. (2016). Children's understanding of equity in the context of inequality. *British Journal of Developmental Psychology*, 34(4), 569–581.

514. Rochat, P. (2014). *Origins of possession: Owning and sharing in development*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.

515. Ross, H., Friedman, O., & Field, A. (2015). Toddlers assert and acknowledge ownership rights. *Social Development*, 24, 341–356. doi: 10.1111/sode.12101.

516. Rossano, F., Fiedler, L. & Tomasello, M. (2015). Preschoolers' understanding of the role of communication and cooperation in establishing property rights. *Developmental Psychology*, 51 (2), 176–184. doi: 10.1037/a0038493.

517. Rudmin, F. W. (1994). Gender differences in the semantic of ownership: A quantitative phenomenological survey study. *Journal of Economic Psychology,* 15, 487–510.

518. Rudmin, F. (1986). Psychology of ownership, possesion, and property: a selected Bibliography Science 1890, *Psychological Reports,* 58 (1986), 859–869.

519. Rudmin, F.W. (1991). «To own is to be perceived to own»: a social cognitive look at the ownership of property. *To have possessions: a handbook on ownership and property. Journal of Social Behavior and Personality,* 6(6), 85–104.

520. Ryff, C.D. (2008). *Scales of psychological well-being.* University of Wisconsin, Institute on Aging: Obtained from Carol Ryff.

521. Sandel, M.J. (2012). *What money can't buy: The moral limits of markets*. London, UK: Allen Lane.

522. Scafidi, S. (2005). *Who owns culture: Appropriation and authenticity in American law*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press.

523. Schwartz, B. (1968). The social psychology of privacy. *American Journal of Sociology*, 73, 741–752.

524. Schwarz, N. (2012). Feelings-as-information theory. In P.A.M. Van Lange, A.W. Kruglanski, & E.T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*. (pp. 289–308). Thousand Oaks, CA: Sage Publications Ltd.

525. Schwarz, N., & Bohner, G. (1996). Feelings and their motivational implications: Moods and the action sequence. In P. Gollwitzer, & J.A. Bargh (Eds.), *The psychology of action: Linking cognition and motivation to behavior.* (pp. 119–145). New York: Guilford.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
бажанняМати_відсутністьБажання	1 НЗ і НА	49	2,18	1,131	,162	1,86	2,51	1	5
	2 НЗ і А	38	2,66	1,021	,166	2,32	2,99	1	4
	3 З і НА	27	3,07	,730	,140	2,79	3,36	2	4
	4 З і А	249	3,82	1,280	,081	3,66	3,98	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,29	1,160	,151	2,99	3,59	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,46	,980	,166	2,12	2,79	1	5
	7 З і СА	79	3,44	1,047	,118	3,21	3,68	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,81	1,021	,200	2,40	3,22	1	4
	9 СЗ і А	67	3,39	1,029	,126	3,14	3,64	1	5
	Разом	629	3,33	1,256	,050	3,23	3,43	1	5
СтрахТривога_спокій	1 НЗ і НА	49	2,98	1,377	,197	2,58	3,38	1	5
	2 НЗ і А	38	2,89	1,158	,188	2,51	3,28	1	5
	3 З і НА	27	3,00	1,209	,233	2,52	3,48	1	5
	4 З і А	249	3,72	1,247	,079	3,57	3,88	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,17	,950	,124	2,92	3,42	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,77	1,114	,188	2,39	3,15	1	5
	7 З і СА	79	3,73	1,022	,115	3,51	3,96	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,46	,905	,177	2,10	2,83	1	4
	9 СЗ і А	67	3,72	1,112	,136	3,45	3,99	2	5
	Разом	629	3,43	1,227	,049	3,33	3,52	1	5
безпека_небезпека	1 НЗ і НА	49	2,86	1,258	,180	2,50	3,22	1	5
	2 НЗ і А	38	2,74	,760	,123	2,49	2,99	1	4
	3 З і НА	27	3,11	1,155	,222	2,65	3,57	2	5
	4 З і А	249	3,95	1,195	,076	3,80	4,10	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,47	1,135	,148	3,18	3,77	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,97	,707	,119	2,73	3,21	2	4
	7 З і СА	79	3,91	1,040	,117	3,68	4,14	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,65	,629	,123	2,40	2,91	1	3
	9 СЗ і А	67	3,67	1,050	,128	3,42	3,93	2	5
	Разом	629	3,57	1,185	,047	3,47	3,66	1	5
гордість_сором	1 НЗ і НА	49	2,73	1,095	,156	2,42	3,05	1	5
	2 НЗ і А	38	2,50	1,247	,202	2,09	2,91	1	5
	3 З і НА	27	2,81	1,001	,193	2,42	3,21	1	4
	4 З і А	249	3,59	1,130	,072	3,45	3,73	1	5

Додаток Ж
Результати однофакторного дисперсійного аналізу ANOVA — Підгрупа «Норма»

Описові статистики									
		N	Середнє	Стд. відхилення	Стд. помилка	95% дов. інтервал для середнього		Мінімум	Максимум
						Нижня межа	Верхня межа		
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
відповідальність_безвідповідальність	1 НЗ і НА	49	2,55	1,001	,143	2,26	2,84	1	5
	2 НЗ і А	38	2,61	,916	,149	2,30	2,91	1	5
	3 З і НА	27	3,26	1,430	,275	2,69	3,83	1	5
	4 З і А	249	4,13	1,060	,067	4,00	4,26	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,05	1,265	,165	2,72	3,38	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,29	1,045	,177	2,93	3,64	2	5
	7 З і СА	79	3,49	1,186	,133	3,23	3,76	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,50	,648	,127	2,24	2,76	1	3
	9 СЗ і А	67	3,55	1,049	,128	3,30	3,81	1	5
	Разом	629	3,52	1,229	,049	3,43	3,62	1	5
радість_сум	1 НЗ і НА	49	3,10	1,503	,215	2,67	3,53	1	5
	2 НЗ і А	38	2,63	,942	,153	2,32	2,94	1	4
	3 З і НА	27	3,37	1,471	,283	2,79	3,95	1	5
	4 З і А	249	3,84	1,145	,073	3,70	3,99	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,22	1,115	,145	2,93	3,51	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,11	,758	,128	2,85	3,37	2	5
	7 З і СА	79	3,57	1,009	,113	3,34	3,80	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,81	,801	,157	2,48	3,13	1	4
	9 СЗ і А	67	3,90	1,116	,136	3,62	4,17	1	5
	Разом	629	3,52	1,191	,047	3,43	3,61	1	5

526. Seferin, M., & Van Der Linden, J. (2012). You are what you wear: symbolic relationships between products and identities. *Proceedings of 8th International Design and Emotion Conference*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/287833039_You_are_what_you_wear_Symbolic_relationships_between_products_and_identities.

527. Seo, B.G., & Park, D.H. (2020). The effective type of information categorization in online curation service depending on psychological ownership. *Sustainability*, 12(8), 3321. doi: 10.3390/su12083321.

528. Shebanova, V. (2020). Metaphoric associative cards in the work of a psychologist. *Проблеми сучасної психології,* 50, 289–307. doi: 10.32626/2227-6246.2020-50.289-307.

529. Shu, S.B., & Peck, J. (2011). Psychological ownership and affective reaction: Emotional attachment process variables and the endowment effect. *Journal of Consumer Psychology*, 21(4), 439–452.

530. Shukla, A., & Singh, S. (2015). Psychological ownership: scale development and validation in the Indian context. *International Journal of Indian Culture and Business Management,* 10, 2, 230–251. doi: 10.1504/IJICBM.2015.068172.

531. Simmel, A. (1971). Privacy is not an isolated freedom. In J. Pennock, J. Chapman (Eds.), *Privacy*. NY.

532. Simitis, S. (1987). Reviewing privacy in an information society. *University of Pennsylvania Law Review,* 135 (3), 707–746.

533. Sinclair, G., & Tinson, J. (2017). Psychological ownership and music streaming consumption. *Journal of Business Research*, 71, 1–9.

534. Smith, L. (2010). *Psychology, poverty, and the end of social exclusion: putting our practice to work*. NY and London: Teachers College, Columbia University.

535. Smith, V. (1991). Rational choice: the contrast between economics and psychology. *Journal of Political Economy*, 99(4). 877–897.

536. Soederberg, S. (2009). *Corporate power and ownership in contemporary capitalism: The politics of resistance and domination*. N.Y.: Routledge.

537. Solomon, M., Bamossy, G., Askegaard S., & Hogg, M. (2010). *Consumer Behavior. A European Perspective*. Person education.

538. Sommer, R. (1959). Studies in personal space. *Sociometry*, 22, 247–260.

539. Spiro, M.E. (1958). *Children of the Kibbutz*. Cambridge.

540. Stea, D. (1965). Territoriality, the interior aspect: Space, territory, and human movements. *Landscape*, 13–17.

541. Steketee, G., & Frost, R.O. (2003). Compulsive hoarding: Current status of the research. *Clinical Psychology Review*, 23, 905–927. doi: 10.1016/j.cpr.2003.08.002.

542. Tajfel, H. (2010). Social identity and intergroup relations. Cambridge: Cambridge University Press.

543. Taras, V., Sarala, R., Muchinsky, P., Kemmelmeier, M., Singelis, T.M., Avsec, A., ... & Sinclair, H.C. (2013). Opposite ends of the same stick? Multi-method test of the dimensionality of individualism and collectivism. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 45(2), 213–245. doi: 10.1177/0022022113509132.

544. Thai, M., Sheeran, N., & Cummings, D.J. (2019). We're all in this together: The impact of Facebook groups on social connectedness and other outcomes in higher education. *The Internet and Higher Education,* 40, 44–49.

545. Toft, M.D. (2014). Territory and war. *Journal of Peace Research*, *51*, 185–198. doi: 10.1177/0022343313515695.

546. Triandis, H. (1995). *Individualism & Collectivism*. Boulder: Westview Press.

547. Trigg, R. (2001). *Understanding social science: a philosophical introduction to the social sciences*. Wiley-Blackwell.

548. Trigilia, C. (2002). *Economic Sociology: State, Market and Society in Modern Capitalism*. Blackwell Publishers.

549. Tsakiris, M. (2011). The sense of body ownership. In S. Gallagher (Eds.), *The Oxford Handbook of the Self*. Oxford: Oxford University Press.

550. Tummolini, L., Scorolli, C., & Borghi, A.M. (2013). Disentangling the sense of ownership from the sense of fairness. *Behavioral and Brain Sciences*, 36(1), 101–102. doi: 10.1017/S0140525X1200088X.

1	2	3
		наступну зустріч. Ви розумієте, що план на день може рухнути і ви не будете контролювати свій час.
	Віртуальний простір	
Ви маєте свій особистий віртуальний простір (наприклад, аккаунт, групу чи сторінку в соціальних мережах). Ви дбаєте про його наповнення, пишете цікаві для вас матеріали, виставляєте важливі для вас фото і відеоматеріали.	Уявіть, що ви б хотіли створити свій унікальний віртуальний простір (наприклад, аккаунт, групу чи сторінку в соціальних мережах). Зробити його впізнаваним, цікавим, яскравим. Можливо вести власний блог чи канал.	Уявіть, що хтось втрутився у ваш персональний віртуальний простір (наприклад, аккаунт, групу чи сторінку в соціальних мережах). Наприклад сторінка була зламана, хтось пише без дозволу на вашій сторінці неприємні речі, поширює без збереження авторства ваші власні матеріали і т.д.
	Організаційна сфера	
У вас є своє робоче місце (місце для навчання) у вашій організації, компанії. Ви цінуєте і любите свою роботу, робоче місце, колег.	Уявіть, що ви б хотіли знайти цікаву роботу в хорошій компанії, зі зручним графіком і доброю заробітною платою.	Уявіть, що хтось хоче нечесним шляхом зайняти ваше робоче місце або ліквідувати його
	Громадянська сфера	
Ви любите, цінуєте і поважаєте свою державу. Ви є слухняним громадянином, оплачуєте податки і дотримуєтеся букви закону.	Уявіть, що ви б хотіли більше дізнатися про історію і культуру своєї держави, вивчити її закони і мову, бути слухняним громадянином і сприяти збереженню її цілісності	Уявіть, що хтось втрутився на територію вашої держави, порушує її закони. Ви можете втратити свою державу

1	2	3
	Матеріальні речі	
Ви маєте улюблену, важливу для вас річ. Ви дбаєте про неї, зберігаєте її	Уявіть, що ви дуже хочете мати (купити, отримати в подарунок) якусь важливу, цінну і привабливу для вас річ	Уявіть, що хтось без дозволу взяв вашу улюблену, дорогу для вас річ і можливо навіть зіпсував її
	Соціальні контакти	
У вас є важливі для вас соціальні стосунки (з друзями, рідними, коханою людиною), ви проводите час разом, спілкуєтеся. Ці стосунки приносять вам задоволення.	Уявіть, що ви б хотіли познайомитися і налагодити стосунки з якоюсь важливою, цікавою для вас людиною, підтримувати і розвивати їх	Уявіть, що хтось втрутився у ваші стосунки з важливою для вас людиною. Можливо навіть ці стосунки погіршилися чи були зіпсовані.
	Ідеї, цінності, думки	
У вас є свої творчі ідеї, думки. Або ви створюєте якийсь творчий продукт (наприклад, малюєте картини, пишете вірші, записуєте цікаві відео, вигадали новий рецепт...) і це дуже важливо для вас	Уявіть, що ви б хотіли навчитися робити якісь творчі речі (наприклад, малювати картини, писати вірші, записувати цікаві відео, вигадувати нові рецепти...), оформлювати свої думки і цікаві тексти.	Уявіть, що хтось без дозволу і збереження авторського права поширює ваші думки, ідеї чи творчі продукти (наприклад, фото, відео, пости, вірші...)
	Часовий режим	
Ви плануєте свій час, знаєте свій розклад щонайменше на день.	Уявіть, що ви б хотіли бути більш пунктуальними, планувати свій день, тиждень і чітко дотримуватися плану, економлячи свій час	Уявіть, що ви спланували свій день і кожна хвилина для вас важлива, але ваш знайомий спізнився і ви зустрілися пізніше. Через це вам довелося перенести

551. Turk, D.J., van Bussel, K., Waiter, G., & Macrae, C.N. (2011). Mine and me: exploring the neural basis of object ownership. *Journal of Cognitive Neuroscience*, 23(11), 3657–3668. doi: 10.1162/jocn_a_00042.

552. Turner, J.C., Hogg, M.A., Oakes, P.J., Reicher, S.D., & Wetherell, M. (1987). *Rediscovering the social group: A selfcategorization theory*. Oxford, UK: Blackwell.

553. Turner, J.H., & Stets, J.E. (2005). *The Sociology of Emotions*. Cambridge University Press.

554. Valentino, L. (2011). *Branch campus administrators: ownership and control*. University of Florida.

555. Vandewalle, D., Van Dyne, L., & Kostova, T. (1995). Psychological ownership: An empirical examination of its consequences. *Group and Organization Management*, 20(2), 210–226.

556. Van Dyne, L., & Pierce, J.L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: Three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior,* 25(4), 439–459. doi: 10.1002/job.249.

557. Verkuyten, M., & Martinovic, B. (2017). Collective psychological ownership and intergroup relations. *Perspectives on Psychological Sciences*, 12(6), 1021–1039. doi: 10.1177/1745691617706514.

558. Vignoles, V.L. (2011). Identity motives. In K. Luycke, S.J. Schwartz, & V.L. Vignoles (Eds.), *Handbook of identity theory and research* (pp. 403–432). New York, NY: Springer.

559. Waltemate, T., Gall, D., Roth, D., Botsch, M., & Latoschik, M.E. (2018). The Impact of Avatar Personalization and Immersion on Virtual Body Ownership, Presence, and Emotional Response. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*. 24 (4), 1643–1652. doi: 10.1109/TVCG.2018.2794629.

560. Warren, C., & Campbell, M. (2014). What Makes Things Cool? How Autonomy Influences Perceived Coolness. *Journal of Consumer Research*, 41 (2), 543–563. doi: 10.1086/676680.

561. Weiss, L., & Johar, G.V. (2013). Egocentric categorization and product judgment: seeing your traits in what you own

(and their opposite in what you don't). *Journal of Consumer Research*, 40, 185–201. doi: 10.1086/669330.

562. Westin, A.F. (Eds.). (1967). *Privacy and freedom*. New York: Athenum.

563. Wolfe, M. (1978). *Childhood and Privacy*. Eds. I. Altman, J. Wohlwill. NY.-London, 175–255.

564. Ye, Y., & Gawronski, B. (2016). When possessions become part of the self: Ownership and implicit self-object linking. *Journal of Experimental Social Psychology*, 64, 72–87. doi: 10.1016/j.jesp.2016.01.012.

565. Yeung, V.W.L., Chan, C.P.Y., Yau, E.K., Lok, W.K., Lun, V.M.C., & Chan, E. (2020). I own therefore I can: Efficacy-based mere ownership effect. *Journal of Experimental Social Psychology*, 90. doi: 10.1016/j.jesp.2020.104005.

566. Zacher, H., & Rudolph, C.W. (2021). Individual differences and changes in subjective wellbeing during the early stages of the COVID-19 pandemic. *American Psychologist,* 76(1), 50–62. doi: 10.1037/amp0000702.

567. Zharikova, S.B. (2019). Psychological health in the context of economic behavior: theoretical review of the problem. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія Психологія,* 67, 57–63.

568. Zhu, H., Chen, Ch.C., Li, X., & Zhou, Y. (2013). From personal relationship to psychological ownership: the importance of manager-owner relationship closeness in family businesses. *Management and Organization,* 9(20), 295–318. doi: 10.1111/more.12001.

Додаток Е

Ситуації, що ілюструють типові соціальні практики, для верифікації типів реалізації почуття власності в соціальних практиках

Актуальний стан	Перспективний стан	Загроза втрати
1	2	3
	Тілесність	
Ви щоденно доглядаєте за своїм тілом, дотримуєтеся особистої гігієни, дбаєте про безпеку та здоров'я свого тіла	Уявіть, що ви хотіли б ретельніше доглядати за своїм тілом, наприклад частіше відвідувати салони краси чи зробити нову зачіску, займатися спортом для підтримки здорового тіла тощо	Уявіть, що у вашому місті вимкнули воду і ви вже довгий час не маєте змоги нормально доглядати за своїм тілом, регулярно дотримуватися гігієнічних процедур. Салони краси і спортзали закриті.
	Територіальність	
У вас є своя територія (кімната, квартира, закуточок), в якому ви все організували за своїм бажанням, прибираєте, доглядаєте за своєю територією	Уявіть, що ви б хотіли мати свою територію чи збільшити її розмір, покращити якість (власну кімнату чи квартиру, більший будинок (таку територію, якої у вас ще немає))	Уявіть, що хтось інший порушує ваш простір, постійно займаючи вашу територію (наприклад, хтось заходить в кімнату без дозволу)
	Фінансова сфера	
Ви заробляєте гроші, плануєте свої витрати і ведете бюджет	Уявіть, що ви хочете збільшити обсяг свої прибутків, заробляти більше, щоб мати більше грошей	Уявіть, що хтось поцупив ваші гроші з гаманця чи картки. Або на роботі вам не виплатили заробітну плату і вже не виплатять

1	2	3	4
16	Брак бажання вкладати зусилля, сили та енергію в те, щоб мати і створювати свої _____ *(об'єкт власності)*	**1 2 3 4 5**	Сильний прояв такого бажання
17	Я мало цікавлюся, прагну дізнатися про те, як формулювати, створювати власні _____ *(об'єкт власності)*	**1 2 3 4 5**	Я знаю, прагну дізнатися більше, як формулювати, створювати ____ *(об'єкт власності)*
18	Відчуження, дистанціювання від людей, які мають власні _____ *(об'єкт власності)*	**1 2 3 4 5**	Я відчуваю, що належу до людей, які мають власні _____ *(об'єкт власності)*
19	Слабке відчуття того, що мої _____ *(об'єкт власності)* належать мені (не мої)	**1 2 3 4 5**	Сильне відчуття того, що мої _____ *(об'єкт власності)* належать мені (мої)
20	Проблеми, пов'язані з моїми ____ *(об'єкт власності)*, як спільні з кимось проблеми, інші мають допомогти мені у їх вирішенні	**1 2 3 4 5**	Проблеми, пов'язані з моїми _____ *(об'єкт власності)*, як мої власні, особисті проблеми

ДОДАТКИ

Додаток А

Асоціативний експеримент «Власність»

Бланк опитування

1) «Назвіть 10–20 слів або словосполучень, які у вас асоціюються зі словом «власність» _____

_____

2) «Назвіть кілька прикладів того, що ви можете назвати своїм: Моє (мій, моя, мої)» _____

_____

3) «Назвіть кілька прикладів того, що ви можете назвати своїм: Наше (наш, наша, наші)» _____

_____

4) «Що для вас означає володіти чимось? З чого складається ваше почуття власності?» _____

_____

5) «Як ви відчуваєте, що щось належить саме вам?»

_____

_____

6) «Як ви відчуваєте різницю між тим, що належить виключно Вам (позначено словами «мій», «моя», «моє», «мої») і те, що належить ще комусь (позначено словами «наш», «наша», «наше», «наші»)?» _____

_____

7) «Наведіть приклади, коли ви фактично не володієте чимось, але до чого маєте певне почуття власності» _____

_____

_____

8) «Назвіть приклади, коли ви фактично володієте чимось, але маєте слабке почуття власності до цих об'єктів»_____

_____

9) «Що дає людині відчуття своєї власності?»

_____

_____

Вік _____ Стать: 1 — чол.; 2 — жін.

Місця проживання: 1 — село; 2 — селище; 3 — маленьке місто; 4 — велике місто.

Додаток Б

Семантичний диференціал «Власність»

Інструкція: Оцініть, яка з протилежних характеристик кожної пари, точніше описує ***«власність»*** і відмітьте цифру, яка відповідає мірі прояву цієї риси.

Добра	***1 2 3 4 5***	Зла, жорстока
Хороша	***1 2 3 4 5***	Погана
Красива	***1 2 3 4 5***	Потворна
Слабка	***1 2 3 4 5***	Сильна
Активна	***1 2 3 4 5***	Пасивна
Чоловіча	***1 2 3 4 5***	Жіноча
Вдала	***1 2 3 4 5***	Невдала
Стійка	***1 2 3 4 5***	Гнучка
Розумна	***1 2 3 4 5***	Дурна
Нова	***1 2 3 4 5***	Стара
Важлива	***1 2 3 4 5***	Неважлива
Захоплива	***1 2 3 4 5***	Нудна
Помилкова	***1 2 3 4 5***	Істина
Безбарвна	***1 2 3 4 5***	Барвиста
Звичайна	***1 2 3 4 5***	Незвичайна
Повільна	***1 2 3 4 5***	Швидка
Легка	***1 2 3 4 5***	Важка
Радісна	***1 2 3 4 5***	Сумна
Велика	***1 2 3 4 5***	Маленька
Темна	***1 2 3 4 5***	Світла
Приємна	***1 2 3 4 5***	Огидна
Гаряча	***1 2 3 4 5***	Холодна
Хаотична	***1 2 3 4 5***	Впорядкована
Проста	***1 2 3 4 5***	Складна
Розслаблена	***1 2 3 4 5***	Напружена
Рідна	***1 2 3 4 5***	Чужа
Дорога	***1 2 3 4 5***	Дешева
Викликає радість	***1 2 3 4 5***	Викликає сум
Позитивна	***1 2 3 4 5***	Негативна
Бажана	***1 2 3 4 5***	Небажана

Додаток Д

Семантичний диференціал для емпіричної верифікації типів реалізації почуття власності в соціальних практиках

1	2	3	4
1	Безвідповідальність	**1 2 3 4 5**	Відповідальність
2	Сум	**1 2 3 4 5**	Радість
3	Сором	**1 2 3 4 5**	Гордість
4	Брак бажання мати свій/свої ____ *(об'єкт власності залежно від ситуації)*	**1 2 3 4 5**	Сильне бажання мати свій/свої ____ *(об'єкт власності)*
5	Відразу до своїх ____ *(об'єкт власності)*	**1 2 3 4 5**	Задоволення ними
6	Страх,тривогу	**1 2 3 4 5**	Спокій
7	Зневагу, ненависть до свого/своїх ____ *(об'єкт власності)*	**1 2 3 4 5**	Повагу, любов до них
8	Злість, агресію	**1 2 3 4 5**	Позитивний настрій
9	Байдужість	**1 2 3 4 5**	Прихильність
10	Небезпеку	**1 2 3 4 5**	Безпеку
11	Дискомфорт	**1 2 3 4 5**	Комфорт
12	Бажання, потребу просити про допомогу інших	**1 2 3 4 5**	Сильне бажання, потребу створювати ____ *(об'єкт власності)* самостійно
13	Брак бажання продемонструвати іншими свої ____*(об'єкт власності)*	**1 2 3 4 5**	Сильне бажання продемонструвати іншим свої _____ *(об'єкт власності)*
14	Брак потреби заявити і відстояти своє право на власні ___ *(об'єкт власності)*	**1 2 3 4 5**	Сильну потребу заявляти і відстоювати своє право на власні _____ *(об'єкт власності)*
15	Брак бажання позначити, що це мої _____ *(об'єкт власності)*	**1 2 3 4 5**	Сильне бажання

1	2	3	4	5
10	Громадянська сфера	Сплата податків	5	0,706
		Прояв громадянської активності, волонтерство	4	
		Членство у громадських організаціях	2	
		Участь у справах місцевої громади	1	
		Переконування друзів, близьких, знайомих у правоті своїх громадянських поглядів	3	
		Застосування відповідної символіки	6	

Улюблена	***1 2 3 4 5***	Ненависна
Жива	***1 2 3 4 5***	Нежива
Чиста	***1 2 3 4 5***	Брудна
Світла	***1 2 3 4 5***	Темна
Потребує виконання обов'язків	***1 2 3 4 5***	Брак обов'язків
Дає можливості	***1 2 3 4 5***	Обмежує в можливостях
Впливова	***1 2 3 4 5***	Невпливова
Приносить добро	***1 2 3 4 5***	Приносить неприємності
Егоїстична, все собі в ущерб іншим	***1 2 3 4 5***	Альтруїстична, все іншим в ущерб собі
Марнотратна	***1 2 3 4 5***	Заощадлива
Значна	***1 2 3 4 5***	Незначна
Викликає цікавість	***1 2 3 4 5***	Викликає байдужість
Відповідальність	***1 2 3 4 5***	Безвідповідальність
Приватна	***1 2 3 4 5***	Державна
Індивідуальна	***1 2 3 4 5***	Колективна
Правдива	***1 2 3 4 5***	Неправдива
Безпринципова	***1 2 3 4 5***	Принципова
Новаторська	***1 2 3 4 5***	Консервативна
Стимулює досягнення	***1 2 3 4 5***	Стримує досягнення
Терпима	***1 2 3 4 5***	Нетерпима
Справедлива	***1 2 3 4 5***	Несправедлива
Дає свободу	***1 2 3 4 5***	Веде до залежності
Досяжна	***1 2 3 4 5***	Недосяжна
Комфортна	***1 2 3 4 5***	Некомфортна
Розваги	***1 2 3 4 5***	Праця
Влада	***1 2 3 4 5***	Безвладність
Контроль	***1 2 3 4 5***	Безконтрольність
Конфлікт	***1 2 3 4 5***	Порозуміння
Безпечна	***1 2 3 4 5***	Загрозлива
Матеріальна	***1 2 3 4 5***	Нематеріальна
Стимулює розвиток	***1 2 3 4 5***	Сприяє деградації
Для споживання	***1 2 3 4 5***	Для накопичення
Сприяє заощадженням	***1 2 3 4 5***	Спонукає витрати

Практична	*1 2 3 4 5*	Непрактична
Має майбутнє	*1 2 3 4 5*	Без майбутнього
Своя	*1 2 3 4 5*	Чужа
Прибуткова	*1 2 3 4 5*	Збиткова
Популярна	*1 2 3 4 5*	Непопулярна
Перспективна	*1 2 3 4 5*	Бесперспективна
Престижна	*1 2 3 4 5*	Непристижна
Зростаюча	*1 2 3 4 5*	Та, що зменшується
Сприяє розвитку	*1 2 3 4 5*	Веде до застою
Динамічна	*1 2 3 4 5*	Статична
Надійна	*1 2 3 4 5*	Ризикована, ненадійна
Ізольована	*1 2 3 4 5*	Відкрита
Залежна	*1 2 3 4 5*	Незалежна
Безпечна	*1 2 3 4 5*	Загрозлива, небезпечна
Моя	*1 2 3 4 5*	Наша
Стабільна	*1 2 3 4 5*	Нестабільна
Демократична	*1 2 3 4 5*	Авторитарна
Корисна	*1 2 3 4 5*	Шкідлива

1	2	3	4	5
5	Інформаційний простір	Заглиблення в специфічну тему, тему інтересу (відстежування специфічного контенту, підписка на нього)	3	0,784
		Застосування фільтрів	5	
		Викладання фото, інформації про себе у віртуальний простір	1	
		Комунікація з іншими через вподобання і коментарі	4	
		Створення унікального контенту	6	
		Ведення і персоналізація власного аккаунту	2	
6	Тілесність	**Догляд себе і свого тіла**	1	0,735
		Заняття спортом, фізичні вправи, тренування	2	
		Дотримання здорового способу життя	3	
		Носіння комфортного одягу	4	
7	Часовий режим	**Планування свого часу, розпорядку дня**	1	0,768
		Дотримання/недотримання дедлайнів	2	
		Виставлення пріоритетів	4	
		Дотримання дисципліни, повага до часу інших (не спізнюватися)	3	
8	Організаційна сфера	**Виконання посадових обов'язків**	1	0,822
		Підвищення кваліфікації та власної професійної експертності	4	
		Додаткове навчання у вільний час	5	
		Планування робочого часу	3	
		Прийняття рішень на роботі	2	
9	Ідеї, цінності, думки	**Створення інтелектуального чи творчого продукту**	1	0,736
		Поширення інтелектуального чи творчого продукту	4	
		Ведення щоденника	2	
		Створення історій (сторіз) та власних постів у соцмережах, (щось схоже на блок інформаційного простору)	5	
		Ведення інтелектуальних дискусій	3	

Додаток Ґ

Соціальні практики, в яких реалізується почуття власності, у різних вимірах психологічного простору особистості (за результатами роботи фокус-груп)

№	Виміри психологічного простору — сфери прояву почуття власності	Приклади соціальних практик	Сумарний ранг	Коефіцієнт конкордації, Ккон
1	2	3	4	5
1	Фінансова сфера	Робити заощадження	2	0,803
		Приховувати свій прибуток від інших	5	
		Розподіл і планування витрат	1	
		Споживацькі практики – витрати грошей	4	
		Ведення спільного бюджету	3	
2	Територіальність	Прибирання	4	0,834
		Декорування, ремонт	3	
		Персоналізація і маркування своєї території	1	
		Захист, обмеження своєї території (закриті двері, замки)	2	
3	Матеріальні речі	Розташування речей у певному порядку і його дотримання	5	0,714
		Персоналізація речей або маркування	3	
		Догляд за речами	2	
		Витрачання часу на речі (вибір, придбання, догляд тощо)	4	
		Купівля, продаж речей	1	
4	Соціальні контакти	**Спілкування з близькими людьми, рідними і друзями**	1	0,813
		Прояви ревнощів	4	
		Дотримання традицій	3	
		Налагодження контактів у соціальних мережах	2	

Додаток В

Середні значення за семантичним диференціалом для вивчення репрезентацій власності у свідомості українців

	Рівень ПТБ	N	Середнє	Стд. відх.	Стд. похиб.	F	Sig.
1	2	3	4	5	6	7	8
Добра-Зла, Жорстока	низький (1+2)	91	2,68	1,114	,117	3,948	**,021***
	середній	68	3,06	1,220	,148		
	високий (4+5)	80	3,16	1,216	,136		
	Разом	239	2,95	1,194	,077		
Стійка-Гнучка	низький (1+2)	91	2,47	1,036	,109	2,836	,061
	середній	68	2,84	1,074	,130		
	високий (4+5)	80	2,78	1,067	,119		
	Разом	239	2,68	1,065	,069		
Моя-Наша	низький (1+2)	91	2,35	1,187	,124	1,356	,260
	середній	68	2,49	1,240	,150		
	високий (4+5)	80	2,65	1,126	,126		
	Разом	239	2,49	1,184	,077		
Своя-Чужа	низький (1+2)	91	2,82	,950	,100	3,021	**,051**
	середній	68	3,04	,937	,114		
	високий (4+5)	80	3,19	1,032	,115		
	Разом	239	3,01	,983	,064		
Хаотична-Впорядкована	низький (1+2)	91	3,67	1,065	,112	1,390	,251
	середній	68	3,59	1,136	,138		
	високий (4+5)	80	3,39	1,185	,133		
	Разом	239	3,55	1,129	,073		
Терпима-Нетерпима	низький (1+2)	91	2,60	,953	,100	1,208	,301
	середній	68	2,82	1,050	,127		
	високий (4+5)	80	2,80	1,011	,113		
	Разом	239	2,73	1,002	,065		
Слабка-Сильна	низький (1+2)	91	2,35	1,187	,124	1,356	,260
	середній	68	2,49	1,240	,150		
	високий (4+5)	80	2,65	1,126	,126		
	Разом	239	2,49	1,184	,077		

1	2	3	4	5	6	7	8
Жива_Нежива	низький (1+2)	91	2,68	1,114	,117	3,948	**,021**
	середній	68	3,06	1,220	,148		
	високий (4+5)	80	3,16	1,216	,136		
	Разом	239	2,95	1,194	,077		
СприяєЗаощадженням_СпонукаєВитрати	низький (1+2)	91	2,85	1,021	,107	,672	,512
	середній	68	3,04	1,085	,132		
	високий (4+5)	80	2,93	1,100	,123		
	Разом	239	2,93	1,065	,069		
Стабільна_Нестабільна	низький (1+2)	91	2,47	1,036	,109	2,836	,061
	середній	68	2,84	1,074	,130		
	високий (4+5)	80	2,78	1,067	,119		
	Разом	239	2,68	1,065	,069		
Дорога_Дешева	низький (1+2)	91	2,68	1,114	,117	3,948	**,021**
	середній	68	3,06	1,220	,148		
	високий (4+5)	80	3,16	1,216	,136		
	Разом	239	2,95	1,194	,077		
Корисна_Шкідлива	низький (1+2)	91	2,35	1,015	,106	4,553	**,011**
	середній	68	2,41	1,054	,128		
	високий (4+5)	80	2,80	1,024	,114		
	Разом	239	2,52	1,045	,068		
Розумна_Дурна	низький (1+2)	91	2,90	1,146	,120	5,053	**,007**
	середній	68	3,24	1,121	,136		
	високий (4+5)	80	3,43	1,003	,112		
	Разом	239	3,17	1,111	,072		
Приємна_Огидна	низький (1+2)	91	2,35	1,187	,124	1,356	,260
	середній	68	2,49	1,240	,150		
	високий (4+5)	80	2,65	1,126	,126		
	Разом	239	2,49	1,184	,077		
Захоплива_Нудна	низький (1+2)	91	2,34	1,098	,115	1,440	,239
	середній	68	2,60	1,024	,124		
	високий (4+5)	80	2,55	1,018	,114		
	Разом	239	2,49	1,053	,068		

1	2	3	4
9	Ідеї, думки	Створення інтелектуального або творчого продукту	
		Поширення інтелектуального чи творчого продукту	
		Ведення щоденника	
		Презентація свої ідей, думок, переконань у соцмережах	
		Саморозвиток, читання, ведення інтелектуальних дискусій	
10	Громадянська сфера	Сплата податків	
		Громадянська активність, волонтерство	
		Членство у громадських організаціях	
		Участь у справах місцевої громади	
		Переконування друзів, близьких, знайомих у правоті своїх громадянських поглядів	
		Застосування відповідної символіки	

1	2	3	4
3	Матеріальні речі	Розташування речей у певному порядку і його дотримання	
		Персоналізація речей або маркування	
		Догляд за речами	
		Час на речі (вибір, придбання, догляд тощо)	
		Купівля, продаж речей	
4	Соціальні контакти	Спілкування з близькими людьми, рідними і друзями	
		Прояви ревнощів	
		Дотримання традицій	
		Налагодження контактів у соціальних мережах	
5	Інформаційний простір	Заглиблення в специфічну тему, тему інтересу (відстежування специфічного контенту, підписка на нього)	
		Застосування фільтрів	
		Викладання фото, інформації про себе у віртуальний простір	
		Комунікація з іншими через вподобання і коментарі	
		Створення і поширення унікального контенту	
		Ведення і персоналізація власного аккаунту	
6	Тілесність	Догляд себе і свого тіла	
		Заняття спортом, фізичні вправи, тренування	
		Дотримання здорового способу життя	
		Носіння комфортного одягу	
7	Час	Планування свого часу, розпорядку дня	
		Дотримання реченців	
		Виставлення пріоритетів	
		Дотримання дисципліни, повага до часу інших	
8	Організація, компанія	Виконання посадових обов'язків	
		Підвищення кваліфікації, фаховості	
		Додаткове навчання	
		Планування робочого часу	
		Прийняття рішень на роботі	

1	2	3	4	5	6	7	8
Звичайна_ Незвичайна	низький (1+2)	91	2,97	,983	,103	3,761	**,025**
	середній	68	2,91	1,089	,132		
	високий (4+5)	80	2,55	1,101	,123		
	Разом	239	2,81	1,066	,069		
Повільна_ Швидка	низький (1+2)	91	2,35	1,187	,124	1,356	,260
	середній	68	2,49	1,240	,150		
	високий (4+5)	80	2,65	1,126	,126		
	Разом	239	2,49	1,184	,077		
Досяжна_ Недосяжна	низький (1+2)	91	2,68	1,114	,117	3,948	**,021**
	середній	68	3,06	1,220	,148		
	високий (4+5)	80	3,16	1,216	,136		
	Разом	239	2,95	1,194	,077		
Розваги_ Праця	низький (1+2)	91	2,62	,963	,101	1,574	,209
	середній	68	2,78	1,020	,124		
	високий (4+5)	80	2,89	1,055	,118		
	Разом	239	2,75	1,013	,066		
Прибуткова_ Збиткова	низький (1+2)	91	2,34	1,067	,112	2,717	,068
	середній	68	2,53	1,072	,130		
	високий (4+5)	80	2,73	1,091	,122		
	Разом	239	2,52	1,084	,070		
Популярна_ Непопулярна	низький (1+2)	91	2,35	1,187	,124	1,356	,260
	середній	68	2,49	1,240	,150		
	високий (4+5)	80	2,65	1,126	,126		
	Разом	239	2,49	1,184	,077		
Динамічна_ Статична	низький (1+2)	91	2,68	1,114	,117	3,948	**,021**
	середній	68	3,06	1,220	,148		
	високий (4+5)	80	3,16	1,216	,136		
	Разом	239	2,95	1,194	,077		
Новаторська_ Консервативна	низький (1+2)	91	2,68	1,114	,117	3,948	,021
	середній	68	3,06	1,220	,148		
	високий (4+5)	80	3,16	1,216	,136		
	Разом	239	2,95	1,194	,077		

1	2	3	4	5	6	7	8
ДаєСвободу_ ВедеДоЗалежності	низький (1+2)	91	2,79	,995	,104	2,586	,077
	середній	68	2,88	1,100	,133		
	високий (4+5)	80	3,16	1,195	,134		
	Разом	239	2,94	1,102	,071		
Зростаюча_ ТаЩоЗменшується	низький (1+2)	91	2,35	1,015	,106	4,553	,011
	середній	68	2,41	1,054	,128		
	високий (4+5)	80	2,80	1,024	,114		
	Разом	239	2,52	1,045	,068		
МаєМайбутнє_БезМайбутнього	низький (1+2)	91	2,35	1,187	,124	1,356	,260
	середній	68	2,49	1,240	,150		
	високий (4+5)	80	2,65	1,126	,126		
	Разом	239	2,49	1,184	,077		
Демократична_ Авторитарна	низький (1+2)	91	2,68	1,114	,117	3,948	,021
	середній	68	3,06	1,220	,148		
	високий (4+5)	80	3,16	1,216	,136		
	Разом	239	2,95	1,194	,077		

Додаток Г

Бланк експертного опитування

Шановний експерте!

Просимо Вас оцінити наведені нижче соціальні дії на їх відповідність визначенню соціальних практик володіння (оцінювання в межах однієї сфери). При цьому соціальна дія, яка на Вашу думку, найбільшою мірою відповідає визначенню соціальних практик позначається рангом 1, а найменша рангом *n*, де *n* — кількість пропонованих практик.

Під *соціальними практиками володіння* ми розуміємо звичні, рутинні соціальні дії, в яких проявляється почуття власності в різних сферах діяльності, засновані на колективному досвіді суб'єктів. Це загальноприйняті форми діяльності, що склалися у житті людей, сукупний досвід людства.

Соціальні практики мають відповідати наступними **критеріями**: мимовільність, фоновість; рутинність; повторюваність; автоматичність; культурообумовленість; тілесність, рухливість; вимірюваність; правилообумовленість, конвенційність; спільність, колективність (звичні, регулярні для певних спільнот).

**усі запропоновані соціальні дії, практики були напрацьовані учасниками фокус-груп*

№	Сфери прояву почуття власності	Приклади соціальних практик	Бали
1	2	3	4
1	Фінансова сфера	Робити заощадження	
		Приховувати свій прибуток від інших	
		Розподіл і планування витрат	
		Споживацькі практики – витрати грошей	
		Ведення спільного бюджету	
2	Територіальність	Прибирання	
		Декорування, ремонт	
		Персоналізація і маркування своєї території	
		Захист, обмеження своєї території (закриті двері, замки)	

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	9 СЗ і А	67	3,54	1,198	,146	3,25	3,83	1	5
	Разом	629	3,42	1,118	,045	3,33	3,51	1	5
прихиль-ність_байду-жість	1 НЗ і НА	49	2,53	1,138	,163	2,20	2,86	1	5
	2 НЗ і А	38	2,68	1,042	,169	2,34	3,03	1	5
	3 З і НА	27	2,74	1,228	,236	2,26	3,23	1	5
	4 З і А	249	3,64	1,184	,075	3,49	3,79	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,02	1,042	,136	2,75	3,29	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,66	,765	,129	2,39	2,92	1	4
	7 З і СА	79	3,33	1,059	,119	3,09	3,57	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,38	,804	,158	2,06	2,71	1	4
	9 СЗ і А	67	3,67	1,006	,123	3,43	3,92	2	5
	Разом	629	3,26	1,178	,047	3,16	3,35	1	5
комфорт_ дискоморт	1 НЗ і НА	49	3,37	1,149	,164	3,04	3,70	1	5
	2 НЗ і А	38	2,74	1,083	,176	2,38	3,09	1	5
	3 З і НА	27	3,70	,993	,191	3,31	4,10	2	5
	4 З і А	249	3,77	1,150	,073	3,63	3,91	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,36	1,228	,160	3,04	3,68	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,17	1,098	,186	2,79	3,55	1	5
	7 З і СА	79	3,61	1,043	,117	3,37	3,84	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,54	,811	,159	2,21	2,87	1	4
	9 СЗ і А	67	3,75	1,133	,138	3,47	4,02	1	5
	Разом	629	3,53	1,164	,046	3,44	3,62	1	5
Самоінвесту-вання_Ба-жанняВкла-датиЗусилля Сили	1 НЗ і НА	49	3,10	1,503	,215	2,67	3,53	1	5
	2 НЗ і А	38	2,63	,942	,153	2,32	2,94	1	4
	3 З і НА	27	3,37	1,471	,283	2,79	3,95	1	5
	4 З і А	249	3,84	1,145	,073	3,70	3,99	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,22	1,115	,145	2,93	3,51	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,11	,758	,128	2,85	3,37	2	5
	7 З і СА	79	3,57	1,009	,113	3,34	3,80	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,81	,801	,157	2,48	3,13	1	4
	9 СЗ і А	67	3,90	1,116	,136	3,62	4,17	1	5
	Разом	629	3,52	1,191	,047	3,43	3,61	1	5

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
СильнеВідчуттяЩоЩосьНАлежитьМЕні_СлабкеВідчуття	1 НЗ і НА	49	2,98	1,377	,197	2,58	3,38	1	5
	2 НЗ і А	38	2,89	1,158	,188	2,51	3,28	1	5
	3 З і НА	27	3,00	1,209	,233	2,52	3,48	1	5
	4 З і А	249	3,72	1,247	,079	3,57	3,88	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,17	,950	,124	2,92	3,42	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,77	1,114	,188	2,39	3,15	1	5
	7 З і СА	79	3,73	1,022	,115	3,51	3,96	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,46	,905	,177	2,10	2,83	1	4
	9 СЗ і А	67	3,72	1,112	,136	3,45	3,99	2	5
	Разом	629	3,43	1,227	,049	3,33	3,52	1	5
БажанняПотребуПроситиПроДопомогу_ВсеРобитиСамостійно	1 НЗ і НА	49	2,06	,988	,141	1,78	2,34	1	5
	2 НЗ і А	38	2,87	1,166	,189	2,49	3,25	1	5
	3 З і НА	27	2,85	,864	,166	2,51	3,19	2	5
	4 З і А	249	3,15	1,422	,090	2,97	3,33	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,14	1,238	,161	2,81	3,46	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,71	,893	,151	2,41	3,02	1	4
	7 З і СА	79	3,42	1,267	,143	3,13	3,70	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,38	,637	,125	2,13	2,64	1	3
	9 СЗ і А	67	3,03	1,414	,173	2,68	3,37	1	5
	Разом	629	3,00	1,311	,052	2,90	3,10	1	5
ПотребаЗаявлятиВідстоюватиСвоєПравоНа_ВідсутністьПотреби	1 НЗ і НА	49	2,73	1,095	,156	2,42	3,05	1	5
	2 НЗ і А	38	2,50	1,247	,202	2,09	2,91	1	5
	3 З і НА	27	2,81	1,001	,193	2,42	3,21	1	4
	4 З і А	249	3,59	1,130	,072	3,45	3,73	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,00	1,050	,137	2,73	3,27	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,17	,618	,104	2,96	3,38	2	4
	7 З і СА	79	3,33	1,047	,118	3,09	3,56	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,46	,905	,177	2,10	2,83	1	4
	9 СЗ і А	67	3,40	,854	,104	3,19	3,61	2	5
	Разом	629	3,24	1,113	,044	3,16	3,33	1	5
БажанняМаркуватиПозначатиСвоє_	1 НЗ і НА	49	2,18	1,131	,162	1,86	2,51	1	5
	2 НЗ і А	38	2,66	1,021	,166	2,32	2,99	1	4
	3 З і НА	27	3,07	,730	,140	2,79	3,36	2	4
	4 З і А	249	3,82	1,280	,081	3,66	3,98	1	5

Наукове видання

Ірина **ГУБЕЛАДЗЕ**

СОЦІАЛЬНА ПСИХОЛОГІЯ ВЛАСНОСТІ

Монографія

Комп'ютерне верстання — *Думанецька С. С.*
Дизайн обкладинки — *Бабинець Н. А.*

Підписано до друку 21.04.2021 р.
Формат 60х84/16. Ум. друк. арк. 23,6
Наклад 300 прим. Зам. № 1709-21

Видавець і виготовлювач ТОВ «Талком».
м. Київ, вул. Львівська, 23,
тел./факс (044) 424-40-69, 424-56-26.
E-mail: ukraina.vdk@email.ua.
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 4538 від 07.05.2013.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Відсутність-Бажання	5 СЗ і СА	59	3,29	1,160	,151	2,99	3,59	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,46	,980	,166	2,12	2,79	1	5
	7 З і СА	79	3,44	1,047	,118	3,21	3,68	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,81	1,021	,200	2,40	3,22	1	4
	9 СЗ і А	67	3,39	1,029	,126	3,14	3,64	1	5
	Разом	629	3,33	1,256	,050	3,23	3,43	1	5
Прагенння-Дізнатися-Про_Мало-ікавлюся	1 НЗ і НА	49	2,53	1,138	,163	2,20	2,86	1	5
	2 НЗ і А	38	2,68	1,042	,169	2,34	3,03	1	5
	3 З і НА	27	2,74	1,228	,236	2,26	3,23	1	5
	4 З і А	249	3,64	1,184	,075	3,49	3,79	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,02	1,042	,136	2,75	3,29	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,66	,765	,129	2,39	2,92	1	4
	7 З і СА	79	3,33	1,059	,119	3,09	3,57	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,38	,804	,158	2,06	2,71	1	4
	9 СЗ і А	67	3,67	1,006	,123	3,43	3,92	2	5
	Разом	629	3,26	1,178	,047	3,16	3,35	1	5
Проблеми-Пов'язаніЗ-МоїмСприй-маєтьсяЯК МОЄВлас-не_	1 НЗ і НА	49	3,10	1,503	,215	2,67	3,53	1	5
	2 НЗ і А	38	2,63	,942	,153	2,32	2,94	1	4
	3 З і НА	27	3,37	1,471	,283	2,79	3,95	1	5
	4 З і А	249	3,84	1,145	,073	3,70	3,99	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,22	1,115	,145	2,93	3,51	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,11	,758	,128	2,85	3,37	2	5
	7 З і СА	79	3,57	1,009	,113	3,34	3,80	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,81	,801	,157	2,48	3,13	1	4
	9 СЗ і А	67	3,90	1,116	,136	3,62	4,17	1	5
	Разом	629	3,52	1,191	,047	3,43	3,61	1	5
Бажанння-Ділитися-ЗІншими_ Небажання	1 НЗ і НА	49	2,06	,988	,141	1,78	2,34	1	5
	2 НЗ і А	38	2,87	1,166	,189	2,49	3,25	1	5
	3 З і НА	27	2,85	,864	,166	2,51	3,19	2	5
	4 З і А	249	3,15	1,422	,090	2,97	3,33	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,14	1,238	,161	2,81	3,46	1	5
	6 НЗ і СА	35	2,71	,893	,151	2,41	3,02	1	4
	7 З і СА	79	3,42	1,267	,143	3,13	3,70	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,38	,637	,125	2,13	2,64	1	3

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	9 СЗ і А	67	3,03	1,414	,173	2,68	3,37	1	5
	Разом	629	3,00	1,311	,052	2,90	3,10	1	5
ВідчуттяЩоНалежуДоЛюдейЯкі_ВідчуженняДистаніюванняВід	1 НЗ і НА	49	2,73	1,095	,156	2,42	3,05	1	5
	2 НЗ і А	38	2,50	1,247	,202	2,09	2,91	1	5
	3 З і НА	27	2,81	1,001	,193	2,42	3,21	1	4
	4 З і А	249	3,59	1,130	,072	3,45	3,73	1	5
	5 СЗ і СА	59	3,00	1,050	,137	2,73	3,27	1	5
	6 НЗ і СА	35	3,17	,618	,104	2,96	3,38	2	4
	7 З і СА	79	3,33	1,047	,118	3,09	3,56	1	5
	8 СЗ і НА	26	2,46	,905	,177	2,10	2,83	1	4
	9 СЗ і А	67	3,40	,854	,104	3,19	3,61	2	5
	Разом	629	3,24	1,113	,044	3,16	3,33	1	5

The proposed methods of practical work will be useful to psychologists in working with attitudes towards property, self-perception based on property, overcoming stigma due to property inequality and in general harmonization of the sense of ownership. Prospects for further research and implementation of the socio-psychological concept of the sense of ownership realization in social practices are presented.

Key words: sense of ownership, social practices, psychological property, attitudes towards property, sense of ownership realization in social practices.

formed (significant) — non-actualized; unformed (insignificant) — actualized; unformed (insignificant) — non-actualized.

The main regularities of the sense of ownership realization in social practices are determined. It is substantiated that the sense of ownership realizes in different dimensions of the individual's psychological space, simultaneously unfolding in it and constructing and transforming it. The sense of ownership has an adaptive character and balances between the implementation in social practices as normalized, everyday, routine actions and its actualized manifestation in situations of exacerbation of the need for psychological possession of something or loss of property that motivates a person to subjective activity and responsibility. The sense of ownership realization can take place in three temporal perspectives, constantly oscillating between them: actual (experience of possession at present), perspective (motivation of appropriation, desire to have in the future) and retrospective (sadness, nostalgia for what is lost).

The sense of ownership realization is carried out in different dimensions of the individual's psychological space: territoriality, corporeality, financial sphere, material things, social contacts, ideas, values, thoughts, time regime, virtual space, organization, and civic sphere. It is empirically determined the most typical social practices in which the sense of ownership is realized. They are defined as normalized, structured patterns of behavior, social actions in which a person manifests himself as the owner and realizes its sense of ownership for various targets.

The peculiarities of the sense of ownership manifestation in the virtual space and depending on the level of psychological tends to poverty, the level of individual and social individualism/collectivism have been empirically studied. The peculiarities of the sense of ownership manifestation in the conditions of quarantine restrictions of COVID-19 are determined. It is shown that in a situation of threat, the psychological space of possession is rebuilt, and the valence of some ownership targets increases and decreases to others. Psychological means of harmonizing the sense of ownership manifestation in modern society for work at both individual and group levels are presented.

Однофакторний дисперсійний аналіз						
		Сума квадратів	**ст. св.**	**Середній квадрат**	**F**	**Знч.**
1	2	3	4	5	6	7
відповідальність_безвідповідальність	Між групами	215,143	8	26,893	22,722	,000
	Всередині груп	733,817	620	1,184		
	Разом	948,960	628			
радість_сум	Між групами	99,088	8	12,386	9,698	,000
	Всередині груп	791,872	620	1,277		
	Разом	890,960	628			
бажанняМати_відсутністьБажання	Між групами	179,011	8	22,376	17,081	,000
	Всередині груп	812,206	620	1,310		
	Разом	991,218	628			
СтрахТривога_спокій	Між групами	103,553	8	12,944	9,527	,000
	Всередині груп	842,406	620	1,359		
	Разом	945,959	628			
безпека_небезпека	Між групами	137,298	8	17,162	14,281	,000
	Всередині груп	745,080	620	1,202		
	Разом	882,378	628			
гордість_сором	Між групами	89,782	8	11,223	10,106	,000
	Всередині груп	688,514	620	1,111		
	Разом	778,296	628			
задоволення_відраза	Між групами	151,391	8	18,924	16,122	,000
	Всередині груп	727,745	620	1,174		
	Разом	879,135	628			
повагуЛюбовДо_Зневага	Між групами	116,832	8	14,604	12,640	,000
	Всередині груп	716,351	620	1,155		
	Разом	833,183	628			
злістьАГресія_позитивнийНастрій	Між групами	67,147	8	8,393	7,249	,000
	Всередині груп	717,887	620	1,158		
	Разом	785,033	628			
прихильність_байдужість	Між групами	129,479	8	16,185	13,518	,000
	Всередині груп	742,311	620	1,197		
	Разом	871,790	628			

1	2	3	4	5	6	7
комфорт_дискомфорт	Між групами	75,945	8	9,493	7,596	,000
	Всередині груп	774,818	620	1,250		
	Разом	850,763	628			
Самоінвестування_БажанняВкладатиЗусилляСили	Між групами	99,088	8	12,386	9,698	,000
	Всередині груп	791,872	620	1,277		
	Разом	890,960	628			
СильнеВідчуттяЩоЩосьНАлежитьМЕні_СлабкеВідчуття	Між групами	103,553	8	12,944	9,527	,000
	Всередині груп	842,406	620	1,359		
	Разом	945,959	628			
БажанняПотребуПросиТиПроДопомогу_ВсеРобитиСамостійно	Між групами	77,563	8	9,695	6,003	,000
	Всередині груп	1001,435	620	1,615		
	Разом	1078,998	628			
ПотребаЗаявлятиВідстоюватиСвоєПравоНа_ВідсутністьПотреби	Між групами	89,782	8	11,223	10,106	,000
	Всередині груп	688,514	620	1,111		
	Разом	778,296	628			
БажанняМаркуватиПозначатиСвоє_Відсутність Бажання	Між групами	179,011	8	22,376	17,081	,000
	Всередині груп	812,206	620	1,310		
	Разом	991,218	628			
ПрагеннняДізнатисяПро_Малоцікавлюся	Між групами	129,479	8	16,185	13,518	,000
	Всередині груп	742,311	620	1,197		
	Разом	871,790	628			
ПРоблемиПов1язаніЗМоїмСприймаєтьсяЯКМОЄ Власне_	Між групами	99,088	8	12,386	9,698	,000
	Всередині груп	791,872	620	1,277		
	Разом	890,960	628			
БажаннняДІлитисяЗІНшими_НЕбажання	Між групами	77,563	8	9,695	6,003	,000
	Всередині груп	1001,435	620	1,615		
	Разом	1078,998	628			

cial practices, under the influence of which a person learns social norms and ways of owning, while constructing and determining them. The sense of ownership formation and realization unfolds in several stages: 1) ontogenetic development of the instinctive needs of the person in possession, territory, security in the sense of ownership; 2) the formation of personal and social identity based on a sense of ownership in the process of primary socialization in contact groups; 3) vital self-determination and the formation of a sense of belonging on the basis of internalized social values and moral norms regarding property and possession, poverty and wealth; 4) self-realization and manifestation of person's self-efficacy in the process of the sense of ownership realization in social practices.

Based on the proposed structural and functional model, the motives of psychological appropriation are determined: the desire for self-efficacy, identity formation, a sense of territoriality, belonging and responsibility. The main factors for a sense of ownership realization in social practices are psychological, demographic, sociocultural, situational and objective. The functions of the process are determined, namely signal, coordinative, motivational, evaluative, integrative and cognitive. The essence of social-psychological mechanisms of sense of ownership realization in social practices is revealed. They provide two-sided of this process: assimilation of social norms and values as internal personal experience (social comparison, identification, socialization, imitation, interiorization, conformism, adaptation, suggestion, persuasion); as well as the influence of personal values, experience and attitude towards property on social norms and social practice (exteriorization, categorization, competition, differentiation, discrimination, stereotypes, idealization, group favoritism). It is shown that the actualization of the sense of ownership manifestation is possible by strengthening control over the ownership targets, deepening intimate knowledge about it and self-investment of forces, knowledge, efforts on the ownership targets. The verified types of the sense of ownership realization in social practices are presented. They are based on the criteria of formation-unformation and actualization-non-actualization: formed (significant) — actualized,

ABSTRACT

Hubeladze I.H. Social Psychology of Ownership.

The monograph presents *the main statements of the adaptive-constructive concept of the sense of ownership realization in social practices*. Based on identified semantic and dynamic ownership features, they explain its implementation in social practices as fluctuations, balancing between routine, ignorance of social practices, and the desire for subjective manifestations and responsible personality formation. The concept is based on a structural and functional model of the sense of ownership realization in social practices. It reflects the motives, factors and ways of the sense of ownership actualization in social practices; reveals the functions, stages, social-psychological mechanisms, types, consequences and effects of the realization of a sense of ownership in social practices; allows to study the patterns of this process.

The social-psychological nature of the *sense of ownership* is substantiated. It is defined as a subjective emotional experience of a person belonging to specific ownership targets, which reflects the meaning and significance of real or abstract, concrete or generalized targets of ownership have for a person, everything that they can call as own. This feeling arises and unfolds in ontogenesis and is realized with varying degrees of relevance, valence, intensity throughout human life. It is substantiated that the sense of ownership is a construct of personal self-consciousness, which is realized in social practices and is both a factor and a consequence of interpersonal interaction. It is a multidimensional formation, which specificity is determined by the organization of its components and heterogeneity. The sense of ownership is realized on four levels: intrapersonal, individual, interpersonal and public. *The concept of the sense of ownership realization in social practices* is introduced. It is understood as a way of manifestation, embodiment and change of person's sense of ownership during life in the process of interpersonal and group interaction. Its components (cognitive, affective, behavioral) and features of implementation are characterized. This process begins on the basis of instinctive aspirations and needs, which gradually crystallize and transform in the process of socialization and involvement of a person in so-

1	2	3	4	5	6	7
ВідчуттяЩо-НалежуДоЛюдейЯКі_ВідчуженняДистанюванняВід	Між групами	89,782	8	11,223	10,106	,000
	Всередині груп	688,514	620	1,111		
	Разом	778,296	628			

Додаток 3

Середні значення різних змістових ознак почуття власності в різних типах його реалізації

		Рівень **актуалізованості** почуття власності в певній сфері на даний момент		
		низький	*середній*	*високий*
1	2	3	4	6
	низький	**1 НЗ-НА**	**6НЗ-СА**	**2 НЗ-ВА**
Рівень **значущості/сформованості** почуття власності щодо певної сфери	Відповідальність	2,55	3,29	2,61
	Радість	3,1	3,11	2,63
	Бажання мати	2,18	2,46	2,66
	Страх, тривога-спокій	2,98	2,77	2,89
	Безпека-небезпека	2,86	2,97	2,74
	Гордість-сором	2,73	3,17	2,5
	Задоволення-відраза	2,86	3,37	2,29
	Повага, любов до ОВ — зневага	2,96	2,66	2,76
	Злість, агресія — позитивний настрій	3,04	3,26	2,63
	Прихильність-байдужість	2,53	2,66	2,68
	Комфорт-дискомфорт	3,37	3,17	2,74
	Самоінвестування	3,1	3,11	2,63
	Сильне відчуття, що щось належить саме мені	2,98	2,77	2,89
	Бажання просити про допомогу — все робити самому	2,06	2,71	2,87
	Потреба заявляти і відстоювати своє право на	2,73	3,17	2,5
	Бажання маркувати	2,18	2,46	2,66
	Прагнення дізнатися більше	2,53	2,66	2,68
	Проблеми, як власні	3,1	3,11	2,63
	Бажання ділитися	2,06	2,71	2,87
	Належність до людей	2,73	3,17	2,5
	середній	**8 СЗ-НА**	**5 СЗ-СА**	**9 СЗ-ВА**
	Відповідальність	2,50	3,05	3,55
	Радість	2,81	3,22	3,9
	Бажання мати	2,81	3,29	3,39

Представлено психологічні засоби гармонізації прояву почуття власності в сучасному суспільстві для роботи як на індивідуальному, так і на груповому рівнях. Запропоновані методи практичної роботи стануть у нагоді психологам у роботі зі ставленням до власності, самосприйняттям на основі власності, подоланням стигматизації через майнову нерівність і загалом гармонізацією прояву почуття власності. Обгрунтовано перспективи подальших досліджень та реалізації соціально-психологічної концепції реалізації почуття власності у соціальній практиці.

Ключові слова: почуття власності, соціальні практики, психологічна власність, ставлення до власності, реалізація почуття власності в соціальних практиках.

практиках, в основу яких покладено критерії сформованості/несформованості та актуалізованості/неактуалізованості: сформоване (значуще) — актуалізоване, сформоване (значуще) — неактуалізоване, несформоване (незначуще) — актуалізоване, несформоване (незначуще) — неактуалізоване.

Визначено основні закономірності реалізації почуття власності в соціальних практиках. Обґрунтовано, що почуття власності реалізовується в різних вимірах психологічного простору особистості, одночасно розгортаючись у ньому і конструюючи та трансформуючи його. Почуття власності має адаптивний характер та балансує між реалізацією в соціальних практиках як унормованих, буденних, рутинних діях та актуалізованим проявом його в ситуаціях загострення потреби психологічного володіння чимсь або втрати об'єкта власності, що спонукає особу до суб'єктної активності і відповідальності. Реалізація почуття власності може відбуватися в трьох темпоральних перспективах, перманентно коливаючись між ними: актуальному (переживання щодо володіння на теперішній час), перспективному (мотивація привласнення, бажання мати у майбутньому) і ретроспективному (сум, ностальгія за тим, що втрачено).

Реалізація почуття власності здійснюється в різних вимірах психологічного простору особистості: територіальності, тілесності, фінансовій сфері, матеріальних речах, соціальних контактах, ідеях, цінностях, думках, часовому режимі, віртуальному просторі, організаційній та громадянській сферах. За результатами емпіричних досліджень визначено, що найтиповіші соціальні практики, в яких реалізовується почуття власності. Вони визначаються як нормалізовані, структуровані моделі поведінки, соціальні дії, в яких людина проявляє себе як власник і усвідомлює своє почуття власності щодо різних об'єктів.

Емпірично досліджено особливості прояву почуття власності у віртуальному просторі та залежно від рівня психологічного тяжіння до бідності, рівня індивідуального та суспільного індивідуалізму/колективізму. Визначено особливості прояву почуття власності в умовах карантинних обмежень COVID-19. Показано, що в ситуації загрози психологічний простір володіння перебудовується, а валентність одних цілей власності зростає і зменшується до інших.

1	2	3	4	5
Рівень **значущості/сформованості** почуття власності щодо певної сфери	Страх, тривога — спокій	2,46	3,17	3,72
	Безпека-небезпека	2,65	3,47	3,67
	Гордість-сором	2,46	3	3,4
	Задоволення-відраза	2,42	3,34	3,75
	Повага, любов до ОВ — зневага	2,81	3,29	3,69
	Злість, агресія — позитивний настрій	2,73	3,27	3,54
	Прихильність-байдужість	2,38	3,02	3,67
	Комфорт-дискомфорт	2,54	3,36	3,75
	Самоінвестування	2,81	3,22	3,9
	Сильне відчуття, що щось належить саме мені	2,46	3,17	3,72
	Бажання просити про допомогу — все робити самому	2,38	3,14	3,03
	Потреба заявляти і відстоювати своє право на	2,46	3	3,4
	Бажання маркувати	2,81	3,29	3,39
	Прагнення дізнатися більше	2,38	3,02	3,67
	Проблеми, як власні	2,81	3,22	3,9
	Бажання ділитися	2,38	3,14	3,03
	Належність до людей	2,46	3	3,4
	високий	**3 ВЗ-НА**	**7 ВЗ-СА**	**4 ВЗ-ВА**
	Відповідальність	3,26	3,49	4,13
	Радість	3,37	3,57	3,84
	Бажання мати	3,07	3,44	3,82
	Страх, тривога- спокій	3	3,73	3,72
	Безпека-небезпека	3,11	3,91	3,95
	Гордість-сором	2,81	3,33	3,59
	Задоволення-відраза	3,22	3,58	3,88
	Повага, любов до ОВ — зневага	3,37	3,75	3,87
	Злість, агресія — позитивний настрій	3,19	3,57	3,69
	Прихильність-байдужість	2,74	3,33	3,64
	Комфорт-дискомфорт	3,7	3,61	3,77
	Самоінвестування	3,37	3,57	3,84
	Сильне відчуття, що щось належить саме мені	3	3,73	3,72

1	2	3	4	5
	Бажання просити про допомогу — все робити самому	2,85	3,42	3,15
	Потреба заявляти і відстоювати своє право на	2,81	3,33	3,59
	Бажання маркувати	3,07	3,44	3,82
	Прагнення дізнатися більше	2,74	3,33	3,64
	Проблеми, як власні	3,37	3,57	3,84
	Бажання ділитися	2,85	3,42	3,15
	Належність до людей	2,81	3,33	3,59

Цей процес розпочинається на основі інстинктивних прагнень і потреб, що поступово викристалізовуються і трансформуються в процесі соціалізації та залучення особи до соціальних практик, під впливом яких вона засвоює суспільні норми та способи володіння, водночас їх конструюючи і зумовлюючи. Становлення та реалізація почуття власності розгортається в кілька етапів: 1) онтогенетичне розгортання інстинктивних потреб особи у володінні, території, безпеці в почуття власності; 2) становлення особистісної та соціальної ідентичності на основі відчуття власності в процесі первинної соціалізації в контактних групах; 3) життєве самовизначення і формування відчуття належності на базі інтеріоризованих суспільних цінностей і моральних норм щодо власності й володіння, бідності і багатства; 4) самоздійснення та прояв самоефективності особи в процесі реалізації почуття власності в соціальних практиках.

На основі запропонованої структурно-функціональної моделі визначаються мотиви психологічного привласнення: прагнення до самоефективності, формування ідентичності, почуття територіальності, належності та відповідальності. Основними чинниками реалізації почуття власності у соціальних практиках є психологічні, демографічні, соціокультурні, ситуаційні та об'єктні. Визначаються функції реалізації почуття власності, а саме сигнальна, координаційна, мотиваційна, оцінна, інтегративна та пізнавальна. Розкрито сутність соціально-психологічних механізмів реалізації почуття власності у соціальних практиках, що забезпечує двосторонню сутність цього процесу: засвоєння соціальних норм і цінностей як внутрішнього особистого досвіду (соціальне порівняння, ідентифікація, соціалізація, наслідування, інтеріоризація, конформізм, адаптація, навіювання, переконання); а також вплив особистих цінностей, досвіду та ставлення до власності на соціальні норми та соціальну практику (екстеріоризація, категоризація, конкуренція, диференціація, дискримінація, стереотипи, ідеалізація, груповий фаворитизм). Показано, що актуалізація прояву почуття власності можлива шляхом посилення контролю над об'єктом власності, поглиблення інтимних знань про неї та самовкладення сил, знань, зусиль щодо об'єкту власності. Представлено верифіковані типи реалізації почуття власності в соціальних

АНОТАЦІЯ

Губеладзе І. Г. Соціальна психологія власності.

У монографії представлено *основні положення адаптивно-конструювальної концепції реалізації почуття власності в соціальних практиках*, яка на основі виявлених змістових і динамічних ознак почуття власності пояснює його реалізацію в соціальних практиках як коливання, балансування між рутинністю, буденністю, неусвідомленістю соціальних практик і прагненням до суб'єктних проявів та формування відповідальної особистості. В основу концепції покладено *структурно-функціональну модель реалізації почуття власності в соціальних практиках*, що відображає мотиви, чинники та способи актуалізації почуття власності в соціальних практиках; розкриває функції, етапи, соціально-психологічні механізми, типи, наслідки та ефекти реалізації почуття власності в соціальних практиках; дає змогу вивчити закономірності цього процесу.

Обґрунтовано соціально-психологічну природу *почуття власності*, яке визначається як суб'єктивне емоційне переживання людиною належності їй певних об'єктів, що відображає зміст і значення, яке мають для неї реальні або абстрактні, конкретні або узагальнені об'єкти власності, тобто все те, що вона може назвати своїм. Це почуття виникає й розгортається в онтогенезі і реалізовується з різною мірою актуальності, валентністю, інтенсивністю протягом життя людини. Обгрунтовано, що почуття власності як конструкт самосвідомості особи, який реалізовується в соціальних практиках та постає одночасно чинником і наслідком міжособової взаємодії, є багатовимірним утворенням, специфіка якого визначається організацією його складових і гетерогенністю проявів. Почуття власності реалізовується на чотирьох рівнях: інтраперсональному, індивідуальному, інтерперсональному та загальносуспільному. Введено в обіг поняття *реалізації почуття власності в соціальних практиках*, яке розуміється як спосіб прояву, утілення і зміни почуття власності особи протягом життя в процесі міжособової та групової взаємодії. Охарактеризовано її компоненти (когнітивний, афективний, поведінковий) та особливості здійснення.

Додаток І

Анкета на вивчення прояву почуття власності в соціальних мережах

1. Я користуюся соцмережами (наприклад, Facebook, Instagram, Twitter тощо)

ні 1 2 3 4 5 так

2. Як давно Ви користуєтесь соцмережами?

До півроку
Півроку-рік
1–4 роки
5–10 років

3. Як ви можете охарактеризувати свою активність у соцмережах?

1. Тільки читаю стрічку, дуже рідко щось лайкаю, коментую чи пощу на своїй сторінці
2. Читаю чужі пости, час від часу лайкаю чи коментую їх.
3. Частіше просто поширюю пости інших людей, які найбільше мені сподобалися.
4. Більш-менш регулярно пишу власні пости, впевнено висловлюю свою думку в коментарях.
5. Веду власну сторінку чи групу та створюю унікальний контент для неї.

4. Я відчуваю, що мій профіль (аккаунт, сторінка чи група) належить тільки мені і я можу позначити його словом «моє»

ні 1 2 3 4 5 так

5. Я відчуваю, що мій аккаунт (сторінка, група) — це мій простір, тому що (оберіть усі підхожі відповіді):

1. Я можу писати на своїй сторінці, що завгодно, що і як мені подобається, не думаючи про те, як відреагують на це інші.
2. Я можу самостійно визначати, обмежувати і контролювати, хто може бачити мою сторінку.

3. Я самостійно добираю контент для своєї сторінки і можу створювати будь-який образ себе.
4. Я можу у будь-який момент повністю закрити сторінку для інших.
5. Я у будь-який момент можу просто безслідно видалити свій профіль, сторінку чи групу.
6. Я не відчуваю, що це мій простір.
7. Я можу контролювати список своїх «друзів», додавати чи видаляти будь-кого.
8. У своєму профілі я можу вільно висловлювати свою думку і позицію.
9. Це просто засіб комунікації.

6. Коли хтось пише на моїй сторінці, я відчуваю, що так порушується мій особистий простір

ні 1 2 3 4 5 так

7. Коли хтось відмічає мене на колективних фото або спільних вітальних листівках, я відчуваю, що так порушується мій особистий простір

ні 1 2 3 4 5 так

8. Коли мене додають у різні групи без моєї згоди, я відчуваю, що так порушується мій особистий простір

ні 1 2 3 4 5 так

9. Коли створений мною текст, фото, інфографіку тощо хтось постить собі без збереження авторства, я відчуваю, що так порушується моє право власності

ні 1 2 3 4 5 так

6 — таких випадків не було

10. Наведіть ще приклади того, коли Ви відчуваєте, що порушується ваш особистий простір або право власності у соцмережах _____

_____

_____

Додаток Л
Анкета для моніторингу ефективності тренінгу з гармонізації почуття власності

Оцініть за 5-ти бальною шкалою, наскільки Вам властиво висловлене твердження, де 1 — зовсім не властиво; 5 — дуже властиво.

1	Я відчуваю відповідальність за те, чим володію	1 2 3 4 5
2	Я прагну контролювати те, чим володію	1 2 3 4 5
3	Я готовий (ва) вкладати свій час, сили, кошти в об'єкти, якими я володію	1 2 3 4 5
4	Я знаю досить багато і прагну дізнатися більше про об'єкти, якими я володію	1 2 3 4 5
5	Я усвідомлюю значення і роль об'єкту, яким я володію, в моєму житті	1 2 3 4 5
6	Я відчуваю, що цей об'єкт належить саме мені	1 2 3 4 5

Оцініть, чи була ця тренінгова програма корисною і ефективною для вас, де 1 — точно ні, а 5 — точно так.

1	Чи вдалось вам дізнатися щось нове?	1 2 3 4 5
2	Чи зможете ви використати у своєму житті отримані знання і навички?	1 2 3 4 5
3	Чи вивправдалися ваші очікування?	1 2 3 4 5
4	Чи вдалось вам набути нових навичок?	1 2 3 4 5
5	Чи була програма ефективною для вас?	1 2 3 4 5

6	*Я часто відчував(ла) себе самотнім(ньою)*	1 2 3 4 5 6 7
7	*Я відчував(ла) себе здоровим(ю) і бадьорим(ою)*	1 2 3 4 5 6 7
8	*Я відчував(ла) велике задоволення, перебуваючи разом з сім'єю або друзями*	1 2 3 4 5 6 7
9	*Іноді я ставав(ла) неспокійним(ою) з невідомої причини*	1 2 3 4 5 6 7
10	*Вранці мені було важко вставати і працювати*	1 2 3 4 5 6 7
11	*Я дивив(ла)ся в майбутнє з оптимізмом*	1 2 3 4 5 6 7
12	*Я б хотів(ла) менше просити інших про що-небудь*	1 2 3 4 5 6 7
13	*Мені подобалася моя повсякденна діяльність*	1 2 3 4 5 6 7
14	*Під час карантину я надмірно реагував(ла) на незначні перешкоди і невдачі*	1 2 3 4 5 6 7
15	*Я відчував(ла), що я у прекрасній формі*	1 2 3 4 5 6 7
16	*Я все більше відчував(ла) потребу побути на самоті*	1 2 3 4 5 6 7
17	*Під час карантину я був(ла) дуже неуважний(на)*	1 2 3 4 5 6 7

Вік _____ Стать: 1 — чол. 2 — жін.

Місце проживання — село, смт, маленьке місто, велике місто, Київ

Ваша зайнятість під час карантину:

1. Продовжив працювати як і раніше.
2. Працював дистанційно, але роботи стало ще більше.
3. Працював дистанційно, але роботи стало менше.
4. І до карантину вже певний час працюю дистанційно.
5. Пішов у вимушену оплачувану відпустку.
6. Пішов у вимушену неоплачувану відпустку.
7. Втратив роботу і прибуток.
8. У декретній відпустці.
9. На пенсії.
10. Навчаюся.
11. Працюю онлайн на постійній основі.

11. Думаю, що люди, у яких зламали акаунт чи заблокували сторінку, відчувають щось схоже на те, що... (оберіть усі підхожі варіанти)

1) пограбували твій дім;
2) тебе вигнали з твого дому;
3) ти втратив важливу, дорогу тобі річ;
4) хтось без дозволу втрутився на твою територію;
5) нічого особливого не відчувають, бо завжди можна швидко зробити новий аккаунт чи сторінку.

12. В цілому мій аккаунт правдиво описує, презентує моє реальне життя (його якість, рівень, інтенсивність, мої захоплення тощо)

ні 1 2 3 4 5 так

13. Інколи я бачу, що люди, яких я доволі добре знаю в реальному житті, не зовсім правдиво показують своє життя в соцмережах

ні 1 2 3 4 5 так

14. Інколи я роблю не зовсім правдиві фото чи пости в соцмережах

ні 1 2 3 4 5 так

15. Коли я бачу щось привабливе на сторінках інших людей (красиві або дорогі речі, фотографії з подорожей, визнання їхнього успіху, нагороди і досягнення, продукти їхньої творчості тощо) у мене виникає бажання мати щось подібне, або й краще

ні 1 2 3 4 5 так

16. Часом мені здається, що не важливо хто ти, що знаєш і що маєш у реальному житті. Важливо що і як показано у соцмережах

ні 1 2 3 4 5 так

Вік _____ Стать: 1 — чол.; 2 — жін.

Місце походження: село, смт, мале місто, велике місто

Місце проживання: село, смт, мале місто, велике місто

Додаток К

Анкета для вивчення особливостей прояву почуття власності під час карантину

Шановний респонденте!

Просимо Вас взяти участь у психологічному дослідженні. Згадайте свій досвід і переживання під час карантину і поділіться власним досвідом і думками відповідаючи на наведені нижче питання. Опитування анонімне.

Дякуємо за відвертість!

Продовжіть речення.

Під час карантину:

1. Я найчастіше відчував (ла) _____.
2. Мені найбільше бракувало _____
3. Мені найбільше хотілось придбати, купити, мати _____.
4. Я отримав(ла), придбав(ла) _____.
5. Я найбільше бояв(ла)ся втратити _____.
6. Я втратив (ла) _____.
7. Я жалкував(ла), що не володію (не маю) _____.
8. Більш значущим для мене стало _____.
9. Менш значущим для мене стало _____.
10. Чи змінилось відчуття того, чим ви *володієте? Якщо так, то як саме?*_____

Оцініть, наскільки змінилося за час карантину ваше бажання чи потреба щодо різних аспектів вашого життя від 1 до 7, де 1 — бажання сильно знизилося, а 7 — дуже сильно збільшилося

Потреба у власній території чи просторі для усамітнення	1 2 3 4 5 6 7
Потреба мати коштовні речі	1 2 3 4 5 6 7
Потреба мати власні речі першої необхідності	1 2 3 4 5 6 7
Потреба мати засіб пересування	1 2 3 4 5 6 7
Потреба мати достатню суму грошей	1 2 3 4 5 6 7
Потреба мати і підтримувати соціальні контакти (члени родини, друзі…)	1 2 3 4 5 6 7

Потреба мати тілесний контакт з близькими	1 2 3 4 5 6 7
Можливість планувати і контролювати свій час, режим дня	1 2 3 4 5 6 7
Потреба створювати оригінальний контент у соцмережах, писати пости, спілкуватися зі світом через соцмережі	1 2 3 4 5 6 7
Потреба мати своє відокремлене, спеціально організоване робоче місце чи місце для навчання	1 2 3 4 5 6 7
Потреба приділити більше уваги своєму тілу, фізичній формі, догляду за собою	1 2 3 4 5 6 7
Потреба висловлювати власну думку, створювати продукти творчості	1 2 3 4 5 6 7
Потреба проявляти себе як свідомий громадянин	1 2 3 4 5 6 7
Потреба висловлювати власну думку, створювати продукти творчості	1 2 3 4 5 6 7
Ваш фінансовий стан через карантин сильно погіршився (1 бал) – суттєво покращився (7 балів)	1 2 3 4 5 6 7
Як ви оцінюєте свій емоційний стан під час карантину від 1 до 7, де 1 — дуже погано, депресивний стан; 7 — все дуже добре	1 2 3 4 5 6 7
Як ви оцінюєте свій емоційний стан на даний момент від 1 до 7, де 1 — дуже погано, депресивний стан; 7 — все дуже добре	1 2 3 4 5 6 7

Вкажіть, якою мірою ви згодні або не згодні з наведеними нижче твердженнями, використовуючи для цього наступну шкалу: 1 — зовсім не згоден; 2 — не згоден; 3 — більш-менш не згоден; 4 — важко відповісти; 5 — більш-менш згоден; 6 — згоден; 7 — повністю згоден.

1	*Під час карантину я був(ла) у хорошому настрої*	1 2 3 4 5 6 7
2	*Моя робота тиснула на мене*	1 2 3 4 5 6 7
3	*Якщо у мене виникали проблеми, я міг (могла) звернутися до кого-небудь*	1 2 3 4 5 6 7
4	*Під час карантину я добре спав (ла)*	1 2 3 4 5 6 7
5	*Я рідко сумував(ла) в процесі своєї повсякденної діяльності*	1 2 3 4 5 6 7