

УДК 159.95

Ткач Богдан Миколайович, к кандидат психологічних наук, докторант
Інституту психології імені Г.С. Костюка НАПН України

e-mail: bohdan.tkach@gmail.com

СТРУКТУРА ДЕВІАНТНОГО СУБСТРАТУ ТА ДІЯЛЬНОСТІ У СУЧАСНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

Анотація

У статті представлено таксономію девіацій у сучасному суспільстві та описано структуру їхнього девіантного субстрату/діяльності. Доведено, що девіантний контекст є агресивним і вміло використовує недосконалості людської психіки, особливо в осіб з низькою психологічною грамотністю. Виявлено, що у промоції конвенціональних і неконвенціональних девіацій застосовуються естетизація, сакралізація та аксіологізація. Показано, що харчові адикції, хімічні адикції та споживацтво штучно створюються із застосуванням традиційних методів впливу (пропаганда) та новітніх технологій (нейромаркетинг). Описано існування постійної дисоціації та взаємозамінності різних форм девіації у сучасному суспільстві. Розкрито сучасні особливості соціально еротичних колективних стосунків та розуміння сексуальних девіацій. Ідентифіковано форми соціалізованої агресії у елітарному суспільстві. Показано трансформацію проявів девіантної поведінки, зокрема адикції відносин у соцімережах, внаслідок цифрової колонізації та науково-технічного поступу. Виявлено появу серед населення деяких ілюзій та когнітивних спотворень, спричинених контрольованістю пошукових сервісів в Інтернеті. Встановлено взаємозв'язок між мозковими особливостями геймера та вибором жанру, когнітивної складності та наповненістю стресогенними сценами комп'ютерної гри. Показано, що добре виражені антисуїцидальні чинники стримують реалізацію суїциду. Виявлено, що роботоголізм в осіб з низьким доходами зумовлений зубожінням, а в осіб заможних – «почуттям бідності» та «страхом втратити статус».

Встановлено, що музичний, релігійний/ідеологічний фанатизм та адитивні захоплення виконують квазі-терапевтичну функцію.

Ключові слова: *агресивна поведінка, сексуальні девіації, суїцидальна поведінка, адиктивна поведінка, особистість, суспільство.*

Ткач Богдан Николаевич, кандидат психологических наук, докторант
Института психологии имени Г.С. Костюка Национальной академии
педагогических наук Украины

СТРУКТУРА ДЕВИАНТНОГО СУБСТРАТА И ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

Аннотация

В статье представлены таксономии девиаций в современном обществе и описана структура их девиантного субстрата/деятельности. Доказано, что девиантный контекст является агрессивным и умело использует несовершенства человеческой психики, особенно у лиц с низкой психологической грамотностью. Выявлено, что в презентации конвенциональных и неконвенциональных девиаций применяются эстетизация, сакрализация и аксиологизации. Показано, что пищевые аддикции, химические аддикции и потребительство искусственно создаются с применением традиционных методов воздействия (пропаганда) и новейших технологий (нейромаркетинг). Описаны существование постоянной диссоциации и взаимозаменяемости различных форм девиации в современном обществе. Раскрыты современные особенности социально эротических коллективных отношений и понимания сексуальных девиаций. Идентифицировано формы социализированной агрессии в элитарном обществе. Показано трансформацию проявлений девиантного поведения, в частности аддикции отношений в соцсетях, в результате цифровой колонизации и научно-технического прогресса. Выявлено появление среди населения некоторых иллюзий и когнитивных искажений, вызванных контролируемостью поисковых сервисов в Интернете. Установлена взаимосвязь между мозговыми особенностями геймера и выбором жанра,

когнитивной сложности и наполненности стрессогенными сценами компьютерной игры. Показано, что хорошо выражены антисуицидальных факторы сдерживают реализацию суицида. Выявлено, что работоголизм у лиц с низким доходами обусловлен обнищанием, а у лиц состоятельных – «чувством бедности» и «страхом потерять статус». Установлено, что музыкальный, религиозный/идеологический фанатизм и аддитивные увлечения выполняют квази-терапевтическую функцию.

Ключевые слова: агрессивное поведение, сексуальные девиации, суицидальное поведение, аддиктивное поведение, личность, общество.

Тkach Bohdan, PhD in Psychology, Doctoral Candidate of Institute of Psychology G.S. Kostyuk NAPS of Ukraine.

THE STRUCTURE OF DEVIANT SUBSTRATE AND ACTIVITY IN THE MODERN SOCIETY

Summary

The article presents the taxonomy of deviances in the modern society and describes the structure of their deviant substrate/activity. It is proven that the deviant context is aggressive and it skilfully uses imperfections of the human psyche, especially of people with low psychological literacy. It appears that aestheticization, sacralization and axiologization are applied in order to promote conventional and non-conventional deviances. It is pointed out that food addictions, chemical addictions and consumerism are being artificially created with the application of traditional influence methods (propaganda) and modern technologies (neuromarketing). The existence of permanent dissociation and interchangeability of different form of deviance in the modern society are described. The insight into the modern peculiarities of socially erotic collective relations and understanding of the sexual deviances is provided. The forms of socialized aggression in the elite society are identified. The transformations of deviant behaviour are presented, in particular, social networking addictions resulting from digital colonialism and scientific progress. It was discovered that controllability of the internet search engines created

certain illusions and cognitive distortions among the population. The interconnection between characteristic brain features of a gamer and a genre choice, between cognitive complexity and frequency of stressful scenes in a computer game has been established. It is pointed out that distinct anti-suicidal factors restrain from committing suicide. It is discovered that workaholicism of people with low income is predetermined by impoverishment, and of wealthy people – by “a sense of poverty” and “fear to lose status”. It is established that musical, religious/ideological fanaticism and addictions fulfil quasi-therapeutic function.

Keywords: *aggressive behaviour, sexual deviations, suicidal behaviour, addictive behaviour, personality, society.*

Постановка проблеми. Як показує практика для комплексного і системного дослідження недостатньо мати дані про соціальні характеристики та індивідуально-психологічні чи нейроперсонологічні дані про осіб з девіантною поведінкою. Необхідно також брати до уваги структуру девіантного субстрату/діяльності та девіантну реальність, в якій перебуває і розвивається особистість. Цей момент надзвичайно є важливим, адже існує ще до тепер соціоцентричне розуміння девіантної поведінки та переконання у дослідників девіацій, що індивід стає девіантним не через примус і зовнішній вплив, а через психологічну готовність потрапити під вплив.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У парадигмі Апетик (2001), Змановская та Рыбников (2009), Кондрашенко (1988), Менделевич (2005), Clarke та Kell (2007), Thio (2009) та інших передбачається існування девіантного контексту, але йому відводиться роль сталих умов, а не причин виникнення девіації. Проте, це зовсім не так, адже девіантний контекст не завше є даністю, а штучно створюється під психологічні недосконалості людини соціальними інженерами, нейромаркетологами, філософами та іншими фахівцями. Крім того, більшість дослідників захоплюються «змаганням хто кращий відкривач/мисливець» нових девіацій і не здійснюють опис того, що визначає і характеризує структуру девіантного субстрату/діяльності. Також

вони нехтують як його контентом, так і походженням і не беруть до уваги, на які саме нейронні мережі мозку впливає конкретний компонент девіантного субстрату/діяльності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Неврахування цього аспекту призводить до некоректної оцінки отриманих даних як при нейропсихологічному, так і при психологічному дослідженні особистості з девіантністю.

Метою статті є визначення особливостей структури девіантного субстрату та діяльності в сучасному суспільстві, що дозволить здійснювати коректну інтерпретації даних нейропсихологічної діагностики осіб з девіантною поведінкою.

Виклад основного матеріалу і результатів дослідження. Для дослідження структури девіантного субстрату/діяльності в сучасному суспільстві була сформована вибірки, яка складалася з 400 осіб з девіантною поведінкою, з рівномірним гендерним розподілом та рівномірним віковим розподілом від 18 до 55 років з типовими для нашого суспільства девіаціями.

У таблиці представлено частоти девіацій у вибірці досліджуваних. Проте не було жодної особи із якоюсь однією девіацією. Переважно це комбінації та постійна зміна в залежності від девіантних трендів та тенденцій у суспільстві.

Таблиця 1

Таксономія девіантної поведінки

Девіантна поведінка		Частота	
		Чоловіки	Жінки
Тип	Клас		
Сексуальні девіації	Проміскуїтет	98%	96%
	Сатириаз / німфоманія	97,5%	98,75
	Свінгерство	14,25%	8%
	Гомосексуалізм	2,5%	4,5%
	Бісексуальність	2,75%	11,25%
	Трансвестизм	1,5%	2,25%
	Садизм	36%	8%
	Мазохізм	2,25%	20,75%
	Ексібіціонізм	1%	2%

Агресивна поведінка	Інструментальна (проактивна) агресія	77%	50,75%
	Несоціалізована агресивна поведінка	7%	1,75%
	Адикції агресивної поведінки / психопатологічна агресія	3%	1%
	Імпульсивна (активна) агресія	5,25%	6%
	Неімпульсивна (відтермінована) агресія	46,25%	30,25%
Суїцидальна поведінка / Парасуїциди	Суїцидальні замах	0%	0,25%
	Суїцидальні спроби	0,5%	0,75%
	Суїцидальні прояви	9,5%	11,75%
Інформаційні адикції	Інтернет (новини, соцмережі, меседжери)	96,25%	98%
	Телебачення (новини, телесеріали, ток-шоу)	33,25%	58%
Ігрові адикції (лудоманії)	Гемблінги різного жанру	35,5%	51,75%
	Азартні ігри в реальності, з гральними автоматами, в інтернеті	39,5%	6,5%
	Спортивна лудоманія, лото	85%	1,25%
Роботоголізм	Трудоголізм	58,5%	46,25%
	Крусадерство	12,5%	26,75%
	Маркетинг	32%	21,25%
Адикції від речей	Гаджети (смартфони, планшети ...),	95%	98%
	Одяг брендовий,	76%	95,25%
	Косметика	59,5%	99,75%
	Ювелірні вироби	14%	87%
	Автомобілі	88,5%	62%
Фанатизм	Релігійний	24%	52,25%
	Музичний	57,75%	75,5%
	Духовних практик	28%	47,75%
	Спортивний	17%	24%
	Політичний	10%	6,5%
Адиктивні захоплення	Селфі-манія	72%	85,5%
	Мандрювання	55%	85,25%
	Екстремальні види спорту, руферство	9,25%	3%
	Колекціонування	7,75%	9,5%



	Мисливство / рибальство	6,75%	0,5%
Адикції відносин	Нав'язлива дружба	6,5%	20,25%
	Пікаперство	24,5%	11%
	Любовні адикції	9,75%	59,5%
	Переслідування	7%	3%
	Співузалежнення до людей, тварин	14%	30,5%
Харчові залежності	Переїдання	55,25%	35%
	Голодування	6,75%	25,75%
	Харчові дієти	20,75%	32%
Статусні адикції	Егоїзм (статус, ранг, звання, ступені, нагороди)	51,75%	45,5%
	Шопінг-залежність	8%	60,5%
	Авто-адикції	58,75%	31,5%
Акцентуація на власній зовнішності	Спортивні вправи (Йога, фітнес, спорт)	57,5%	50,25%
	СПА-процедури	23%	65,5%
	Послуги салонів краси	6,25%	82,25%
Хімічні адикції	Етиловий спирт	40%	12,5%
	Кофеїн	42%	45%
	Нікотин	14,5%	7%
	Інші наркотики	2,5%	3%
	Електронні сигарети	6,25%	1,25%

Сексуальні девіації пов'язані з новою сексуальною реальністю для якої характерним є перехід від нав'язаної суспільством еротофобії до лібералізації сексуальних стосунків; від табу на сексуальність до возвеличення сексуальності; від цноти до розпусності; жінка із пасивного учасника у соціальних еротичних колективних стосунках стала рівноправним; від обмеженого доступу до схвальних форм сексуальної насолоди до умов вільного ринку сексуальних послуг; від креативної до переважання рекреативної функції сексу; від стигматизації особливих сексуальних вподобань до толерантності та інколи до моди на них. Метамодернізму притаманна еkleктика всіх вищезгаданих крайнощів та відтінків сексуального наративу. Людина є найсексуальнішою істотою і прагнення до нових вражень є домінуючим у популярності так званих сексуальних девіаціях, які сприймаються, як щось екзотичне на пострадянському просторі. Звертаємо вашу увагу на те, що на

світовому ринку порносайтів витримують жорстоку конкуренцію ті які є лідерами у висвітленні сексуальних трендів та тенденцій. Вже пропонується віртуальна сексуальна реальність, високотехнологічні секс-іграшки для дорослих, імітація реального сексу з персонажами комп'ютерних ігор, персоналізовані і кастомізовані секс-послуги, додатки на гаджети для всіх видів сексу, гіперреалістичні секс-ляльки (деякі мають опцію чатбота), які вже здаються в оренду у будинках розпусти. Небезпечними стають сексуальні девіації коли вони носять психопатологічну основу і причиняють незручності чи небезпеку іншим. Можемо сказати, що за останні приблизно десять років із розвитком швидкості Інтернету, що зумовив легкий доступ до еротичного контенту, у суспільстві відбулося насичення еротикою. Це дуже є очевидним у нейромаркетингу, коли експлуатація сексуальності, оголеного тіла чи сороміцького підтексту перестали бути атракторами у рекламі. Зараз, у суспільстві відбувається процес пошуку оптимального сексуального наративу, який би враховував біологічні особливості людини, захист від трансексуальних інфекцій та ціннісно-нормативних стандартів суспільства. Крім того відбувається самобутній процес сексуального просвітництва у суспільстві та формування норм сексуальних стосунків.

У 98% чоловіків і 96% жінок особливі сексуальні вподобання (проміскуєтет, німфоманія, сатириаз, свінгерство, гомосексуалізм, бісексуальність, трансвестизм, садизм, мазохізм) розцінювали як девіації, лише через те, що вони не співпадали з сучасним законодавством. На переконання 45,75% жінок секс, як спосіб покращення матеріального стану та підвищення соціального рангу в суспільстві та на переконання 97,25% чоловіків секс, як форма вдячності вважається прийнятним явищем. Складається таке враження, що у вихованні дівчат у елітарному суспільстві закладається латентна проституція.

Найчастіше використовують такі сексуальні девайси: еротична білизна, фалоімітатори, вібратори, анальні пробки, батоги, засоби фіксації (наручники, ремні, нашійники, бондаж), пов'язка на очі. Методами еротичного зваблення є

спокусливий вигляд, невербальна комунікація (погляд, посмішка, дотик), розмови про секс, модуляція голосу, демонстрація своєї тілесної вроди, демонстрація свого інтелекту.

Було встановлено гендерні відмінності у ставленні до власних сексуальних девіації. У чоловіків відкритість (24%), приховування (43%), невротичне переживання (14%), суїцидальні думки (6%), витіснення (13%). Тоді як у жінок відкритість (4%), приховування (74%), невротичне переживання (9%), суїцидальні думки (2%), витіснення (11%).

Патологічними девіації були у 13% чоловіків і 5% жінок, а решта мали усвідомлений і контрольований характер, оскільки реалізовували у середовищі (закриті тематичні секс клуби, оргазмічні центри) та з партнерами для яких дана поведінка є прийнятною.

Агресивна поведінка присутня повсюдно, адже у нашому елітарному суспільстві пропагується модель змагання і самотурботи. Агресія переважно постає у змінених цивілізацією формах (економічні, правові, психологічні, фізичні), має інструментальний характер, і є до деякої міри, регламентованою законодавством. Як не парадоксально, але в умовах мирного життя вбивство собі подібного є легалізованим у спорті через черепно-мозкову травму при контактних видах боротьби (бокс, карате, футбол тощо). Інший варіантом фізичної реалізації агресії, хоч в ігровій формі, є практика BDSM. Було помічено що найчастіше роль «домінатора» (82% чоловіки) обирають особи з ослабленою функцією орбіто-фронтальної чи венстромедіальної частини префронтальної кори, роль «субдомінантої» обирають особи з ослабленням функцій дорзолатеральної частини префронтальної кори, а також, здорові жінки задля збереження стосунків з чоловіком, тоді, як ідеологами/промоутерами BDSM є особи з ослабленням венстромедіальної частини кори мозку.

Люди настільки захоплюються ієрархічними, економічними та еротичними іграми, що вдаються до ненормативної та несоціалізованої агресії, яка згодом стає адиктивною, а інструментами її впровадження є зловживання службовим становищем чи соціальним рангом. Саме такі випадки агресії ми

розглядаємо, як девіацію. Також у нашому суспільстві з'явилася агресивні поведінки внаслідок посттравматичного стресового розладу, як реакція на несправедливість та адиктивна агресія внаслідок тривалої депривації від мирного життя.

Суїцидальна поведінка (парасуїциди) у нашій вибірці була пов'язана з професійною діяльністю (медики), невзаємними еротичними почуттями, втрати рідних на війні (АТО), фінансові труднощі, соматичні хвороби, несприйняття своєї зовнішності. Основним механізмом є інтерпретація інформації, як фатальної/психотравмуючої та не здатність з нею самотійно справитися. Найчастіше цей стан описують, як «втрату смаку до життя», «внутрішню пустоту», «зникнення сенсу життя», «зупинку часу». У досліджуваних були добре виражені антисуїцидальні чинники (батьки, діти, тварини, мрії), які стримували реалізацію суїциду. Не було жодного випадку коли хтось із досліджуваних у соцмережах долучався до, так званих, груп смерті («Синій кит», «Море китів», «f57», «Тихий Дім», «Розбуди мене о 4.20», «Червона сова» тощо). У цих групах адміністратори пропонують гру із серії завдань нанесення собі тілесних пошкоджень, а в кінці гри дається вказівка у який саме спосіб здійснити суїцид з проханням відео трансляції цього процесу.

Серед досліджуваних не було жодної особи у якої хоч раз в житті не виникало суїцидальних думок.

Інформаційні адикції зумовлені виробниками новин. У планетарному значенні беззаперечними соцмедіа лідерами є Facebook, Google та інші транснаціональні корпорації. У 17% чоловіків і 14,25% жінок через відсутність навичок користування Інтернетом адиктогенним джерелом було телебачення, радіо та преса. Виробниками новин застосовуються всеможливі поведінкові техніки для формування та підтримання постійно високого рівня адиктивності та довіри до них. У сучасному світі, для виживання цих корпорацій необхідні величезні масиви даних про людей, що дозволяє покращувати таргетування реклами, яка дає можливість керувати поведінкою людей. Зважаючи на масовість та повсюдність використання іноземних операційних систем у

комп'ютерах (сматфонах, різноманітних гаджетах) про кібернетичну незалежність вже вести мову не доводиться. Пошукові сервіси контролюють пошук, що призвело до масової появи серед населення деяких ілюзій та появи когнітивних спотворень: Google ефект, Facebook ефект, Яндекс ефект, нетворк-ефект. Суть полягає в тому, що пошукові сервіси збирають персональну інформацію про користувача, індивідуально-психологічні особливості, вподобання, світогляд, локацію, етнічну приналежність, друзів, вивчається стиль мовлення та інше і у результатах пошуку подається саме така, інформація яка найбільш очікувана для користувача і в тій формі, яка найкраще ним сприйметься і спонукатиме його до певної дії чи схилить до певної думки. Це нова проблема, з якою не доводилося стикатися психологам раніше. У телебаченні методи впливу на свідомість, які створив Й. Геббельс до цього часу не змінилися контент та політика каналу чітко визначається власником (монополізація медіа великим капіталом). Новою тенденцією для телебачення є використання нейромаркетингу у рекламі.

Роботоголізм виступає, як засіб втечі від багатьох психологічних, екзистенціальних та соматичних проблем – ілюзорно-компенсаторна діяльність (у чоловіків 33%, жінки 42,5%), яка призводить до особистісної деформації; як діяльності яка дає найбільше задоволення – адикція у формі творчості, маркетингу, просвітництва (чоловіки 27%, жінки 12%); як безальтернативна діяльність без примусу – слабовольність (чоловіки 7%, жінки 10,5%); як жертівність – крусадерство, невроз (чоловіки 19,5%, жінки 28%); як засіб для збереження соціального статусу – примус (чоловіки 13,5%, жінки 7%). Останній має дві різні мотивації: перша – через те, що реально не буде за що існувати (зубожіння), таких людей в країні багато, але вони не потрапили в нашу вибірку. Друга пов'язана з «почуттям бідності» та «страхом втратити статус», які не пов'язані з реально хорошим фінансовим положенням (дохід у сотні-тисячі разів перевершує мінімальний прожитковий мінімум).

Ігрові адикції серед яких виокремлюємо геймерство (одержимість від комп'ютерних ігор) та лудоманію (одержимість азартними іграми). Дослідники

описували поведінкові прояви пристрасті до комп'ютерних ігор і при цьому не звертали увагу до яких саме ігор, не вивчали контент (сюжет, жанр), а також, як ця гра впливає на когнітивну, афективну сфери геймера. Отже геймери із зниженою мозковою активністю (62%) обирають ігри із такими жанрами, як трилери, пригоди, стрілялки, гонки, з насильством, спортивні і змаганням. Тоді, як геймери із підвищеною мозковою активністю (38%) обирають ігри з заспокійливим впливом: квести, стратегії. Тобто жанр комп'ютерної гри виконує терапевтичну функцію у афективній сфері. Натомість у когнітивній сфері інша тенденція – обирають ті ігри, які легко даються і не потребують вироблення нових складних когнітивних навичок. Виявлено ще одну особливість – стресостійкі особи обирають ігри з насильством та ігри, що вимагають хорошої орієнтації у двовимірному/трьохвимірному просторі.

Лудоманія до азартних ігор, характерна для осіб з хорошим заробітком і призводить до програшів великих сум грошей у казино, а ілюзія «відіграти» втрачене, на основі почуття провини, ще більше втягує індивіда у адикцію. Ключовими є два фактори: це психологічний – ілюзія легких грошей та фактор адиктивного контексту казино – структурований простір лише для ігрової діяльності; приховування часу (відсутність годинників, наглухо зашторені вікна), штучно підвищена енергійність людей підвищенням концентрації кисню у повітрі, зниження критичності (безкоштовний алкоголь, красиві жінки та чоловіки) тощо. Поєднання цих факторів при ослабленому самоконтролі призводить до запуску лудоманії навіть у неазартних людей.

Адикції від речей у нашому суспільстві штучно формуються нейромаркетологами, адже людина купує в першу чергу емоцію, а потім товар. У такому підході ціна визначається не економічними розрахунками, а психологічними – скільки щастя (дофамін) та задоволення (серотонін) отримає покупець від придбання речі/послуги/ілюзії. Існує поняття «бренд», яке походить від норвезького слова, що означало таврувати товар, худобу з метою встановлення хто виробник/власник. Зараз бренд є фінансовим поняттям, яке в собі містить узагальнюючі уявлення про певних особистостей, груп людей,

товари, послуги, компанії. У нашому споживацькому суспільстві (консьюмеризм) тотально присутня брендманія, яка підсилюється вродженим прагненням людини до кооперації та приналежності до групи/суспільства. Надзвичайно активно розвивається он-лайн торгівля і світовим лідером є Amazon. Зараз на сайти заходить трохи більше половини відвідувачів із мобільних пристроїв (не стаціонарних комп'ютерів), і власне велика кількість потенційних покупців спонукала створювати платформи для зустрічі покупців і продавців. Платформа це свого роду віртуальний адиктивний контекст. Поява інтернетмаркетингу призвела до того, що активно вишуковують дані користувачів Інтернету, і не лише, і перетворюють їх у потенційних покупців, застосовуючи різноманітні психологічні підходи для виявлення і впливу на «поведінкові драйвери» та Інтернет інструменти для створення «автоматизованих лійок продажів», «будова тунелів продажу у меседжерах» (алгоритм формування купівельної поведінки до певного продавця). Вирватися з полону таргетованої реклами і різноманітних маркетингових впливів у мегаполісі чи там де є хоч якийсь зв'язок з Інтернетом практично не реально. Маркетологи 24 години на добу і 7 днів на тиждень «таврують» веретеноподібну закрутку мозку людям, програмують і синхронізують планові покупки у суспільстві.

Фанатизм має ті самі механізми, що і адикція до речей, лише об'єктом адикції є інтелектуальні продукти: догми, концепції, ілюзії, твори літературні/музичні/мистецькі. Існують сезонні загострення осінь-зима та синхронізовані із значимими культурними, історичними, релігійними, ідеологічними подіями в суспільстві. Для залучення нових adeptів і утримання існуючих використовуються ті самі підходи, що і в нейромаркетингу, а також реальний та віртуальний адиктивний контекст. Релігійний фанатизм представлений аврамічними релігійними системами; музичний – поп-виконавцями україномовними, російськомовними та англомовними; духовних практик – Йога, дхармічні релігійні системи; спортивний – футбол, бокс; політичний – домінуючими партіями, які по чергово стають владними.

У нашій вибірці найбільше був виражений музичний фанатизм. Мова не йде про музикантів у яких внаслідок багатолітньої музичної практики добре розвивається міжпівкульна організація аудіальних і моторних функцій та збалансований перерозподіл між півкулями мозку психічних функцій. Хоча, українці є однією музично найобдарованіших націй світу, мова йтиме про не музикантів. Перебуваючи (керуючи) в транспортному засобі, чи під час добирання на роботу/навчання, заняттях спорту, на роботі люди слухають музику, яка створює певний емоційний контекст. Переважно це улюблені записані композиції чи трансляція локальних FM-станції і рідше трансляція радіостанцій через Інтернет. Існує багато музичних стилів, жанрів і напрямків у яких є свої поціновувачі. Кожен стиль має свій специфічний вплив на діяльність мозку. Музичний темп спонукає до певного темпу діяльності (110 ударів/хв. найкраще підходить для повільної ходьби, а 160-175 ударів/хв. для швидкого бігу), сюжет (ліричний, романтичний, драматичний...) викликає певні емоційні асоціації і спонукає до дій. Особливого значення це набуває тоді, коли людина керує транспортними засобами чи здійснює небезпечну/відповідальну діяльність. Адже музика є одним із способів невербальної комунікації (сприйняття та відчуття настрою через музику) і тісно пов'язаний із афективною сферою (поточний емоційний стан особистості, який впливає на когнітивні процеси). З власного життєвого досвіду кожен з нас, знаючи музичні вподобання людини, зможе з досить високою вірогідністю сказати про її індивідуально-психологічні особливості.

Музичний фанатизм постає, як психотерапевтичний інструмент – музикотерапія. Відомо, що при депресивних станах весела музика погіршує стан, а сумна, має терапевтичний ефект – сприяє швидшому подоланню депресії. Опитування показало, що причиною повсякденного прослуховування музики є прагнення приглушити відчуття фізичної втоми, легше справитися із монотонною роботою і тривалим очікуванням (перебування в транспорті), відволікає від напливу думок та для покращення когнітивних здібностей і уваги.

Середній рівень фонового шуму навантажує мозок обробкою інформації і таким чином вивільняє праву півкулю від пригнічуючого впливу лівої, що сприяє креативній діяльності. Натомість, при високому рівні шуму, мозок надмірно перевантажений обробкою інформації, що всі інші подразники ігнорує. Така ситуація часто зустрічається в ресторанах і клубах. Тиша не завжди сприяє творчості, уважності чи покращенню когнітивних показників. Як бачимо, музичний фон за впливом уподібнюється до транскраніальної магнітної стимуляції.

Релігійний фанатизм є помірно вираженим. З моменту хрещення Русі (988р.) християнство стає все більш домінуючою філософією. Еклектика національного та християнського світоглядів породила суспільні цінності та норми для українців. Особливістю української культури є гармонійне поєднання егалітаризму, індивідуалізму та елітаризму, що дозволяло уникати конфліктів моральних цінностей. Егалітаризм проявлявся у підтримці власної родини/родичів у випадках потреби, а також повага і турбота про старших/нужденних членів громади. Індивідуалізм проявлявся у вихованні дітей, управлінні сімейними ресурсами, веденні домашньої економіки, свободі совісті, виборі сфери діяльності задля забезпечення сімейного благополуччя. Елітаризм проявляється у непохитній ієрархії, яка ґрунтується на віковій, гендерній диференціації ролей у суспільстві та ідеї державності задля збереження нації. Все це відображено у обрядах урочистостей, фольклорі та нормах.

Дуже драматичні події минулого століття такі, як геноциди, війни, репресії, а також індустріалізація та урбанізація кардинально змінили традиційні цінності у суспільстві.

На даний момент внаслідок трансформаційних змін у суспільстві (розпад СРСР) Комунізм, поступився Християнству яке стало домінуючою соціокультурною ідеологією у нашій країні. Також проникнення майже всіх релігійних систем, сучасних філософських думок робить наше суспільство

толерантним до різних світоглядів. Дуже хороша тенденція прослідковується у сучасному суспільстві – послаблення абсолютизації будь-чого.

Адиктивні захоплення – це група адиктивних поведінок в основу класифікації якої покладено фолксономія. Нові тенденції, які наче гриби після дощу, виникають у суспільстві і стають нав'язливими діями та модифікують поведінку людей: селфі-манія, блогерство, мандрювання, екстремальні види спорту, руферство, політичний фанатизм, колекціонування, спінерманія, дрономанія, мисливство/рибальство тощо. З часом, ці адиктивні захоплення можуть зникати.

Адикції відносин (співзалежність) стали поширені завдяки розвитку соцмереж, віртуальних груп, і особливо вони характерні у мегаполісах де почуття самотності дуже виражене. Також у наш час шлюби/парування/партнерство здебільшого вибудовується на основі психологічної сумісності, а не інших пріоритетах, кожна людина є унікальною і досить проблематично освіченим людям віднайти у місці свого проживання особистостей із бажаним світоглядом, моральними цінностями тощо. У своїх фантазіях люди створюють такі образи і такі критерії, що в реальності таких осіб дуже мало. Віртуальна реальність і віртуальні відносини починають конкурувати з реальністю і деяких досліджуваних (чоловіків 72% і жінок 63,75%) виникала абстиненція при позбавленні доступу до Інтернету навіть на дві доби. Настільки люди втягнуті у відстеження подій у соцмережі та спілкуванні, що відбувається злиття власного «Я» з іншими та зникає відчуття де закінчується власне «Я» та починається інша особистість. Був випадок коли хлопець і дівчина познайомилися на сайті знайомств, майже постійно знаходилися у відео он-лайн спілкуванні (разом прокидалися, засинали, переглядали фільми тощо). Через місяць настільки сформувалася адикція відносин, що нагадувало кохання (невроз). Згодом вони розсталися, так і не зустрівшись у реальності, хоча проживали на відстані 470 км і була можливість один до одного приїхати.

Часто адикції відносин зустрічаються у дисфункційних сім'ях. Сім'я – це група людей зі складною системою комунікацій, взаємовідношень і обов'язків. Перший варіант адикції відносин – коли особистість народилася у дисфункційній сім'ї і недоотримує належної уваги, турботи і виховання (6%). Причинами були низька компетентність у сімейному житті, неповна сім'я, незадоволення сімейним життям, низькі педагогічні навички батьків. Другий варіант – поява адикції відносин зумовлена тривалим конфліктом під впливом якого формуються коаліції із родичів, для вирішення певної конфліктної проблеми у сім'ї. У нашому дослідженні мало місце 32% таких випадків, коли дисфункційність сім'ї була транзиторною, і самостійно чи при психологічній інтервенції поверталася у норму. У цьому варіанті адикція відносин була ситуативною, а не тенденційною, і як тільки зникла проблемна ситуація цей феномен адикції відносин зникав, а не трансформовувався у щось інше.

Харчові залежності, як голодування і дотримання дієт харчування пов'язані з культом молодості і довголіття. Тоді, як переїдання ґрунтується на пострадянських «застільних традиціях» та штучно створюється виробниками їжі, особливо фаст-фудів (реклама, запахи, дають прохолодні газовані напої, які сповільнюють травлення і зменшують відчуття насиченості, надмірне наповнення їжі цукрами, жирами, глутамат натрію тощо).

Кожен практикуючий психолог знає, що оцінка суспільства та уявлення особистості про свою фізичну зовнішність є визначальним компонентом Я-концепції. Образ тіла формується на когнітивній оцінці та афективному відношенні своєї зовнішності і свого тіла. У когнітивному компоненті жінки переоцінюють об'єм/форму/розмір свого тіла, а чоловіки недооцінюють. У афективній сфері жінки надзвичайно сензитивні до своєї зовнішності, тоді, як чоловіки значно менше. Треба зробити уточнення, у нашій вибірці, це стосувалося не всього тіла, а лише деяким його частинам і є значимі гендерні відмінності. Помічено тенденцію, що при позитивному самосприйнятті своєї зовнішності/тіла значно зростає самооцінка, інколи надмірно. Тоді, як при

негативному прийнятті різко знижується самооцінка і виникає часто суїцидальна поведінка.

При негативному прийнятті свого тіла було виявлено такі захисні механізми: 1) приховування свого недоліку і болісне переживання при виявленні його іншими (чоловіки 27%, жінки 9%); 2) виправлення свого недоліку завдяки пластичній хірургії та великими фізичними зусиллями (чоловіки 8%, жінки 42%); 3) ігнорування свого недоліку (чоловіки 28%, жінки 7%); 4) експлуатація свого недоліку для досягнення своїх цілей (чоловіки 9%, жінки 8%); 5) компенсації свого недоліку досягненнями у іншій діяльності (чоловіки 16%, жінки 15%); 6) компенсацію свого недоліку підвищенням дружелюбності, поступливістю, зниженням самооцінки та зниженим рівнем домагань (чоловіки 12%, жінки 26%).

Статусні адикції надзвичайно характерні для нашого ієрархічного суспільства – вихваляння своїми матеріальними цінностями, становищем, рангом для самореклами. Для кожного соціального прошарку та певного регіону є свої речі – діяльність, спосіб життя, які підкреслюють статус. Не варто навіть їх згадувати бо тенденції дуже плинні. Проявляються статусні адикції пожадливістю та зарозумілістю не лише у манері поведінки і мовленні, а й у всіх видах діяльності. За даними міжнародних експертів, наша країна у 2016 році посіла третє місце, а у 2017 році сьоме місце серед найбідніших країн світу, і в той же час у нашому суспільстві етика обмеження у еліт відсутня, а повсюдно обожнюють статусні адикції.

Акцентуація на власній зовнішності пов'язана із культом молодості та переконанням, що найкраща інвестиція в себе самого. Якщо раніше акцентуація на власній зовнішності/фігурі/масі була характерною для жінок після 40 років, а для чоловіків після 50 років то зараз майже для всіх вікових категорій. Тому, люди слідкують за своїм здоров'ям, проводячи час на курортах, відвідуючи Йога-центри, психологічні тренінги, СПА процедури, косметичні салони, користуючись послугами пластичних хірургів тощо. Проте, у нашій вибірці не

було людей, які б робили пластичні операції, які б кардинально міняли зовнішність, лише амбулаторні маніпуляції, які приховують прояви старіння.

Хімічні адикції є повсюдними і частина з яких активно підтримується державою та виробниками психоактивних речовин. Створюються цілі міфи та постійне нав'язування вживання психоактивних речовин. Несанкціоноване виробництво та поширення психоактивних речовин без ліцензії не схвалюється державою і передбачає кримінальну відповідальність. Найпоширенішими наркотичними речовинами є алкоголь, нікотин, кофеїн, галюциногени, важкі наркотики. У нашому суспільстві збереглася ще традиція при якій хімічні адикції сприяють афіліації у суспільство та покращення свого соціального положення. При фізичній фазі залежності ефект настає протилежним – суспільство відвертається від хворого.

Висновки. На основі отриманих результатів дослідження можна сказати, що форми девіацій, які міняються, насправді є різними проявами реалізації девіантного процесу. Виявлена взаємозамінність форм дозволяє з великою вірогідністю передбачити, які саме існуючі девіації можуть поступитися новим, а які ні. Застосування контент-аналізу тенденції реклами та пропаганди девіантного субстрату/дій, дозволяє зробити висновок, що в суспільстві та рекламі присутня естетизація, сакралізація та аксіологізація всіх конвенціональних і неконвенціональних девіацій. Краса та вишуканість привертають увагу людей, дарують відчуття задоволення. Також у людини є прагнення до чогось возвеличеного та ідеального, а ідеологи/міфодизайнери девіацій вдало все це використовують, як атрактор. Тому, перед досягненнями нейромаркетингу психологічно неграмотна людина є беззахисною.

Перспективи використання результатів дослідження. Отримані нові дані про таксономію девіацій у сучасному суспільстві та структуру їхнього девіантного субстрату/діяльності будуть використані при інтерпретації результатів нейропсиходіагностики особистості з девіантністю.

Список використаних джерел

1. Апетик Н.М. Моральна саморегуляція як умова попередження девіантної поведінки підлітків : дис. канд. психол. наук: 19.00.07). Чернівецький національний ун-т ім. Юрія Федьковича, Чернівці, 2001 – 231с.
2. Змановская Е.В., Рыбников, В.Ю. Девиантное поведение личности и группы / Е.В. Змановская, В.Ю. Рыбников. – Санкт-Петербург: Питер, 2010 – 352с.
3. Кондрашенко В.Т. Девиантное поведение у подростков / В.Т. Кондрашенко. – Минск: Беларусь, 1988 – 207с.
4. Менделевич В.Д. Психология девиантного поведения / В.Д. Менделевич. – Санкт-Петербург: Речь, 2005 – 445с.
5. Clarke E.J., Kell D.H. Deviant Behavior (7th ed.) / E.J. [Clarke](#), D.H. Kell. – New York: Worth Publishers, 2007 – 752p.
6. Thio A. Deviant Behaviour / A. [Thio](#). – Boston: Allyn and Bacon, 2009 – 408p.

References transliterated

1. Apetyk N.M. Moralna samorehuliatytsiia yak umova poperedzhennia deviantnoi povedinky pidlitkiv : dys. kand. psykhol. nauk: 19.00.07). Chernivetskyi natsionalnyi un-t im. Yuriiia Fedkovycha, Chernivtsi, 2001 – 231s.
2. Zmanovskaya E.V., Ryibnikov, V.Yu. Deviantnoe povedenie lichnosti i gruppyi / E.V. Zmanovskaya, V.Yu. Ryibnikov. – Sankt-Peterburg: Piter, 2010 – 352s.
3. Kondrashenko V.T. Deviantnoe povedenie u podrostkov / V.T. Kondrashenko. – Minsk: Belarus, 1988 – 207s.
4. Mendelevich V.D. Psihologiya deviantnogo povedeniya / V.D. Mendelevich. – Sankt-Peterburg: Rech, 2005 – 445s.
5. [Clarke](#) E.J., Kell D.H. Deviant Behavior (7th ed.) / E.J. [Clarke](#), D.H. Kell. – New York: Worth Publishers, 2007 – 752p.
6. [Thio](#) A. Deviant Behaviour / A. [Thio](#). – [Boston](#): Allyn and Bacon, 2009 – 408p.



*Ця робота ліцензується відповідно до Creative Commons Attribution 4.0
International License.*

*Авторське право (c) 2018 Tkach Bogdan Mykolaiovych Ткач Богдан
Миколайович*

Отримано: 20.03.2018

Відрецензовано: 29.03.2018

Опубліковано: 11.04.2018

DOI: <https://doi.org/10.31108/3.2019.2.8.12>