

провести корекційно-відновлювальну роботу.

Оскільки внутрішній особистісний конфлікт завжди індивідуальний, носить особистісний характер, його подолання залежить від таких факторів особистості, як вік, стать, характер, темперамент, соціальний стан, цінності й ін. Це вказує на те, що універсальних способів подолання внутрішніх особистісних конфліктів, що однаково підходять для всіх людей і ситуацій, не існує. Ефективні стратегії подолання внутрішнього особистісного конфлікту спрямовані на «роботу» з самою проблемою, зі змістом виниклого протиріччя і мають своєю метою подолання тих перешкод, які створює дана проблема на шляху можливості самоактуалізації особистості, її самореалізації і повноцінного життя. Саме у пошуку таких стратегій подолання внутрішнього особистісного конфлікту ми вбачаємо перспективи подальших наукових розвідок.

Список використаних джерел:

1. Гришина Н.В. Психология конфликта. / Н.В. Гришина. – СПб: Питер, 2000. –464 с. – (Мастера психологии).
2. Дмитриев А.В. Социальный конфликт: общее и особенное. / А.В. Дмитриев. - М.: Гардарики, 2002. – 526 с.
3. Крайг Г. Психология развития / Г.Крайг, Д.Бокум. – 9-е изд. – СПб.6 Питер, 2005. - 939 с. – (Мастера психологии).
4. Максименко С.Д. Розвиток особистості: розгортання чи новоутворення / С.Д. Максименко. // Психолог. – 2005. – №46 (грудень). – С. 4-10.
5. Фанталова Е.Б. Диагностика и психотерапия внутреннего конфликта. / Е.Б. Фанталова. – Самара: Издат. Дом «Бахра-М», 2001. – 127 с.

Резюме. В статье рассматриваются проблемы психолого-социальных концептов внутреннего конфликта в подростковом и юношеском возрасте. Результаты проведенного эмпирического исследования показали, что состояние внутреннего конфликта личности в подростковом и юношеском возрасте выражается в разрыве между потребностью в достижении внутренне значимых ценностных объектов и возможностью их достижения в реальности.

Summary. This article considers an inner conflict of a personality at an adolescence and preadult age, which is a manifestation of the normative age standards of a personality. The results of the empirical study proved, that a condition of the inner conflict of a personality at the indicated age periods reveals itself as a gap between a need of the significant inner values and a capability to assume those values in reality.

Keywords: inner conflict of a personality, needs, values, availability, existential meaningful orientations.

УДК 007: 304: 659.3

Ю.Д. ГАВРИЛЕЦЬ, С.В. ТУКАЄВ, В.В. РІЗУН, М.Ю. МАКАРЧУК

ЗАКОНОМІРНОСТІ ПСИХОЕМОЦІЙНОГО ВПЛИВУ ТЕЛЕВІЗІЙНИХ НОВИН НА МОЛОДУ СТУДЕНТСЬКУ АУДИТОРІЮ

Резюме. Які ефекти викликають телевізійні новини? Чи суттєвим є погіршення настрою від перегляду сюжетів? Чи викликають новинні телематеріали тривогу в студентів? На ці та інші питання відповідає пропонована стаття. Її новизна – в тому, що в ній були використані дані експерименту, проведеного у Київському університеті імені Тараса Шевченка. Загалом це одне з перших досліджень впливу телеконтенту на психоемоційний стан студентської молоді, здійснених в Україні.

Ключові слова: психоемоційний стан, медіаефекти, тривожність, настрої, експеримент, теленовини.

Постановка проблеми. Вплив мас-медіа зазвичай оцінюється в контексті негативних оцінок залежності людини від масової інформації. Наука давно визнала факт масмедійного впливу – від відкритого, сильного до непрямого, послабленого. Проте існує наукова проблема у розумінні окремих випадків впливу засобів масової комунікації (ЗМК) на людину: наскільки ці випадки є закономірними, чи медіаефекти мають вирішальне для поведінки й діяльності людини значення, чи може людина уникати впливу ЗМК, чи не чинять газети, телебачення, радіо та інтернет прихованого впливу на людину, а може, вплив медіа зводиться лише до короткотривалих реакцій, які не мають у момент дії важливого значення, а носять накопичувальний характер. Тому принциповим є поділ медіаефектів на довготривалі та короткотривалі. Останні – є легшими для фіксації та визначення причин.

Нинішній час неможливо порівнювати із минулим. Однією з головних причин цього є те, що інформація оточує нас на кожному кроці, що може спричинити стрес у сучасних людей. Не є таємницею, що особливо інтенсивний потік інформації продукується і поширюється в соціумі масовокомунікаційними джерелами. Це як рекламні ролики і комерційні інформаційні продукти на замовлення, так і кінофільми, різного виду ток-шоу. Проте провідне місце в палітрі телепрограм посідають новини, бо саме вони і є журналістикою в найчистішому вигляді як сферою продукування і трансляції повідомлень про факти. Новини часто формують сприйняття людиною тієї реальності, до якої реципієнт не має безпосереднього стосунку (не знає, не бачив на власні очі, часто не може перевірити). Тому телебачення, яке робить із своїх реципієнтів інертних глядачів, яким часто просто лінь перевіряти подані в новинах відомості. А тоді, коли глядач не перевіряє подану в медіа інформацію,

він її сприймає на віру. Прості речення, мінімум складної лексики, спрощений (порівняно з друкованими медіа) виклад матеріалу – все це робить телевізійні новинні випуски «легкостворюваним» продуктом, якому довіряють. Проте деякі дослідники справедливо стверджують про викривлену картину реальності, сформовану ЗМК. Т. зв. теорія нав'язування порядку денного, підвалини якої закладені М. МакКомбсом та Д. Шоу у дослідженні [1], має реальне підґрунтя. Підтверджують цю концепцію відмінності у сприйнятті реальності між тими, хто часто і тривало дивиться телевизор і тими, хто цього не робить. Перші вважають світ недружнім і небезпечним середовищем, тоді як останнім здебільшого нехарактерна така призма сприймання довколиньої дійсності.

Пояснення цьому просте. Більшість сюжетів у середньому новинному випуску на телебаченні становлять сюжети негативні. Так Дж. Хаскінс, М. Міллер та Дж. Кварлз [2] вказали, що близько 60 % сюжетів у середньому американському випуску новин на телебаченні можуть розглядатися як негативні, тоді як позитивних є лише 22 %. Решта є або нейтральними, або суб'єктивно-залежними від індивідуального сприймання кожного реципієнта. Можливо, такі відмінності сприймання мають місце через вплив медіа.

Медіаефекти, або наслідки впливу засобів масової комунікації, – доволі складне і багатогранне для дослідження явище. Нині в науці про медіа чи не найпопулярнішими є дослідження, в яких розглядається контент мас-медіа з різних боків. Але в таких працях неможливо навіть приблизно простежити, який реальний вплив здійснює те чи інше повідомлення на свідомість та поведінку аудиторії. Саме в цьому полягає актуальність нашого дослідження, а саме – у перенесенні основного акценту з сутності трансльованого медійного повідомлення на психоемоційні реакції аудиторії як вияви короткотривалих ефектів впливу мас-медіа.

Метою статті було виявити, як новинні сюжети телевізійних каналів змінюють психоемоційний стан аудиторії, а саме настрій, самопочуття, тривожність, і чи є суттєві закономірності у цьому процесі.

Гіпотеза нашого дослідження полягала в тому, що за всіма згаданими параметрами негативні новинні сюжети чинять суттєвий вплив на психоемоційний стан реципієнтів. Крім того, припускалося, що є явна відмінність між сприйняттям досліджуваними емоційно-негативних та емоційно-нейтральних сюжетів (контрольна умова).

Перші та фундаментальні експериментальні дослідження причинно-наслідкових зв'язків між переглядом насильства по телебаченню чи в кіно та подальшою агресивною поведінкою були проведені у 60-х роках минулого століття А. Бандурою на маленьких дітях, а також Л. Берковіцом та його колегами, які вивчали вплив відео на дітей та підлітків [3; 4; 5]. Результати цих ранніх досліджень показали, що діти, які подивилися більш агресивні кадри, поводити себе після цього агресивніше в ігровій кімнаті, ніж ті діти, які не спостерігали агресивних моделей поведінки. З того часу було проведено багато експериментальних досліджень, але більшість із них стосувалися показу актів агресії у кіно й на телебаченні загалом. Багато було досліджень ефектів реклами. Проте праць, присвячених вивченню впливу телевізійних новин, – в Україні не було взагалі, а у світі їх кількість вимірюється одиницями (В. Джонстон, Г. Дейві [6], Дж. Ньюхейгена [7], А. Шабо [8], Дж. Гербнера [9]).

Методика та процедура дослідження. Для вивчення впливу негативних телевізійних новин на глядачів ми провели експеримент із переглядом двох добірок відеоматеріалів, кожна складалася з п'яти відеофрагментів – емоційно-негативних і емоційно-нейтральних новинних сюжетів. Для експерименту добиралися сюжети з вільного доступу в інтернеті, які раніше демонструвалися по телебаченню. При цьому сюжети були відібрані за емоційним навантаженням інформаційного приводу новини. Якщо йшлося про насильство чи природну катастрофу, то сюжет про таку подію долучався до добірки негативних. Якщо у сюжеті подавався аналітичний огляд ринків чи повідомлення про якийсь вузькоспеціалізований захід, а явні негативні події у сюжеті не згадувалися, то такий телесюжет відносився до нейтральних.

Під час перегляду відеофрагментів обстежувані перебували у спеціальній екранованій, звуко- та світлоізолюваній камері у зручному кріслі в напівлежачому стані. До перегляду відео учасникам повідомлялася інструкція щодо їхньої поведінки під час експерименту – за командою експериментатора розплющити очі та приготуватися до перегляду, подивитися відео (з паузами між ними), посидіти з розплющеними очима у паузах, а потім заплющити очі і посидіти розслаблено. Експеримент проходив з травня 2011 р. до квітня 2012 р. на базі ННЦ «Інститут біології» Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Обидві відеодобірки були приблизно рівні за тривалістю і сукупна тривалість усіх сюжетів кожної добірки становила 7 хвилин 10 секунд.

Вибірка експерименту становила 47 студентів обох статей 1–2 курсів Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Із них 28 дівчат і 19 хлопців. Досліджувані з нормальною чутливістю всіх аналізаторів на час проведення експерименту були дібрані у випадковому порядку.

Експеримент, який проходив з 10 до 13 години ранку, полягав власне у перегляді однієї відеодобірки в один день. В інший день досліджувані приходили і переглядали іншу добірку відео. До і після безпосереднього перегляду відеофрагментів досліджувані відповідали на запитання психодіагностичних тестів для констатації змін у психоемоційних станах. Ці тести є успішним інструментарієм психологів, не раз випробуваним для вивчення впливу різних подразників (не тільки медіаінформації) на психіку та емоційний стан досліджуваних. Серед таких методик у ході нашого експерименту були використані:

- шкала ситуативної та особистісної тривожності Ч. Спілберґера-Ю. Ханіна (частина, яка відповідає лише ситуативній тривожності) [10];
- опитувальник САН (самопочуття, активність, настрій) [11];
- самооцінка власної втоми після перегляду відеодобірок;
- самооцінка настрою за «лінійкою» зі 100-бальною шкалою.

Первинні дані цих анкет опрацьовувалися у програмі Statistical Package for the Social Sciences. Потім із

цих даних для всієї вибірки виводилися середні показники змін психоемоційних реакцій. На обидва тести досліджувані відповідали до і після перегляду відеодобірок, що дало змогу простежити динаміку змін станів до і після перегляду двох добірок відео.

Аналіз результатів дослідження. Зміни ситуативної тривожності (Ч. Спілбергер).

Відчуття тривоги як таке, є цілком нормальним явищем, яке проявляється абсолютно у всіх людей. Чинники, що викликають цей стан, дуже різноманітні. Проте основна проблема полягає в тому, що тривожність часто буває невиправданою (як у випадку з переглядом негативних новин). І це призводить до погіршення настрою, внутрішньої напруженості, різного роду неприємностей [12]. Тривожність, як і більшість інших емоцій, може бути ситуативною чи особистісною. Іншими словами, тимчасовою чи сталою ознакою конкретної особи [10].

У нашому випадку особливо цікавою є ситуативна тривожність, яка може викликатися певними стимулами чи ситуаціями, наприклад переглядом теленовинних сюжетів. Для дослідження впливу цих стимулів слід порівняти показники змін ситуативної тривожності при перегляді негативної та нейтральної добірок новинних телевізійних сюжетів. Методика Ч. Спілбергера [там само] дає можливість це зробити. Тому вирішено було не просто фіксувати показник тривожності після перегляду відеофрагментів, а порівняти рівень тривожності до і після перегляду відео, що дало змогу відстежити ефект впливу.

Зміни ситуативної тривожності в середньому для нашої вибірки становлять зростання 1,72 пункта для емоційно-нейтральних сюжетів та 3,7 пунктів для емоційно-негативних сюжетів. Різниця – понад удвічі. Наголошуємо, що це середні показники для всієї досліджуваної вибірки.

Після перегляду кожної добірки фрагментів досліджуваному пропонувалося оцінити власну втому від участі в експерименті двома значеннями: 1 (якщо втому відчуває) чи 0 (якщо не відчуває). Нас цікавило відчуття втоми, пов'язане саме з проведенням досліджу.

Цікавим є порівняння середніх показників втоми для негативних і нейтральних новинних сюжетів. Нагадаємо, що обидві відеодобірки телесюжетів подивилися одні й ті ж досліджувані.

Судячи з середніх показників, найменше втому в середньому відчули досліджувані від перегляду негативних новинних сюжетів (0,26 пункта). Більшою мірою втому вони відчували від нейтральних новин (0,32 пункта).

Слід зазначити, що при підготовці дослідження ми припускали, що найнижчий рівень втоми викличуть нейтральні новини. Проте ми бачимо, що саме від нейтральних новин наша вибірка втомилася більше. А від негативних – меншою мірою (можливо, через звичність такого контенту для досліджуваних). З іншого боку, можливо, більша втома від нейтральних сюжетів виникла через їх «нецікавість», і глядачі стомлювалися від того, що вони переглядали нецікаву інформацію (реальній ситуації перегляду вдома вони просто б вимкнули телевизор, а тут змушені були дивитися до кінця, що власне і стомлювало їх).

Зміни настрою («лінійка»). Зміна настрою, за «лінійкою» (оцінка свого настрою самими досліджуваними), має такий вигляд: якщо підбити середній показник зміни настрою для всіх переглянутих добірок відеофрагментів і для всієї вибірки, то маємо картину, яку ми передбачали: найбільше погіршується середній показник настрою досліджуваних від перегляду негативних новинних сюжетів (-9,72 пунктів), менше – через нейтральні новини (-7,02 пунктів). Дещо дивно виглядає те, що нейтральні новини теж погіршують настрій. Проте це могло відбутися через незацікавленість у тому, що досліджувані чули і бачили в цій добірці відео.

Зміни настрою (анкета САН (самопочуття, активність, настрій)). Тест САН призначений для оцінки змін самопочуття, активності і настрою. Досліджуваних просили констатувати свій стан за низкою ознак та багатоступеневою шкалою. Шкала складалася з індексів (0 1 2 3 4 5 6 7 8 9) і була розташована між тридцятьма парами слів протилежного значення, що відображали рухливість, швидкість і темп протікання функцій (активність), силу, здоров'я, втому (самопочуття), а також характеристики емоційного стану (настрій). Досліджуваний повинен був вибрати і позначити цифру, яка найточніше відбиває його стан на момент обстеження [11].

Слід наголосити, що, на відміну від самооцінки настрою досліджуваними («лінійка»), оцінка настрою за тестом САН давала можливість опосередковано оцінити зміни настрою до і після перегляду відеоматеріалів. Адже досліджуваним не напряму кажуть оцінити свій настрій, а вони відповідають на кілька питань, які опосередковано (невідомо, яким чином для досліджуваного) оцінюють настрій суб'єкта до і після показу відеодобірок.

Якщо розглядати всю вибірку сукупність, то нейтральні новинні сюжети найменше погіршили настрій у процесі експерименту (-0,13 пункта), понад у чотири рази сильніше погіршили настрій досліджуваним негативні сюжети (-0,5 пункта). Основна тенденція змін настрою підтверджується показниками настроєвої «лінійки».

Самопочуття (анкета САН). Самопочуття – це усвідомлення власного тіла, його відчуттів і разом з цим розрізнення у навколишньому світі людей і речей. *«Це важливий рівень самосвідомості, починає формуватися ще у ранньому дитинстві і, розвиваючись протягом життя людини, стає необхідним засобом орієнтації у світі й управління життям свого тіла»* [11]. Самопочуття може бути представлено у вигляді деякої узагальнювальної характеристики (бадьорість, нездужання тощо), а також може бути локалізоване щодо певних форм відчуття (відчуття дискомфорту в різних частинах тіла) [11].

Різниця у середньому погіршенні самопочуття від обох показаних відеодобірок виглядає так: -0,46 пункта від нейтральних новин і -0,28 пункта від негативних. Але чому негативні сюжети погіршують самопочуття досліджуваних меншою мірою, ніж нейтральні? У наступних дослідженнях можна буде дослідити

детальніше цей феномен.

За сукупною вибіркою досліджуваних осіб було отримано найбільший показник зниження самооцінки активності (а отже, збільшення пасивності) у випадку з нейтральними новинними сюжетами (-0,64 пункта). Негативні сюжети послаблюють психічну активність у 2,5 рази меншою мірою за нейтральні (-0,27). Тож з-поміж середніх показників активності нема жодного додатного значення, яке б указувало на збудження і активізацію процесів мислення.

Можливими причинами цього є дискомфорт від перегляду нейтральних новин через нецікавість. Як було видно вище, через це могло відбуватися і погіршення настрою у досліджуваних.

Висновки та перспективи подальшого дослідження.

Найважливішим результатом дослідження є значний рівень тривоги, що виникає під впливом перегляду негативних новин. Він удвічі більший, ніж від перегляду нейтральних сюжетів. Долати тривогу і поганий настрій, які виникають через перегляд поганих новин важко через просте відволікання уваги (читання книги, прогулянка тощо). Як стверджує А. Шабо, набагато краще для цієї мети підходять спеціальні техніки прогресивної релаксації, які дають змогу глядачам краще позбутися негативних відчуттів [8]. Також негативні новини викликають суттєве погіршення настрою. Натомість нейтральні повідомлення у більшості досліджуваних спричинили погіршення самопочуття більше, ніж негативні.

На підставі отриманих результатів слід наголосити на тому, що підсумки нашого дослідження носять у загальнонауковому контексті попередній характер і їх слід буде перевіряти у подальших експериментальних дослідженнях на різних вибірках аудиторії.

Оскільки проблема наслідків медіавпливів є доволі масштабною і мало вивченою, то її дуже важко зусібіч пізнати у рамках кількох поодиноких досліджень. Проте попри значну недослідженість доступними для вивчення є своєрідні «цеглини», які лежать в основі цієї проблеми – медіаефекти. Вони мають накопичувальний характер, їхнє глибоке «проростання» у поведінку та свідомість, психоемоційну сферу людини залежить від багатьох чинників. Проте сам факт існування довго- і короткотривалих медіаефектів дає підставу вести пошуки впливу мас-медіа на людей і в інших аспектах.

Список використаних джерел:

1. McCombs, M.; Shaw, D (1972). The agenda-setting function of mass media". *Public Opinion Quarterly* 36 (2).
2. Haskins, J. B., Miller, M. M., & Quarles, J. (1984). Reliability of the news direction scale for analysis of the good-bad news dimension. *Journalism Quarterly*, 61, 524–528.
3. Bandura, A., Ross, S. A., & Ross, D. (1963). Imitation of film-mediated aggressive models // *Journal of Abnormal Psychology*, 66:1.
4. Berkowitz, Leonard, and Rawlings, Edna. Effects of film violence on inhibitions against subsequent aggression // *Journal of Abnormal and Social Psychology*, Vol. 66, No. 5, May, 1963, pp. 405–412.
5. Berkowitz, Leonard. *Aggression: a social psychological analysis*. McGraw-Hill Book Company, 1962.
6. Johnston, Wendy M., Davey, Graham C. L. The psychological impact of negative TV news bulletins: The catastrophizing of personal worries [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.2044-8295.1997.tb02622.x/abstract>. – Title from the screen.
7. TV news images that induce anger, fear, and disgust: effects on approach-avoidance and memory // *Journal of Broadcasting & Electronic Media*. March 22, 1998 / Newhagen, John E. [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://www.highbeam.com/doc/1G1-20750357.html>. – Title from the screen.
8. Szabo, A., & Hopkinson, K. L. (2007). Negative psychological effects of watching the news in the television: Relaxation or another intervention may be needed to buffer them!. *International Journal of Behavioral Medicine*, 14(2), 57–62.
9. Gerbner, George. Cultivation analysis. *New Directions in Media Effects Research*. 1994 [Electronic resource]. – Mode of access : URL : <http://www.asc.upenn.edu/gerbner/Asset.aspx?assetID=2741>. – Title from the screen.
10. Тест «Исследование тревожности» (опросник Спилбергера) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL : <http://psylst.net/praktikum/istre.htm>. – Название с экрана.
11. Опросник «САН» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL : <http://testoteka.narod.ru/lichn/1/28.html>. – Название с экрана.
12. Состояния тревожности. Его источники и вытекающие последствия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : URL : http://www.psi-color.com/ru/Articles_sostoj%20nie_trevozhnosti_ego_istochniki_i_vytekayu.aspx. – Название с экрана.

***Резюме.** Какие эффекты вызывают телевизионные новости? Существенно ли ухудшение настроения от просмотра сюжетов? Вызывают ли телематериалы новостей тревогу у студентов? На эти и другие вопросы отвечает предложенная статья. Ее новаторство в том, что в ней использованы данные эксперимента, проведенного в Киевском национальном университете имени Тараса Шевченка. В целом это одно из первых исследований телеконтента на психоэмоциональное состояние студенческой молодежи, проведенных в Украине.*

***Ключевые слова:** психоэмоциональное состояние, медиаэффекты, тревожность. Настроение, эксперимент, теленовости.*

Summary. *What is the effect caused by the TV news? Is worsening of viewers mood essential during viewing of TV news? Do news stories cause anxiety effect in students? These and other questions are highlighted by this paper. Its main novelty is in conducting an experiment, which was held in Taras Shevchenko National University of Kyiv. Generally this is one of the first studies of the impact of TV on psychoemotional state of students, implemented in Ukraine.*

Keywords: *psychoemotional state, media effects, anxiety, mood, experiment, TV news.*

УДК 159.923/928

О.Д. ГЛАВІНСЬКА

АНАЛІЗ ПСИХОЛОГІЧНОЇ СУВЕРЕННОСТІ ЯК ФЕНОМЕНУ ОСОБИСТІСНОГО СТИЛЮ

Резюме. У статті розглядається сутність феномену суверенності особистості як реального психологічного явища у площині стилю її життя, а також виділені конструктивні ознаки особистісної суверенності та витоки її розвитку. Відображено новий підхід до розгляду особистісного стилю життя як психо-просторового явища, ключовим в рамках якого є поняття психологічного простору та психологічна суверенність. Стан і збереження психологічного простору, цілісність його кордонів зумовлюють та відображають психічне здоров'я індивіда, яке є критерієм, складовою особистісної суверенності.

Ключові слова: *психологічна суверенність, стиль життя, психологічний простір, феномен особистісного стилю.*

Постановка проблеми. Особистісна суверенність – категорія, що потребує психологічного, фізіологічного та соціокультурного уточнення. Вивчення життєдіяльності особистості вимагає досконалого детального визначення поняття як такого і шляхів його набуття. Внаслідок наукових обмежень і розподілу функцій психологія, фізіологія і соціальні науки не можуть на сьогодні чітко відслідкувати це поняття, а й відтак і не можуть розробити систему факторів, що забезпечать у людини власний феномен особистісної суверенності.

Суверенізація особистості – це її духовне і моральне розкріпачення, позбавлення від політичної та ідеологічної закомплексованості, синдрому невпевненості, безправ'я, віднаходження нею власного «Я». Даний процес свідчить про відновлення в особистості почуття самоповаги, впевненості в надійній захищеності своїх прав, власній гідності, що особливо актуально у зв'язку з останніми суспільними подіями. Разом з тим суверенна особистість – це правова особистість, яка розуміє та поважає закон, яка володіє необхідним мінімумом юридичної культури. Потреба саме в такій реалізації та самовідчутті підтверджується сучасною українською дійсністю, де девальвація духовних цінностей, породжена трансформацією критеріїв добра та зла, справедливого та несправедливого, унеможливує демократичні процеси в соціумі і призводить до багатьох особистісних залежностей громадян.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Розмаїття уявлень про зміст, природу і функцію особистісної суверенності підкреслює особливий пласт реальності, який вказує на «людину, що стається як особистість» (В.П. Зінченко), здатну здійснити «акт виходу за свої межі» (М.К. Мамардашвілі), що і позначалося спочатку у психології поняттями «автентичність», «автономність», а згодом поняттям «суверенність». У переважній більшості випадків вказані поняття розглядаються швидше як синоніми, аніж поняття, що мають свій обсяг і феноменологію.

Дж. Бюдженталь вважає змістовно близьким до саморозвитку поняття «автентичність». Він розуміє автентичність скоріше як сам процес проживання власного життя. У його концепції ключовим поняттям є «присутність», що означає не просто фізичне перебування, а усвідомлення своєї суб'єктності, контакт із внутрішнім життям. Виділяючи умови прояву автентичності ряд дослідників (С.Мадді, Д.О.Леонтьєв, Є.М.Осін, Р.Пивоваров) однією з основних називають усвідомлення як відкритість власного досвіду, чутливість до самого себе, здатність слухати себе. А.Ленглі описує автентичність одночасно як спосіб життя і як певну іманентну характеристику, внутрішнє джерело трансценденції особистості, внутрішню силу, яка апіорі існує в кожному, але не кожна людина готова до неї прислухатися. У С.Мадді автентичність подана як певна морально-етична інтегральна характеристика, яка проявляється у життєстійкості особистості. Автентичність, так само, як і здатність до саморозвитку визначає життєстійкість особистості, оскільки дозволяє людині проживати справжнє (своє) життя і при цьому зберегти динамічну рівновагу: розвивається життя, і розвивається особистість. Автентичність та суверенність можна розглядати як умову та підставу для саморозвитку особистості. Саме вони уможливають внутрішню свободу, згоду із собою, самостійність вибору і відповідальність за нього.

Констатується, що досягнення суверенності (особистісної автономії) являє собою результат і фактор ненасильницького, шанобливого ставлення до суб'єкта і самого суб'єкта до світу. Суверенність являє собою також умову і результат продуктивної діяльності в різних галузях і тому може корелювати з об'єктивними і суб'єктивними показниками життєвої успішності, адекватними віковій стадії і конкретній життєвій ситуації людини.

Визначаючи перспективу дослідження автономії особистості, потрібно виділити роботи сучасних науковців С.В.Вльцева, В.А.Вейника, І.А.Ільїна, Р.А.Порошина, С.А.Попової, А.Д.Похилько та ін. усі ці дослідники сходяться в думці, що зростання особистості можливе за умови прояву її творчих зусиль. Автономія («самозаконність») – основна форма людського буття. Бути автономним означає вміти керувати собою [4].