

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Факультет психології

Кафедра соціальної психології

**Переживання почуття небезпеки як чинник споживчої поведінки
особистості**

Кваліфікаційна робота

Студентки 2 року ОР Магістр
(спеціальність 053 «Психологія»,
освітня програма «Психологія», заочна
форма навчання)

Шулаєвої Марії Юріївни

Науковий керівник:
кандидат психологічних наук, доцент, доцент
кафедри соціальної психології

Грищук Елісо Юріївна

Роботу рекомендовано до захисту на ЕК №_

Протокол №_____ від_____ року

Завідувач кафедри соціальної психології _____

ТРАВЕРСЕ Тетяна Михайлівна

Київ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ОСОБИСТОСТІ	
1.1. Психологічне поняття «переживання небезпеки» та його наукове осмислення.....	9
1.2. Теоретичні підходи до вивчення споживчої поведінки як психологічного феномена.....	14
1.3. Переживання небезпеки як чинник споживчої активності: моделі, механізми, попередні дослідження.....	17
1.4. Категоріальний апарат дослідження.....	21
Висновки до розділу 1.....	25
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ПЕРЕЖИВАННЯМ НЕБЕЗПЕКИ ТА ОСОБЛИВОСТЯМИ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ОСОБИСТОСТІ	
2.1. Обґрунтування вибірки дослідження.....	27
2.2. Опис і характеристика методик дослідження.....	34
2.3. Процедура проведення дослідження та методи обробки даних.....	44
Висновки до розділу 2.....	47
РОЗДІЛ 3. РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ПЕРЕЖИВАННЯМ НЕБЕЗПЕКИ ТА ОСОБЛИВОСТЯМИ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ	
	50

3.1. Аналіз зв'язку переживання небезпеки з емоційними станами та споживчими орієнтаціями.....	50
3.2. Взаємозв'язки між відчуттям контролю, тривожністю та споживчими патернами.....	53
3.3. Типи споживчої поведінки жінок із різним рівнем переживання небезпеки.....	61
Висновки до розділу 3.....	67
ВИСНОВКИ.....	70
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	72

ВСТУП

Актуальність дослідження зумовлена різким підвищенням рівня невизначеності та емоційної напруги серед населення України внаслідок активних воєнних подій, що тривають з 2022 року. У таких умовах переживання небезпеки стає постійним емоційно-когнітивним тлом, яке впливає не лише на психологічний стан особистості, але й на її повсякденні поведінкові стратегії, включно зі споживчою поведінкою. Дослідження свідчать, що в періоди тривалих криз та загроз люди схильні змінювати рішення щодо покупок, використовуючи споживання як засіб емоційної стабілізації, зниження тривожності або символічного відновлення контролю над життям [2; 3; 21].

В умовах війни ці психологічні механізми посилюються. За даними Українського інституту майбутнього, понад 70% населення переживають підвищене відчуття небезпеки, невизначеність майбутнього та зниження базового почуття контролю [2]. Такі стани істотно впливають на способи прийняття рішень, включно зі споживчими стратегіями, які часто перетворюються на інструмент емоційної компенсації або підтримання ідентичності. Попередні міжнародні дослідження підтверджують, що у кризових періодах люди частіше здійснюють імпульсивні, емоційно забарвлені або статусно мотивовані покупки [4; 5].

У сучасному українському контексті переживання небезпеки має особливо виражений характер. Згідно зі звітом UN Women (2022), після початку повномасштабної війни рівень тривожності, відчуття вразливості та страху втрати контролю серед українських жінок зріс до найвищих показників за останнє десятиліття [43].

Дані Gradus Research також підтверджують загальнонаціональне зростання психологічного напруження. За результатами дослідження

«Mental Health and Attitudes of Ukrainians towards Psychological Assistance During War», 46 % українців щоденно переживають втому, 44 % – постійне напруження, а частка респондентів, які оцінюють своє психічне здоров'я як незадовільне, стабільно зростає з 2022 року. Найвразливішими групами виявилися жінки віком 25–44 років – саме ці вікові категорії демонструють найвищі показники тривожності й емоційного виснаження [1]. Це підкреслює актуальність аналізу психологічних механізмів адаптації та компенсаторної поведінки в умовах тривалого стресу.

Попри наявність значного масиву робіт, присвячених психології споживача, питання впливу переживання небезпеки на споживчу поведінку саме жінок залишається недостатньо дослідженим. Міжнародні студії вказують, що жінки частіше використовують покупки як спосіб саморегуляції, відновлення психологічної рівноваги або підтримання самоцінності у періоди загроз [46]. Проте в українському контексті, особливо у реаліях воєнного часу, таких досліджень практично немає. Відсутність науково обґрунтованих даних щодо взаємозв'язку між переживанням небезпеки, емоційним станом, почуттям контролю та споживчими орієнтаціями створює потребу у всебічному емпіричному аналізі.

Наукова розробленість проблеми представлена окремими теоретичними та емпіричними напрямками. Моделі сприйняття ризику (D. Kahneman, A. Tversky, P. Slovic) описують механізми когнітивної оцінки загроз та їх вплив на поведінку [23; 58]. У психології споживання активно вивчають емоційні та мотиваційні компоненти покупок, зокрема компенсаторне споживання, статусні орієнтації та роль емоцій у прийнятті рішень (Pieters; Sirgy) [60; 61]. Водночас комплексних моделей, які б інтегрували переживання небезпеки, тривожність, особистісний контроль і споживчі патерни саме у

контексті війни, наразі немає. Це визначає теоретичну та практичну актуальність проведеного дослідження.

Об'єкт дослідження – споживча поведінка особистості.

Предмет дослідження – психологічні особливості взаємозв'язку переживання небезпеки з емоційними, когнітивними та поведінковими компонентами споживчої поведінки особистості.

Мета дослідження – теоретично проаналізувати та емпірично дослідити взаємозв'язок переживання небезпеки із особливостями споживчої поведінки жінок.

Для досягнення мети було визначено такі **завдання дослідження**:

1. Проаналізувати теоретичні підходи до розуміння феноменів суб'єктивного переживання небезпеки та споживчої поведінки особистості.
2. Визначити психологічні моделі та механізми, що описують вплив переживання загрози на поведінкові стратегії.
3. Емпірично дослідити взаємозв'язки між переживанням небезпеки, ситуативною тривожністю, особистісним контролем та статусним споживанням респондентів.
4. Порівняти споживчі патерни жінок із різним рівнем переживання небезпеки.

Методи дослідження охоплювали теоретичний аналіз: аналіз, синтез, систематизація та узагальнення наукових джерел з психології ризику, емоційної регуляції та споживчої поведінки; емпіричні методи: опитування за допомогою психодіагностичних методик (авторський індикатор переживання небезпеки, що являє собою інтегральний кількісний показник, сформований на основі батареї тверджень, укладених відповідно до провідних теоретичних моделей психології ризику (P. Slovic; G. F. Loewenstein; E. U. Weber); шкала ситуативної тривожності STAI-S Ч. Д. Спілбергера, Р. Л. Горсуча та Р.

Е. Лушене в українській адаптації Ю. Л. Ханіна; шкала суб'єктивного контролю Pearlin Mastery Scale, розроблена Л. І. Пірлінім та К. Скулером і апробована у перекладених українських версіях (О. М. Кокун, Г. С. Панафідіна, О. М. Губар); коротка модифікація шкали матеріалізму М. Л. Річінс та С. Доусона; шкала статусного споживання Дж. К. Істмана, Р. Е. Голдсмита та Л. Р. Флінна), а також математико-статистичні процедури, що включали описову статистику, кореляційний аналіз за Пірсоном, порівняльний аналіз (t-критерій Стюдента для незалежних вибірок) та лінійний регресійний аналіз для визначення можливих предикторів споживчих орієнтацій.

Вибірка дослідження охоплює 60 працюючих жінок віком 25–40 років, які не перебувають у шлюбі та не мають дітей. Така вибірка дозволяє дослідити індивідуальну споживчу поведінку, мінімізувавши вплив сімейних чинників та ролей.

Наукова новизна полягає у тому, що:

- з'ясовано, що зв'язок між ситуативною тривожністю та суб'єктивним контролем є стабільно негативним незалежно від рівня переживання небезпеки, що підтверджує фундаментальну роль цього механізму в емоційній регуляції особистості;
- доведено, що матеріалістичні та статусні споживчі орієнтації формують цілісну поведінкову систему в обох групах респонденток, однак їхня участь у процесах емоційної регуляції має різну природу залежно від рівня переживання небезпеки;
- набуло подальшого розвитку уявлення про компенсаторну функцію споживання: встановлено, що у групі з високим рівнем переживання небезпеки статусне споживання інтегрується у структуру тривоги та виконує роль психологічного регулятора, тоді як у групі з низьким рівнем небезпеки ці орієнтації не мають емоційного підґрунтя й залишаються стилістичними перевагами.

Практичне значення полягає у можливості використання отриманих результатів у психологічному консультуванні жінок, розробці програм підтримки в умовах хронічного стресу, а також у маркетингових і соціальних дослідженнях, спрямованих на розуміння поведінки споживачів у кризових ситуаціях.

Структурно диплом складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел. Перший розділ містить теоретичний аналіз наукових підходів до феноменів суб'єктивного переживання небезпеки та споживчої поведінки. Другий розділ присвячений методології, опису вибірки, інструментарію та процедури емпіричного дослідження. У третьому розділі подано результати, їх статистичну перевірку та психологічну інтерпретацію.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ОСОБИСТОСТІ

1.1. Психологічне поняття «переживання небезпеки» та його наукове осмислення

Переживання небезпеки, як інтегральний емоційно-когнітивний стан, набуває особливої значущості у контексті споживчої поведінки, оскільки сучасний ринок насичений не лише пропозиціями, але й ризиками – від фінансових втрат до загроз здоров'ю та безпеці даних. Фундаментальне розуміння цього впливу починається з когнітивно-медіаційної теорії емоцій Річарда Лазаруса , яка стверджує, що емоційна реакція на потенційну загрозу, тобто переживання небезпеки, виникає внаслідок первинної оцінки (primary appraisal) ситуації як такої, що зачіпає особистісно значущі цінності або цілі [22]. У споживчому контексті це може бути оцінка продукту як потенційно неякісного, небезпечного або такого, що не відповідає соціальним нормам, що негайно викликає тривогу або напруження.

Соціально-психологічні підходи підкреслюють, що переживання небезпеки формується не лише індивідуальними інтерпретаціями, а й соціальним середовищем. За У. Беком, сучасне суспільство характеризується «культурою ризику», у якій загрози стають частиною повсякденності [32]. У такому контексті людина постійно перебуває у стані підвищеної чутливості до небезпечних сигналів, що зумовлює посилену потребу у контролі та стабільності.

Емоційна компонента переживання небезпеки пов'язана з появою тривожності, напруження та очікування загрози. Дж. Леду у своїх нейропсихологічних дослідженнях показує, що реакції на небезпеку виникають швидше, ніж когнітивні оцінки, оскільки активуються еволюційно давні механізми обробки страху [25]. Це пояснює, чому за умов воєнної загрози емоційні реакції часто домінують над раціональними.

В українській психологічній традиції переживання небезпеки визначається як суб'єктивний стан втрати відчуття захищеності та передбачуваності життєвих подій. Т. М. Титаренко підкреслює, що тривале перебування у ситуаціях невизначеності підсилює афективну напругу, порушує базове почуття безпеки та призводить до активізації механізмів психологічного самозахисту [20]. У воєнний час цей стан має тенденцію до хронізації, формуючи специфічні емоційні та поведінкові реакції.

Цей механізм оцінки природно корелює з моделлю зменшення ризику Пітера Словіка. Словік акцентує увагу на суб'єктивності сприйняття, підкреслюючи, що оцінка загрози для звичайної людини рідко є результатом раціональних статистичних розрахунків, а частіше ґрунтується на афективних евристичних – швидких, інтуїтивних реакціях [23]. На відміну від об'єктивного ризику, який є суто аналітичною ймовірністю настання негативної події, переживання небезпеки є суто афективним станом, що насичений відчуттями

тривоги, страху та неконтрольованості. Це афективне забарвлення небезпеки стає вирішальним чинником, що формує подальшу споживчу реакцію. Якщо особа суб'єктивно відчуває високу небезпеку, наприклад, щодо якості їжі у зв'язку з епідеміологічними загрозами, або соціальної оцінки при виборі одягу – вона мобілізує свої ресурси і починає активно застосовувати стратегії зниження ризику у своїй поведінці [2].

П. Словік наголошує, що сприйняття загрози значною мірою залежить від емоційних реакцій, а не від раціональної оцінки статистичних показників. Такий підхід отримав підтвердження і в українських дослідженнях: зокрема, Кириченко В.В. вказує, що за умов війни активується так звана «афективна евристика», коли людина схильна перебільшувати ступінь небезпеки навіть у буденних ситуаціях [23]. Це посилює потребу в компенсаторних поведінкових стратегіях, до яких може належати й споживання.

Ці стратегії спрямовані на відновлення когнітивного контролю над ситуацією та зменшення внутрішнього емоційного напруження. Це може проявлятися як пошук надмірної кількості інформації про товар, як наприклад, читання відгуків, порівняння характеристик, що є раціональною спробою перевести афективну невизначеність у когнітивну певність. Іншим проявом є надання переваги відомим, перевіреним брендам, які символізують базову довіру і слугують евристикою надійності, мінімізуючи зусилля на постійну оцінку ризику.

Нарешті, переживання небезпеки може призвести до повної відмови від інноваційних покупок або складних для розуміння продуктів, що є прямою реакцією уникнення невизначеності – споживач свідомо обмежує свій вибір відомим і прогнозованим, навіть якщо це обмежує потенційну вигоду. Таким чином, переживання небезпеки виступає не просто супутнім фактором, а

первинним мотиватором для формування захисного, консервативного чи, навпаки, імпульсивного споживчого патерну.

Глибший вплив на споживчий вибір пояснюється через ієрархію потреб Абрагама Маслоу [24]. Наголос на потребі у безпеці є другим за важливістю після фізіологічних потреб. Коли переживання небезпеки активізується, наприклад, під час економічної кризи або пандемії, споживча поведінка різко зміщується до задоволення саме цієї базової потреби. Особистість може накопичувати товари першої необхідності, інвестувати у страхування або медичні послуги, ігноруючи при цьому потреби вищого порядку, такі як естетика або самореалізація. Таким чином, небезпека виступає могутнім мотиваційним чинником, що тимчасово регресує споживчі пріоритети.

Нарешті, оскільки переживання небезпеки нерозривно пов'язане з очікуванням контролю над ситуацією, важливим стає внесок теорії соціального научіння Джуліана Роттера [62]. Особи з переважно зовнішнім локусом контролю, тобто ті, які відчують, що їхня доля залежить від зовнішніх чинників, можуть реагувати на небезпеку пасивною споживацькою поведінкою або, навпаки, імпульсивними, нераціональними покупками як спробою символічно відновити контроль. Натомість, особи з внутрішнім локусом контролю будуть обирати більш аналітичні та проактивні стратегії – ретельний вибір, планування бюджету та інвестування у превентивні заходи.

У межах психометричної парадигми ризику було показано, що оцінка небезпеки залежить не лише від об'єктивних параметрів, а й від суб'єктивних вимірів «жахливості», «невідомості», «керованості» й «катастрофічності». Культурна теорія ризику додає, що соціокультурні орієнтації формують специфічні «карти страху», визначаючи, на які саме загрози індивід реагує емоційно і які ігнорує. Емоційно-когнітивні моделі прийняття рішень наголошують, що у

ситуації невизначеності рішення нерідко приймаються під домінуючим впливом афекту: почуття небезпеки може посилюватися навіть за відсутності безпосередніх загроз, якщо загроза здається некерованою або двозначною. При цьому індивідуальні відмінності в інтерпретації стимулів (когнітивні схеми, атрибуції, інтерпретаційне упередження на користь загрози) модулюють інтенсивність переживання [23; 33].

Нейропсихологічні підходи розрізняють автоматичні оборонні реакції та усвідомлене почуття страху. Швидкі підкіркові шляхи забезпечують швидке виявлення потенційної загрози, тоді як кортикальна обробка формує рефлексивне усвідомлення й регуляцію. Для психології поведінки вирішальним є саме усвідомлене переживання небезпеки, оскільки воно безпосередньо впливає на планування, мотивацію й вибір стратегій подолання. Тривале або хронічне відчуття небезпеки пов'язане з підвищенням ситуативної тривожності, зниженням почуття контролю, посиленням уваги до негативних сигналів та формуванням унікальних або ритуалізованих патернів поведінки як спроби відновити передбачуваність [73; 33].

Варто зазначити, що ми пропонуємо розрізнити споріднені конструкти. Наприклад, сприйняття ризику – це передусім когнітивне судження про ймовірність і тяжкість наслідків, тоді як переживання небезпеки має афективну природу і включає тілесно-фізіологічні прояви, такі як напруження, пильність, гіперсканування середовища. Страх є реакцією на конкретну ідентифіковану загрозу, тоді як тривожність-стан описує дифузне підвищене збудження без чіткого об'єкта. На індивідуальному рівні інтенсивність переживання посилюють високі показники тривожності, низьке суб'єктивне відчуття контролю, інтолерантність до невизначеності та негативні атрибутивні стилі; на соціальному рівні – інформаційна двозначність, низька довіра до інституцій та висока медійна видимість загроз.

Поведінковими наслідками стають пошук структурованості, ритуалізація дій, підвищення залежності від соціальних норм та сигналів і прагнення відновити контроль над повсякденням, що нерідко проявляється у споживчій сфері.

1.2. Теоретичні підходи до вивчення споживчої поведінки

У психології споживча поведінка розглядається як система мотивів, установок і дій, спрямованих на вибір, придбання та використання товарів чи послуг. Вона має не лише економічний, а й соціально-психологічний вимір, у якому покупки виступають способом самовираження, комунікації та саморегуляції. М. Соломон визначає споживача як активного творця значень, що надає товарам символічного змісту [66]. Р. Белк ввів поняття «розширеного Я», підкреслюючи, що володіння стають елементом особистісної ідентичності.

У вітчизняній психології також наголошується, що споживча поведінка має важливу соціально-комунікативну та саморегулятивну функцію. Зокрема, сучасні українські дослідження підкреслюють, що вибір споживача формується комбінацією раціональних оцінок і прагненням підтримувати бажані соціальні ролі, ідентичності та уявлення про себе [4; 5; 6]. Це узгоджується з положеннями західних теорій про роль споживання як каналу соціальної комунікації.

Теорія символічного споживання С. Леві доводить, що речі виконують функцію носіїв соціальних та психологічних значень [21]. У сучасній культурі, де статус і належність визначаються не стільки діяльністю, скільки стилем життя, споживання перетворюється на мову соціальної комунікації. Постмодерні концепції Ф. Фірата та А. Венкатеша трактують споживача як суб'єкта, що творить ідентичність через вибір символів і брендів [27].

Пояснюючи механізм символічного споживання, дослідники

зазначають, що люди приписують товарам значення, які виходять за межі їхньої практичної функції. Це можуть бути коди статусу, стилю, емоційного стану чи належності до певної групи. За Р. Белком, предмети стають частиною ідентичності тоді, коли вони підтримують бажаний образ Я та виконують функцію емоційної опори [32].

Особливий напрям становлять моделі компенсаторного споживання. У межах Compensatory Consumer Behavior Model показано, що дефіцити в самооцінці або контролі активують поведінкові стратегії, спрямовані на відновлення психологічної рівноваги [23]. Покупки в цьому контексті виконують функцію компенсації – відновлюють відчуття сили, стабільності чи належності. Концепція компенсаторного контролю додає, що у стані загрози люди схильні обирати дії та предмети, які підвищують відчуття порядку, навіть якщо їхня практична цінність незначна [31].

Психологічний механізм компенсаторного споживання ґрунтується на тому, що загроза або стрес створюють внутрішній «дефіцит» – зниження самоповаги, компетентності чи суб'єктивного контролю. За теорією базових психологічних потреб (Десі та Раян), у таких ситуаціях посилюється прагнення до структури, передбачуваності та внутрішньої впорядкованості, а матеріальні об'єкти виступають швидкодоступними засобами компенсації [50].

Покупка в цьому контексті набуває символічного значення: вона не лише задовольняє практичну потребу, а й відновлює психологічну рівновагу – створює відчуття контролю, структури, впорядкованості, приналежності або емоційного комфорту. Такі споживчі дії виступають формою саморегуляції в умовах підвищеної невизначеності або небезпеки. Людина, яка відчуває загрозу зовнішнього середовища, прагне зменшити тривожність через поведінку, що дає хоча б часткове відчуття впливу на події. Саме тому

в кризові або нестабільні періоди підвищується попит на товари, які символізують захист, статус, упорядкованість чи комфорт.

У поведінковому вимірі компенсаторне споживання проявляється через збільшення частоти імпульсивних покупок, підвищений інтерес до статусних товарів, вибір брендів, що уособлюють силу або стабільність, а також через придбання предметів, які структурують повсякденність – органайзерів, систем зберігання, інструментів планування. Ці патерни пов'язані зі змінами у тривожності, контролі та уявленнях про власну ефективність, а їхня інтенсивність може бути виміряна за допомогою відповідних психодіагностичних методик.

Розширення цієї концепції запропонували К. Кей і Дж. Вітсон у межах теорії компенсаторного контролю [30]. Вони довели, що коли люди відчують зниження можливості контролювати ситуацію, вони намагаються відновити ілюзію порядку через звернення до структурованих систем, звичних дій або матеріальних символів, які асоціюються з безпекою. У споживанні це проявляється у двох напрямках:

1. придбанні речей, які безпосередньо підтримують структуру життя (планери, органайзери, системи зберігання);
2. покупках із виразним символічним значенням, наприклад статусних предметів або товарів для дому, які створюють атмосферу стабільності.

В українському контексті компенсаторне споживання стало особливо вираженим у період війни. Згідно з аналітичними даними ARQ International, підвищення рівня тривожності й невизначеності супроводжувалося зростанням інтересу до товарів, пов'язаних із безпекою, впорядкованістю та стабільністю. Помітно зріс попит на практичні предмети для організації простору, а також на товари, що

символізують контроль або статус [17]. Це підтверджує релевантність моделей компенсаторного споживання для українського суспільства в умовах тривалих загроз.

Таким чином, компенсаторне споживання можна розглядати як психологічну відповідь на загрозу, коли матеріальні дії використовуються для відновлення внутрішнього порядку. Результати емпіричних досліджень підтверджують ці закономірності. Н. Мандел, Д. Ракер і А. Галінський показали, що підвищене відчуття безсилля збільшує ймовірність вибору статусних товарів і емоційних покупок [27]. Аналогічні ефекти було зафіксовано під час пандемії COVID-19, коли тривожність спричиняла підвищений інтерес до товарів, що створюють відчуття належності та контролю [29].

1.3. Переживання небезпеки як чинник компенсаторної споживчої поведінки

Серед сучасних концепцій, що пояснюють психологічні механізми споживання, центральне місце посідає модель компенсаторної споживчої поведінки, розроблена Н. Мандел, Д. Ракером і А. Галінським [27]. Ця модель є фундаментальною для розуміння того, як внутрішній психологічний дискомфорт, спричинений переживанням небезпеки, трансформується у зовнішній акт покупки. Її головна ідея полягає в тому, що люди часто вдаються до покупок не для задоволення суто функціональних потреб, а для компенсації психологічного дефіциту або загроз ідентичності, таких як нестача контролю, впевненості, соціального статусу чи самоповаги.

Ключовим тригером компенсації є розрив між «Я-реальним» тим, як особа бачить себе вразливою чи невпевненою в умовах кризи і «Я-бажаним» тим, якою вона прагне бути: контролюючою, успішною, стабільною. У ситуації переживання небезпеки, невизначеності або

загрози самооцінці, цей розрив різко збільшується, викликаючи внутрішню напругу, що, згідно з теорією, запускає компенсаторні стратегії – однією з найдоступніших форм яких є споживання. Покупка в цьому контексті стає потужним психологічним актом самовідновлення (Self-Affirmation). Вона допомагає людині тимчасово відновити ілюзію компетентності та контролю, відчутти себе впливовою, стабільною, такою, що має вибір, навіть якщо об'єктивно ситуація є неконтрольованою і загрозливою. Товар або послуга втрачає своє суто утилітарне значення й набуває глибокого символічного смислу, виступаючи як засіб для символічного відновлення ідентичності.

Наприклад, придбання статусного предмета може тимчасово компенсувати почуття соціальної невпевненості чи втрати фінансового контролю, демонструючи зовнішню стійкість. Натомість, ритуальні покупки (наприклад, кава, свічки, текстиль), що мають гедоністичний характер, спрямовані на зменшення емоційної напруги та відновлення внутрішнього психологічного гомеостазу, створюючи невеликий, але контрольований простір комфорту.

Таким чином, компенсаторне споживання в умовах небезпеки є не просто емоційним сплеском, а стратегічною поведінкою, спрямованою на підтримання бажаної самоідентичності та регулювання негативних афектів, спричинених зовнішньою загрозою.

Не менш важливим для розуміння трансформації переживання небезпеки у споживчі патерни є дослідження психологічних механізмів компенсаторного споживання, які тісно пов'язані із теорією компенсаторного контролю (Compensatory Control Theory), запропонованою А. Кеєм і Дж. Вітсоном [32]. Ця теорія виходить із припущення, що базова потреба в контролі над навколишнім світом і особистим життям є одним із найсильніших психологічних мотивів. Коли зовнішні загрози, такі як економічна криза, соціальна чи

військова нестабільність, або пандемія, призводять до зниження відчуття особистого контролю, виникає внутрішня напруга, яку індивід прагне компенсувати.

Кей і Вітсон довели, що при зниженні відчуття контролю люди намагаються відновити ілюзію порядку та передбачуваності через альтернативні дії [32]. Ця компенсація може бути спрямована як на зовнішні системи, наприклад, звернення до соціальних інституцій, релігійних ритуалів, віра у всемогутні сили, які нібито контролюють хаос, так і на особисту поведінку. Споживчі практики в цьому контексті виступають потужним і доступним інструментом, який символічно уособлює стабільність та відновлення порядку. У повсякденності це проявляється у виборі речей, що створюють передбачуваність і структуру, наприклад, активне придбання планерів, органайзерів, систем зберігання та елементів для впорядкування простору.

Купівля цих предметів і наступне їх використання дає споживачеві відчуття, що принаймні частина його життя, його особистий простір, є повністю контрольованою та впорядкованою, що є прямою компенсацією хаосу, породженого небезпекою. Крім того, спостерігається збільшення кількості дрібних регулярних покупок. Ці малі, передбачувані транзакції, так зване ритуальне споживання, психологічно підтверджують відчуття контролю над власним життям і фінансовою спроможністю. Регулярна, звична покупка стає ритуалом, який створює «якір» стабільності та дарує миттєве, хоча й тимчасове, відчуття впевненості у здатності впливати на власне життя.

Під час пандемії COVID-19 спостерігалось зростання попиту як на «практичні» товари безпеки, так і на емоційно-заспокійливі покупки [29]. Автори інтерпретували це як прояв двох типів компенсаторних стратегій: інструментальної – раціональне забезпечення захищеності та символічно-емоційної – створення

відчуття нормальності через споживання. Інструментальна компенсаторна стратегія є проявом раціональної спроби забезпечити фізичну захищеність та відновити контроль над зовнішнім середовищем.

Ця стратегія безпосередньо пов'язана з реакцією на відчуття фізичної небезпеки та загрози здоров'ю. Споживачі активно купували «практичні» товари безпеки: антисептики, маски, медичні товари, а також накопичували продукти харчування та товари першої необхідності. Ці покупки є логічною, хоча інколи й надмірною, відповіддю на активацію базової потреби у безпеці за Маслоу і функціонують як захисний бар'єр від зовнішньої загрози [24]. Іншими словами, через придбання цих товарів споживач намагається фізично зменшити об'єктивний ризик, а психологічно – знизити афективне переживання небезпеки.

На противагу цьому, символічно-емоційна компенсаторна стратегія не має прямого інструментального зв'язку із захистом від вірусу, але є критично важливою для психологічної саморегуляції. Умови локдауну, соціальної ізоляції та постійних новин про небезпеку призводили до емоційного виснаження, тривоги та відчуття втрати «нормального» життя.

Споживачі реагували на це через гедоністичне споживання, яке включало покупку товарів, що дарують миттєве задоволення, наприклад, солодощі, алкоголь, дорогі гаджети для розваг вдома або тих, що створюють відчуття нормальності: одяг, косметика, предмети інтер'єру, які підтримують звичний спосіб життя.

Ці покупки виконували функцію психологічного буфера, допомагаючи впоратися з негативними емоціями та компенсувати втрату соціального статусу чи свободи через символічне споживання. У цьому випадку, покупка виступає заміником соціальної взаємодії чи контролю, тимчасово відновлюючи самооцінку та ілюзію

благополуччя в умовах загальної дестабілізації. Отже, обидві стратегії раціонально-захисна та емоційно-заспокійлива – підтверджують, що переживання небезпеки є потужним чинником, який радикально змінює структуру споживчого кошика на користь тих товарів, які найкраще допомагають особі відновити внутрішній психологічний гомеостаз [27; 30].

Таким чином, компенсаторна споживча поведінка виступає адаптивною відповіддю на переживання небезпеки. Вона виконує подвійну функцію – когнітивну, тобто відновлення контролю та емоційну, тобто зниження тривожності. Це пояснює появу трьох форм споживчих дій: символічні покупки – підтримують ідентичність і самоповагу; ритуальні покупки – стабілізують емоційний стан через повторювані дії; інструментальні покупки – забезпечують реальну або уявну безпеку.

Розуміння цих механізмів дає підґрунтя для аналізу зв'язку між переживанням небезпеки, відчуттям контролю, тривожністю та типами споживчих практик. Надалі ці зв'язки будуть перевірені емпірично за допомогою психодіагностичних методик, що дозволить кількісно оцінити компенсаторну функцію споживання в контексті небезпеки.

1.4 Категоріальний апарат дослідження

У межах даного дослідження особливого значення набуває уточнення змісту основних категорій, які визначають логіку теоретичного аналізу та забезпечують коректність інтерпретації емпіричних результатів. Оскільки переживання небезпеки та споживча поведінка є багатовимірними психологічними конструкціями, їх операціоналізація потребує чіткого розмежування емоційних, когнітивних та поведінкових компонентів. Формування

категоріального апарату є необхідною методологічною умовою, що дозволяє узгодити теоретичне підґрунтя, методи вимірювання та подальшу інтерпретацію отриманих даних.

Переживання небезпеки в цьому дослідженні розглядається як інтегральний емоційно-когнітивний стан настороженості, що поєднує два аспекти: когнітивну оцінку можливих загроз і афективну реакцію на них. Такий підхід узгоджується з емоційно-когнітивними моделями ризику, відповідно до яких переживання небезпеки є не раціональним прогнозом, а суб'єктивним почуттям, що впливає на стратегії поведінки [27]. Переживання небезпеки включає три складові:

1. оцінювання ситуації як потенційно загрозливої,
2. емоційну напругу та тривожність,
3. поведінкову орієнтацію, спрямовану на подолання або уникнення загрози.

Таке визначення дозволяє розглядати небезпеку не як зовнішній чинник, а як психологічну реакцію, що здатна істотно впливати на споживчу поведінку.

Споживча поведінка у цьому дослідженні визначається як система мотивів, установок та дій, спрямованих на вибір, придбання та використання товарів і послуг, через які особистість реалізує свої потреби, емоційні стани, цінності та уявлення про соціальну ідентичність. Важливим є те, що в умовах переживання небезпеки споживча поведінка виконує не лише економічну, але й психологічну функцію – вона може виступати способом емоційної регуляції, відновлення суб'єктивного контролю або символічного підтвердження власної значущості.

У структурі споживчої поведінки в умовах небезпеки доцільно виокремити **три типи покупок**, кожен із яких відображає різні форми психологічної адаптації:

1. **Символічні покупки** – придбання товарів, у яких домінує не практична корисність, а психологічний або соціальний сенс. Такі покупки можуть виконувати функцію відновлення самоповаги, підтримання ідентичності, посилення соціального статусу або повернення суб'єктивного контролю [12]. У цьому контексті споживання стає способом «символічного самопідсилення» в умовах загрози.
2. **Ритуальні покупки** – регулярні, часто дрібні придбання, що створюють відчуття передбачуваності та стабільності. Повторюваність таких дій виконує стабілізаційну функцію, сприяючи зниженню тривожності. Ритуальні покупки не обов'язково мають символічний зміст, але слугують психологічним «якорем» у ситуаціях невизначеності.
3. **Інструментальні покупки безпеки** – придбання товарів або послуг, спрямованих на підвищення об'єктивної чи суб'єктивної безпеки. Це можуть бути засоби індивідуального захисту, страхові послуги, товари для автономності, засоби забезпечення дому тощо. Вони виконують прагматичну функцію та спрямовані на відновлення контролю над середовищем.

Кожен із цих типів покупок відповідає певній адаптивній стратегії: символічні – компенсаційній, ритуальні – стабілізаційній, інструментальні – прагматичній. Саме таке розмежування дозволяє глибше зрозуміти механізми впливу переживання небезпеки на споживчу поведінку.

Для подальшої операціоналізації в емпіричному дослідженні ці типи були виміряні за допомогою комбінованого інструментарію. Символічні покупки оцінювалися через самозвітні показники у сферах статусу, самоповаги, належності, контролю та емоційного комфорту. Ритуальні покупки визначалися за частотою регулярних невеликих витрат, спрямованих на підтримання емоційної стабільності.

Інструментальні покупки вимірювалися частотою та регулярністю придбання товарів, що забезпечують безпеку. Крім того, для вимірювання емоційних та когнітивних характеристик використовувалися стандартизовані психодіагностичні інструменти. Для оцінювання переживання небезпеки було використано авторську адаптовану батарею тверджень, сформовану на основі теоретичних підходів психології ризику, зокрема концепції емоційного реагування на загрозу та моделі Risk-as-feelings (G. Loewenstein, E. Weber), а також психометричної парадигми сприйняття ризику (P. Slovic) [23; 33]. Формулювання шкали відображають ключові компоненти переживання загрози: емоційні реакції, очікування негативних подій, когнітивну оцінку нестабільності та відчуття вразливості. Шкала ситуативної тривожності STAI-S, розроблена Ч. Спілбергером, Р. Горсом та Р. Лушене, українську адаптацію якої виконали Ю. Ханін та В. Мельников; шкала суб'єктивного контролю Pearlin Mastery Scale, створена Л. Пірліном і К. Скулером та використана відповідно до україномовних наукових апробацій; скорочена версія шкали матеріалізму Material Values Scale М. Річінс і С. Довсона; а також шкала статусного споживання Status Consumption Scale, розроблена Дж. Істманом, Р. Голдсмітом і Л. Флінном [23; 32; 34; 54; 72;]. Усі методики застосовано у перекладених та адаптованих для українського контексту варіантах, що забезпечило коректність інтерпретації отриманих результатів.

Таким чином, категоріальний апарат дослідження забезпечує концептуальну чіткість і методологічну послідовність у вивченні впливу переживання небезпеки на споживчу поведінку жінок. Він дозволяє інтерпретувати споживання як інтегральний психологічний процес, у якому перетинаються емоційні, когнітивні та соціально-символічні аспекти адаптації до умов небезпеки.

Висновки до розділу 1

У теоретичному аналізі проблеми переживання небезпеки та споживчої поведінки виявлено, що ці феномени мають міждисциплінарний характер і поєднують когнітивні, емоційні та соціально-психологічні аспекти. Переживання небезпеки розглядається як складний внутрішній процес, який поєднує усвідомлення можливих загроз, афективну напругу та поведінкові стратегії реагування. Цей стан формується під впливом як об'єктивних умов середовища, так і суб'єктивних характеристик особистості: рівня тривожності, відчуття контролю, життєстійкості, довіри до світу.

Сучасні підходи показують, що в умовах невизначеності й соціальних криз у людини активізується потреба у передбачуваності та впорядкованості. Порушення звичного почуття безпеки викликає прагнення відновити контроль над подіями – навіть частково або символічно. Одним із дієвих способів такого відновлення виступає споживча поведінка, яка виконує не лише економічну, а й психологічну функцію саморегуляції. Через покупки особистість може підтвердити власну активність, впливовість і соціальну приналежність, а також знизити напруження, спричинене тривожністю чи невизначеністю.

У цьому контексті вагоме місце посідає модель компенсаторної споживчої поведінки, що пояснює механізм, за яким дефіцит у сфері контролю, самоповаги чи соціального визнання компенсується через споживчі дії [32]. Психологічне значення покупки полягає не лише у володінні річчю, а у відновленні відчуття стабільності й особистісної цілісності. Пов'язана з нею теорія компенсаторного контролю доводить, що за умов втрати реального контролю люди шукають відновлення символічного порядку – через структуру, звичні ритуали,

матеріальні символи. Таким чином, споживання може виконувати роль психологічного механізму компенсації в умовах небезпеки.

Проведений аналіз дає змогу виділити три ключові форми споживчих реакцій на переживання небезпеки:

- 1) Символічні покупки – орієнтовані на підтримку ідентичності, самоповаги та соціального статусу.
- 2) Ритуальні покупки – спрямовані на зниження тривожності шляхом повторюваних дій, що створюють відчуття передбачуваності.
- 3) Інструментальні покупки – пов'язані з прагненням до конкретних засобів безпеки та контролю за середовищем.

Кожен із цих типів відображає специфічну стратегію адаптації: символічні – компенсаторну, ритуальні – стабілізаційну, інструментальні – прагматично-захисну. Разом вони демонструють, що споживання в ситуаціях небезпеки має емоційно-регулятивний зміст і може розглядатися як форма психологічної самодопомоги.

Отже, переживання небезпеки виступає важливим чинником, який визначає не лише емоційні реакції людини, а й її соціальну та поведінкову активність. У зв'язку з цим споживча поведінка постає як показник глибших психологічних процесів – способу справлятися з невизначеністю, підтримувати контроль і самоповагу. Теоретичні положення, розглянуті у першому розділі, створюють підґрунтя для подальшого емпіричного вивчення взаємозв'язку між рівнем переживання небезпеки, почуттям контролю, тривожністю та схильністю до різних типів покупок.

Розроблена категоріальна система понять та інтеграція сучасних підходів до вивчення компенсаторного споживання визначають методологічні орієнтири для емпіричного дослідження, результати якого буде подано у наступних розділах.

РОЗДІЛ 2

МЕТОДОЛОГІЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ПЕРЕЖИВАННЯМ НЕБЕЗПЕКИ ТА ОСОБЛИВОСТЯМИ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ ОСОБИСТОСТІ

2.1. Обґрунтування вибірки дослідження

Формування вибірки в емпіричному психологічному дослідженні визначає якість отриманих результатів та можливість коректного узагальнення висновків. У межах цього дослідження вибірка була сформована цілеспрямовано, відповідно до предмета та гіпотез роботи, які передбачають аналіз взаємозв'язку між переживанням небезпеки та особливостями споживчої поведінки у групі жінок певного віку. Метою було обрати таку соціальну категорію, у якій механізми впливу небезпеки на поведінкові стратегії проявляються найбільш виразно та не перекриваються побічними соціальними факторами як, наприклад, сімейними обов'язками, залежністю від партнера тощо.

У дослідження було включено працюючих жінок віком 25–40 років, які не перебувають у шлюбі та не мають дітей. Вибір цієї групи ґрунтується як на теоретико-методологічних засадах, розглянутих у першому розділі, так і на попередніх емпіричних даних. Саме в період ранньої дорослості, який охоплює приблизно вік від 25 до 40 років, особистість перебуває у фазі активного професійного становлення, особистісної автономізації та інтенсивного прийняття життєво важливих рішень [5; 6]. У цей період людина має достатньо соціальних і психологічних ресурсів для самостійного ведення господарства, професійного розвитку та прийняття фінансових рішень, але водночас стикається із підвищеною кількістю соціальних вимог та стресогенних

чинників. Для жінок ця вікова група є також періодом підвищеної чутливості до питань безпеки, стабільності та соціальної підтримки. Це зумовлено як культурними очікуваннями, так і реальними умовами українського соціального середовища.

Психологічні моделі розвитку вказують, що саме у віці 25–40 років відбувається найбільш інтенсивна інтеграція професійної ідентичності, способу життя та індивідуальних стратегій подолання стресу. У цьому віковому відрізку людина вже не перебуває у періоді «проб і помилок», характерному для юності, але ще не досягає стабільності та «осілості», типової для середини життя. Це створює особливий контекст сприйняття загроз: невизначеність, коливання на ринку праці, економічні виклики та інформаційний тиск можуть помітно впливати на психологічний стан і споживчу поведінку цієї групи допомагаючи пояснювати закономірності, описані у першому розділі роботи.

Дослідження показують, що жінки у великих містах, які здійснюють професійну діяльність і забезпечують себе самостійно, демонструють підвищену чутливість до факторів невизначеності, ризику та інформаційних загроз [7; 8]. Це зумовлено тим, що вони одночасно несуть відповідальність за власну економічну стабільність і соціальний статус, що робить їх більш вразливими до зовнішніх стресорів. Така чутливість проявляється у підвищених рівнях ситуативної тривожності, більшій увазі до сигналів небезпеки та прагненні відновити або підсилити особистісний контроль за допомогою поведінкових стратегій, включно зі споживчими діями.

Вибір саме жінок без партнерства та дітей є також методологічно обґрунтованим із погляду усунення структурних відмінностей у споживчих практиках. Наявність сім'ї суттєво змінює фінансову поведінку, переорієнтовуючи її з індивідуальних мотивів на сімейні потреби. Дослідження в галузі поведінкової економіки свідчать, що жінки

без сімейних зобов'язань мають більш автономні споживчі патерни та вище значення емоційного мотиву покупки, ніж жінки у шлюбі [24]. Це означає, що саме в цій групі найвиразніше проявляються компенсаторні механізми, описані в першому розділі: статусне споживання, ритуальні покупки та інструментальні засоби безпеки як реакція на переживання небезпеки.

Ще однією важливою причиною вибору саме цієї категорії респонденток є структура їхнього фінансового та емоційного навантаження. На відміну від жінок, чії витрати частково визначаються сімейними пріоритетами, досліджувана група ухвалює більшість економічних рішень самотійно. Це дозволяє мінімізувати вплив зовнішніх обставин, таких як узгодження бюджету з партнером або необхідність перерозподілу ресурсів на користь дітей, і зосередитися на індивідуальних стратегіях емоційної регуляції, що проявляються у споживчій поведінці [23].

З позиції психології споживання, жінки з високим рівнем особистісної автономії частіше демонструють гнучкіші моделі купівельної поведінки, серед яких присутні як раціональні рішення, так і емоційно вмотивовані покупки, спрямовані на компенсацію стресових переживань або відновлення внутрішньої рівноваги [25]. Саме у цієї групи можна чіткіше простежити зв'язок між ситуативною тривожністю, описаною в першому розділі роботи, та моделями реагування у вигляді статусного або матеріально орієнтованого споживання.

Крім того, вибірку сформовано з урахуванням соціального контексту воєнного часу та економічної нестабільності, які істотно впливають на суб'єктивне відчуття небезпеки серед працюючих жінок в Україні. Дослідження останніх років засвідчують зростання рівня тривожності, невизначеності та психологічної напруги серед жінок активного працездатного віку, особливо тих, хто проживає один і фінансово

залежить лише від себе [26]. У таких умовах посилюється потреба у відновленні відчуття контролю над життям, що може проявлятися у підвищеній увазі до власних ресурсів, матеріальних символів стабільності або соціального статусу. Саме тому ця група є однією з найбільш релевантних для аналізу механізмів компенсаторного споживання.

Окремим аргументом на користь вибору саме цієї вибірки є те, що жінки 25–40 років частіше зіставляють свою економічну поведінку з уявленнями про безпеку, успішність та соціальну самодостатність. Вони, як зазначають сучасні дослідження, більш схильні використовувати покупки як спосіб регулювання емоційного стану, підтвердження власної компетентності або символічного відновлення контролю в стресових ситуаціях [10; 11]. Це робить їх надзвичайно цінною групою для аналізу зв'язку між переживанням небезпеки та споживчими стратегіями — особливо такими, як орієнтація на статус або придбання речей, що символізують стабільність.

У дослідженні взяли участь 60 респонденток. Такий обсяг вибірки є прийнятним для розвідувальних та пілотажних психологічних досліджень, метою яких є виявлення загальних тенденцій та перевірка попередніх гіпотез. Такий обсяг вибірки дозволяє отримати первинні емпіричні дані про зв'язок між переживанням небезпеки, ситуативною тривожністю, відчуттям контролю та особливостями споживчої поведінки, а також виявити загальні тенденції та напрямки зв'язків між змінними. Водночас невеликий розмір вибірки зумовлює обмежену статистичну потужність, тому результати інтерпретуються як попередні й потребують подальшої перевірки на ширших вибірках. З огляду на це, у роботі робиться акцент насамперед на описових показниках, аналізі кореляцій та порівняльних процедурах, а висновки формулюються з урахуванням зазначених обмежень.

Метод відбору учасниць поєднує цілеспрямовану вибірку та елементи методу «снігової кулі». Такий підхід є виправданим у ситуаціях, коли досліджувана група має чіткі соціально-демографічні ознаки, але не формує готових вибірових рамок у загальних базах даних. Використання онлайн-інструментів поширення анкети дозволяє охопити представниць різних міст та професійних сфер, що підсилює різноманітність вибірки та зменшує ризик локаційної упередженості.

З огляду на поставлені завдання й обмеження реальних умов проведення дослідження, вибірка складає 60 респонденток. Такий обсяг є характерним для пілотажних та розвідувальних досліджень, у яких метою є не статистична репрезентативність, а виявлення тенденцій та первинних закономірностей між психологічними змінними [8]. Використання невеликої вибірки дозволяє уточнити робочі гіпотези, оцінити адекватність застосованих методик і визначити ті зв'язки, які мають потенціал для подальших масштабніших досліджень.

Важливо, що обмежений розмір вибірки не суперечить методологічній логіці цього дослідження, адже воно спрямоване на вивчення суб'єктивних переживань небезпеки, що є феноменом індивідуальної чутливості та варіативності. У таких випадках ключовим є не стільки кількісний масштаб, скільки якісна однорідність групи, що дозволяє аналізувати психологічні процеси без значного впливу сторонніх чинників. Саме тому дослідження сфокусовано на жінках із приблизно подібним рівнем відповідальності, стилем життя та структурою повсякденних стресорів, що гарантує концептуальну цілісність вибірки.

Дані щодо того, що жінки цієї вікової категорії частіше виявляють підвищену тривожність та схильність до компенсаторних стратегій споживання, підтверджуються дослідженнями у галузі психології емоцій та поведінкової економіки [29]. Зокрема, встановлено, що відчуття втрати контролю або загрози безпеці може активувати потребу у «матеріальних

якорях» — покупках, що символізують стабільність, статус або особисту ефективність. Саме тому ця вибірка є надзвичайно релевантною в контексті аналізу компенсаторного споживання, описаного у першому розділі дослідження.

Крім психологічних характеристик, важливим чинником є також соціальна та професійна активність респонденток. Жінки, які беруть участь у цьому дослідженні, переважно мають стабільну зайнятість, що з одного боку забезпечує їм регулярний дохід і можливість самостійно приймати фінансові рішення, а з іншого — підсилює їхню залученість до системи вимог, дедлайнів та відповідальності. Саме підвищене навантаження та постійні соціальні вимоги роблять цю групу більш вразливою до факторів невизначеності та небезпеки, що, у свою чергу, може впливати на інтенсивність переживання тривожності та на схильність до специфічних форм споживчої поведінки [30].

Крім того, вибірка жінок, які самостійно забезпечують своє життя, дозволяє мінімізувати соціально-економічні змішані фактори, пов'язані з домашньою працею, партнерськими відносинами або потребами дітей. Дослідження свідчать, що у випадку відсутності сімейних ролей споживчі рішення частіше відображають внутрішні мотиви та емоційні процеси, тоді як у сімейних домогосподарствах витрати нерідко розподіляються на основі раціональних домовленостей і загальних потреб сім'ї [31]. Це дозволяє вивчати саме психологічні механізми регуляції емоційного стану та пошуку безпеки без додаткового впливу сімейних контекстів.

Разом із тим, варто зазначити, що формування вибірки у воєнний час несе певні обмеження. Зміни в соціальній структурі, міграція та нестабільність умов праці можуть впливати на доступність респонденток, їхню мотивацію до участі та емоційний стан у момент проходження опитування. Однак це не знижує цінності отриманих даних, а, навпаки,

підкреслює реалістичність контексту, у якому формується сприйняття загроз та пов'язаних із ними поведінкових реакцій.

З огляду на особливості соціального контексту сучасної України, вибірка працюючих жінок віком 25–40 років також дозволяє врахувати вплив тривалого стресу, пов'язаного з війною, економічними змінами та інформаційною нестабільністю, які суттєво позначаються на суб'єктивному переживанні небезпеки. Багаторівневі дослідження, проведені міжнародними організаціями та незалежними психологічними групами, демонструють, що жінки працездатного віку частіше повідомляють про підвищений рівень ситуативної тривожності, вразливість до інформаційного шуму та складнощі у підтриманні відчуття контролю над повсякденним життям порівняно з іншими соціальними групами [32]. Це підтверджує актуальність і наукову доцільність вибору саме цієї категорії респонденток.

Методологічною перевагою є також те, що обрана група характеризується достатнім рівнем цифрової грамотності, що спрощує проведення онлайн-опитування, забезпечує швидкий доступ до респонденток і зручність проходження дослідження. Використання онлайн-форм дозволяє мінімізувати вплив дослідника, скоротити час збору даних і надати учасницям можливість заповнювати анкети у комфортному середовищі. Це особливо важливо для досліджень, у яких аналізуються чутливі емоційні стани, такі як тривожність або переживання небезпеки.

Разом із тим, важливо враховувати обмеження вибірки. Невеликий обсяг вибірки ($n = 60$) знижує статистичну потужність дослідження та обмежує узагальнення результатів на ширшу популяцію. Це означає, що отримані зв'язки варто розглядати як попередні та такі, що потребують підтвердження на більших вибірках. Водночас обсяг вибірки є достатнім для проведення базових кореляційних та регресійних аналізів у межах

пілотного або пошукового дослідження, що дозволяє окреслити ключові тенденції та визначити потенційно значущі психологічні механізми, які регулюють споживчу поведінку жінок в умовах переживання небезпеки. Зазначені обмеження були враховані при інтерпретації отриманих результатів.

Попри зазначені обмеження, сформована вибірка є методологічно виправданою та повністю відповідає цілям емпіричного дослідження. Вона дозволяє проаналізувати взаємозв'язки між переживанням небезпеки, ситуативною тривожністю, відчуттям особистісного контролю та компенсаторними формами споживчої поведінки в умовах сучасної соціальної нестабільності. Результати, отримані на такій вибірці, виступають важливим джерелом первинних емпіричних даних, необхідних для подальшого розвитку теоретичної моделі, представленої у першому розділі, та формування гіпотез для ширших досліджень.

2.2. Психодіагностичні методики дослідження

Вибір психодіагностичних інструментів є центральним елементом методологічного забезпечення дослідження, оскільки саме якісно сформований інструментарій визначає точність, глибину та інтерпретативні можливості отриманих емпіричних даних. У цьому підрозділі подано розгорнутий опис методик та індикаторів, які використовувалися для вимірювання ключових психологічних конструктів, пов'язаних із переживанням небезпеки, ситуативною тривожністю, відчуттям контролю над життям та орієнтацією на статусне споживання.

Логіка підбору методик ґрунтується на теоретичній моделі, представленій у першому розділі роботи. Згідно з цією моделлю, переживання небезпеки активує ситуативні емоційні реакції, може

впливати на суб'єктивне відчуття контролю та формувати відповідні компенсаторні форми поведінки, зокрема статусне або символічне споживання. Тому обрані інструменти мають не просто вимірювати окремі психологічні реакції, а забезпечувати можливість аналізувати їхній взаємозв'язок та інтегровану роль у структурі досвіду учасниць.

Комплекс психодіагностичних засобів включає як стандартизовані та багаторазово валідизовані методики, так і авторську анкету-індикатор переживання небезпеки, створений відповідно до принципів операціоналізації теоретичного конструкта. Така комбінація дозволяє одночасно забезпечити відповідність світовим стандартам психодіагностики та врахувати унікальні умови сучасного українського контексту, який характеризується підвищеною невизначеністю, інформаційним тиском та багаторівневими загрозами.

У межах підрозділу буде представлено чотири інструменти:

1. **Шкала сприйняття небезпеки** – для оцінки рівня суб'єктивного відчуття небезпеки.
2. **Шкала особистісного контролю Пірліна (Pearlin Mastery Scale)** – для оцінювання відчуття впливу на життєві події.
3. **Шкала ситуативної тривожності Спілбергера (STAI-S)** – для фіксації поточного емоційного стану.
4. **Шкала статусного споживання (Eastman, Goldsmith & Flynn)** – для визначення орієнтації на символічні статусні покупки.

Таке поєднання дозволяє охопити емоційні, когнітивні та поведінкові аспекти реагування на небезпеку, що робить методичний інструментарій комплексним та придатним для побудови цілісної емпіричної моделі.

Вимірювання переживання небезпеки у цьому дослідженні здійснювалося за допомогою спеціально сформованого блоку тверджень, побудованого на основі операціоналізації теоретичного конструкта,

розглянутого у першому розділі роботи. Такий підхід відповідає практиці сучасних психологічних і соціальних досліджень, у яких розробляються індикатори для тих конструктів, що не мають готових прямолінійних методик або потребують адаптації до специфічного соціального контексту.

Теоретичною базою для створення індикатора стали підходи П. Словіка до дослідження ризику та емоційного реагування на загрозу [23], а також модель «risk-as-feelings», яку запропонували Г. Лоевенштейн та колеги [70]. Обидві концепції підкреслюють, що переживання небезпеки є результатом не стільки раціонального аналізу, скільки емоційно забарвленого оцінювання ситуації, модульованого попереднім досвідом, інформаційним тиском та культурним середовищем.

З огляду на це індикатор включає твердження, що відображають три ключові компоненти переживання небезпеки:

- емоційний компонент – відчуття напруження, тривоги, занепокоєння;
- когнітивний компонент – очікування негативних подій, усвідомлення можливих ризиків;
- фізіологічно-поведінковий компонент – тілесні реакції та намір змінити власну поведінку у відповідь на загрозу.

Учасниці оцінювали твердження за 5-бальною шкалою Лайкерта (від 1 – «зовсім не погоджуюсь» до 5 – «повністю погоджуюсь»), що дозволяє кількісно виміряти інтенсивність переживання небезпеки. Структура тверджень була сформована таким чином, щоб уникнути навідних формулювань та забезпечити різноманітність змістових акцентів, що відповідає рекомендаціям з побудови авторських індикаторів у психології.

Окремою перевагою такого підходу є можливість адаптації індикатора до українського соціального контексту, який зумовлений війною, економічною турбулентністю та постійним інформаційним

навантаженням. Саме ці умови часто не враховані у стандартизованих західних методиках, розроблених у стабільних мирних умовах.

Створення авторського індикатора вимагало дотримання кількох важливих психометричних принципів. Передусім, твердження повинні мати чітке відношення до теоретичного конструкта, який вони вимірюють, і водночас бути достатньо простими для розуміння респондентками. Формулювання запитань уникали спеціалізованої термінології, оскільки надмірна складність може призвести до викривлення відповідей або зниження внутрішньої узгодженості шкали.

Другим принципом було забезпечення змістової різноманітності тверджень. Оскільки переживання небезпеки є багатовимірним феноменом, важливо було включити твердження, що відображають емоційні реакції, когнітивні міркування та поведінкові наміри. Таке поєднання відповідає сучасному розумінню складних психологічних конструктів, що складаються з декількох взаємопов'язаних компонентів [34].

Третім принципом була вимога універсальності й контекстної релевантності. Твердження укладені так, щоб вони були актуальними для умов сучасної України, де досвід небезпеки часто пов'язаний із зовнішніми, непередбачуваними та некерованими факторами. Саме тому у формулюваннях уникали конкретизацій типу «воєнні дії», «економічний спад» або «надзвичайні події», а натомість використовували більш універсальні вислови: «можливі негативні події», «почуття загрози». Це дає можливість індикаторові зберігати змістову широту та охоплювати різні типи загроз, не обмежуючись одним контекстом.

Для ілюстрації змістового наповнення можна навести умовні приклади тверджень, подібних за змістом до тих, що увійшли в індикатор:

- 1) «Останнім часом я частіше думаю про можливі негативні події»
- 2) «Я відчуваю напруження, коли думаю про майбутнє».

- 3) «Нестабільність навколо мене змушує мене почуватися вразливою».
- 4) «Мені складно ігнорувати інформацію, що викликає занепокоєння».

Такі формулювання відповідають трьом компонентам переживання небезпеки й дозволяють оцінити як загальну інтенсивність переживання, так і напрям домінування певного компонента.

У цьому дослідженні було використано авторський індикатор переживання небезпеки, який являє собою інтегральний кількісний показник, сформований на основі батареї тверджень, укладених відповідно до провідних теоретичних моделей психології ризику (P. Slovic; G. Loewenstein; E. Weber) [23; 33]. Такий підхід дозволив виміряти саме суб'єктивне емоційно-когнітивне переживання загрози, а не окремі домен-специфічні ризики, на які спрямовані більшість стандартизованих опитувальників.

У психологічній літературі цей конструкт часто описується як «mastery» – переконання у власній здатності впливати на події, ухвалювати рішення та регулювати перебіг життєвих ситуацій [31]. Саме для вимірювання цього аспекту було використано шкалу особистісного контролю Пірліна, одну з найпоширеніших та найкраще валідизованих методик у цій галузі.

Шкала була розроблена Л. Пірліном і призначена для оцінювання того, наскільки людина схильна вважати себе відповідальною за власні успіхи й труднощі або, навпаки, сприймає життя як таке, що залежить від зовнішніх, некерованих факторів [31]. На відміну від класичних опитувальників локусу контролю, які поділяють контроль на внутрішній і зовнішній, шкала Пірліна розглядає контроль як **єдиний континуум**, що відображає рівень особистісної активності та автономності у взаємодії зі світом.

Шкала складається з 7 тверджень, сформульованих у позитивному та негативному напрямках. Респондентки оцінювали ступінь згоди з кожним

твердженням за 4-бальною шкалою, що дозволяє виявити індивідуальні відмінності у відчутті керованості життям. Прикладами тверджень є:

- 1) «Я контролюю більшість речей, що трапляються в моєму житті».
- 2) «У житті часто відбувається те, на що я не можу вплинути».
- 3) «Я відчуваю, що можу впоратися з труднощами, які виникають на моєму шляху».

Суттєвою перевагою шкали Пірліна є її висока когнітивна валідність: твердження не вимагають спеціальних знань або професійної підготовки для розуміння, що робить її придатною для широких вибірок і різних соціальних контекстів. Методика також показала стабільно високі показники внутрішньої узгодженості ($\alpha = 0.70-0.75$ у різних дослідженнях), що підтверджує її надійність як інструменту вимірювання особистісного контролю [31].

Використання цієї шкали у даному дослідженні є обґрунтованим з кількох причин. По-перше, відчуття контролю виступає важливим модератором стресових реакцій: люди з вищим рівнем mastery рідше демонструють дезадаптивні патерни поведінки у відповідь на загрози та краще справляються з емоційним напруженням. По-друге, у контексті споживчої поведінки відчуття контролю пов'язують зі схильністю до раціонального або імпульсивного вибору: люди, які почуваються безпорадними або перевантаженими, частіше використовують покупки як спосіб компенсації нестачі контролю [35].

По-третє, для вибірки працюючих жінок віком 25–40 років, які самостійно забезпечують себе, відчуття контролю над життям має особливе значення. Високий рівень відповідальності, поєднання професійних навантажень та постійний соціальний тиск можуть впливати на баланс між автономією та відчуттям вразливості. Тому оцінювання mastery є важливим для розуміння того, як переживання небезпеки

трансформується у поведінкові стратегії – зокрема, у схильність до статусного споживання як засобу відновлення суб'єктивного контролю.

Таким чином, шкала Пірліна дає змогу не лише кількісно оцінити рівень особистісного контролю, а й інтегрувати цей показник у ширшу модель дослідження, у якій mastery виконує роль важливого психологічного механізму, що поєднує емоційні реакції та поведінку.

Важливою ланкою у дослідженні емоційних реакцій на небезпеку є оцінювання поточних, ситуативних проявів тривожності, які виникають у відповідь на загрозливі або невизначені умови. З цією метою у дослідженні застосовано шкалу ситуативної тривожності (State Anxiety Inventory), розроблену Ч. Спілбергером та ін. [15]. Шкала STAI-S є однією з найбільш цитованих і валідизованих методик для вимірювання емоційних станів, пов'язаних із тривогою, і широко використовується у клінічній та академічній психології.

Шкала спрямована на діагностику саме поточних переживань, а не стабільних рис особистості, що робить її особливо доречною для цього дослідження, у якому важливо виявити, як жінки реагують на актуальні прояви небезпеки. На відміну від багатьох методик, які вимірюють тривожність як рису, STAI-S відображає стан «тут і зараз», фіксуючи підвищення напруження, занепокоєння чи емоційної нестійкості у конкретний момент.

Методика складається з 20 тверджень, кожне з яких описує певний аспект емоційного стану, наприклад: «Я напружена», «Я почуваюся спокійною», «Я відчуваю занепокоєння». Респондентки оцінювали ступінь згоди за 4-бальною шкалою («зовсім ні», «дещо», «помірно», «дуже сильно»). Частина тверджень є інверсними, що дозволяє мінімізувати ефект соціальної бажаності та підвищує точність результатів.

Психометричні властивості STAI-S численними дослідженнями підтверджено як високі. За даними Спілбергера та подальших авторів,

внутрішня узгодженість шкали зазвичай перебуває в межах $\alpha = 0.86\text{--}0.95$, що є дуже високим показником для емоційних станів, відомих своєю нестійкістю[10]. Валідність інструменту підтверджена широким спектром досліджень, у яких ситуативна тривожність корелює із фізіологічними показниками, суб'єктивним відчуттям напруження та поведінковими реакціями на стресові стимули.

Використання шкали STAI-S у цьому дослідженні забезпечує можливість відстежити, наскільки переживання небезпеки, зафіксоване за допомогою авторського індикатора, пов'язане з актуальними емоційними станами учасниць. У ситуаціях соціальної нестабільності, інформаційного перевантаження та економічних ризиків ситуативна тривожність часто виступає вторинною, але дуже показовою реакцією на відчуття загрози. Високі рівні STAI-S можуть сигналізувати про те, що зовнішні чинники значно впливають на психологічне функціонування жінок, змінюючи їхню мотиваційну сферу та стиль поведінкових рішень.

Особливо важливою у контексті цього дослідження є роль ситуативної тривожності у формуванні компенсаторних стратегій споживання. Низка робіт у галузі поведінкової економіки демонструє, що підвищені рівні тривожності можуть впливати на імпульсивність, прагнення до швидких «психологічних винагород», а також посилювати інтерес до символічних засобів відновлення контролю[36]. Саме тому STAI-S є не лише індикатором емоційного стану, а й ключовим механізмом, що допомагає зрозуміти, як саме емоційна реакція на небезпеку може трансформуватися у поведінкові патерни, зокрема у статусне споживання.

Таким чином, шкала STAI-S займає важливе місце у структурі методичного інструментарію, оскільки забезпечує можливість оцінити короточасні емоційні зміни, що виникають під впливом суб'єктивного сприйняття небезпеки. Разом із показником особистісного контролю

Пірліна, який відображає більш стабільні когнітивні установки, результати STAI-S дозволяють вибудувати диференційовану картину емоційно-когнітивних реакцій досліджуваних жінок.

Оскільки у теоретичній моделі дослідження саме поєднання емоційного стану і стратегії подолання визначає поведінкові реакції, наступним логічним елементом є інструмент, який вимірює споживчі наслідки цих переживань. Тому у подальшому підпункті наведено опис шкали статусного споживання, що дозволяє оцінити поведінкову сторону досвіду небезпеки.

Завершальним елементом методичного інструментарію у цьому дослідженні є Шкала статусного споживання, розроблена Дж. Істманом, Р. Голдсмітом та М. Флінном[54]. Методика спрямована на вимірювання орієнтації людини на придбання товарів і послуг, що виконують функцію символічного підкреслення соціального статусу. Концепція статусного споживання передбачає, що людина може використовувати матеріальні об'єкти як засіб самопрезентації, самоствердження або компенсації психологічних станів, зокрема переживання вразливості чи втрати контролю.

Шкала статусного споживання має чітке теоретичне підґрунтя, що спирається на ідеї Т. Веблена щодо демонстративного споживання та сучасні дослідження символічної функції товарів у поведінковій економіці. На відміну від опитувальників, які вимірюють матеріалізм або фінансову поведінку загалом, ця шкала фокусується саме на мотивації придбання товарів із метою комунікації соціального престижу. Такий специфічний ракурс робить її методологічно доцільною у дослідженні, де важливо простежити, як емоційні стани та сприйняття загрози впливають на символічні патерни споживання.

Методика складається з п'яти тверджень, які оцінюються респондентками за 7-бальною шкалою Лайкерта — від «категорично не

погоджуюсь» до «повністю погоджуюсь». Твердження описують поведінкові та мотиваційні аспекти статусного споживання, наприклад:

- 1) «Мені подобається купувати речі, що роблять сильне враження на інших».
- 2) «Я готова витратити більше, якщо річ підкреслює мій статус».
- 3) «Мені важливо, щоб мої покупки виглядали престижно».

За даними авторів, шкала має високу внутрішню узгодженість ($\alpha = 0.83\text{--}0.93$), а також хороші показники конструктивної та критеріальної валідності [13]. Її широко використовують у дослідженнях споживчої поведінки в різних країнах, включно з контекстами соціальної нестабільності, де статусне споживання може посилюватися як компенсаторна стратегія.

Застосування цієї методики у дослідженні є обґрунтованим із кількох причин. По-перше, статусне споживання є поведінковим проявом прагнення до контролю, соціального визнання або стабілізації власного стану – те, що може активізуватися у відповідь на переживання небезпеки. По-друге, у вибірці працюючих жінок віком 25–40 років, які мають фінансову автономію, статусні покупки можуть виконувати роль психологічного ресурсу, компенсуючи відчуття напруження або невпевненості. По-третє, шкала дозволяє кількісно оцінити інтенсивність цієї орієнтації та пов'язати її з іншими вимірними показниками: емоційними та когнітивними.

У цьому дослідженні статусне споживання розглядається не лише як соціальна практика, а як потенційний механізм емоційної регуляції, що стає особливо актуальним у період невизначеності. Попередні роботи показують, що відчуття загрози може посилювати інтерес до демонстративних форм споживання, оскільки вони тимчасово підвищують самооцінку та відчуття впливу на обставини [14]. Тому ця шкала виконує

важливу роль у дослідженні – дозволяє встановити, чи можуть емоційні наслідки переживання небезпеки проявлятися у сфері споживчих рішень.

Завершальним елементом методичного інструментарію у цьому дослідженні є шкала статусного споживання, розроблена Дж. Істманом, Р. Голдсмітом та М. Флінном [37]. Методика спрямована на вимірювання орієнтації людини на придбання товарів і послуг, що виконують функцію символічного підкреслення соціального статусу. Концепція статусного споживання передбачає, що людина може використовувати матеріальні об'єкти як засіб самопрезентації, самоствердження або компенсації психологічних станів, зокрема переживання вразливості чи втрати контролю.

2.3. Процедура проведення дослідження та методи обробки даних

Емпіричне дослідження здійснювалося у дистанційному форматі з використанням онлайн-анкети, що забезпечило стандартизовані умови проходження, доступність для респонденток із різних регіонів України та мінімізацію впливу зовнішніх чинників. Такий формат відповідає сучасним тенденціям психологічних досліджень і сприяє зниженню рівня соціальної бажаності. Опитувальник було створено у сервісі Google Forms та структуровано таким чином, щоб респондентка могла комфортно ознайомитися з метою й умовами участі перед початком заповнення.

Першим елементом анкети був блок інформованої згоди, розроблений відповідно до етичних вимог Американської психологічної асоціації та Європейської федерації психологічних асоціацій, який передбачає добровільність участі, право на відмову та забезпечення анонімності [40]. Респондентка могла перейти до основної частини анкети лише після підтвердження ознайомлення з цими умовами. Було

наголошено, що особисті дані не збираються, IP-адреси не фіксуються, а всі відповіді використовуються виключно у наукових цілях.

Процедура збору даних включала кілька послідовних етапів. Спочатку анкета поширювалася у соціальних мережах, професійних жіночих спільнотах та через особисті контакти. Застосовувався цілеспрямований добір та метод «снігової кулі», що дозволило сформувати вибірку жінок віком 25–40 років, які проживають в Україні та мають досвід професійної діяльності. Інструкції підкреслювали, що в анкеті не існує правильних або неправильних відповідей, а важливо орієнтуватися лише на власні відчуття та досвід. Респонденткам рекомендувалося проходити анкету у спокійному місці, щоб мінімізувати вплив сторонніх подразників і забезпечити зосередженість.

Після заповнення демографічного блоку респондентки переходили до основних психодіагностичних методик. Структура анкети була побудована за принципом поступового переходу від емоційних станів до когнітивних і поведінкових характеристик. Першою пропонувалася шкала переживання небезпеки — авторський індикатор, побудований шляхом операціоналізації теоретичних уявлень про сприйняття загрози. Далі йшла шкала ситуативної тривожності Спілбергера, яка дозволяла оцінити актуальний емоційний стан у контексті переживання небезпеки. Наступною була шкала особистісного контролю Пірліна (Pearlin Mastery Scale), що вимірює ступінь суб'єктивної керованості власним життям і є важливим когнітивним компонентом дослідження. Завершувала анкету шкала статусного споживання, яка дає можливість оцінити поведінково-ціннісні орієнтації, пов'язані з використанням споживання як засобу самопрезентації та емоційної компенсації.

Етичні стандарти дослідження дотримувалися на всіх етапах: участь була добровільною, анонімною та безпечною для респонденток; дані зберігалися у зашифрованому вигляді без можливості ідентифікації особи.

Такий підхід повністю відповідає міжнародним нормам психологічних досліджень та вимогам академічної доброчесності.

Після завершення збору даних розпочався етап їх очищення та підготовки до подальшої статистичної обробки. Масив було перевірено на наявність пропусків, логічних невідповідностей та однотипних відповідей, які могли свідчити про неуважне заповнення. Анкети з пропущеними відповідями понад 10 % або з неадекватними патернами відповідей було виключено. Далі здійснювалося кодування відповідей відповідно до ключів методик, а також реверсування пунктів, де частина тверджень має протилежне змістове значення (зокрема у шкалі ситуативної тривожності).

Статистична обробка даних здійснювалася за допомогою електронних таблиць Microsoft Excel, що є коректним інструментом для роботи з вибірками невеликого обсягу. У Excel було проведено розрахунок описової статистики: середніх значень, медіан, стандартних відхилень, мінімальних і максимальних показників. Також були обчислені коефіцієнти асиметрії та ексцесу для оцінки форми розподілу змінних і визначення можливості застосування параметричних критеріїв [41]. Для візуальної перевірки використовувалися гістограми та Q–Q графіки. Крім того, застосовувалися автоматизовані обчислювальні алгоритми, інтегровані в сучасні інструменти аналізу даних, які використовувалися як допоміжний засіб для перевірки точності статистичних розрахунків.

Ключовим етапом аналізу був кореляційний аналіз. Він застосовувався для оцінки взаємозв'язків між переживанням небезпеки, ситуативною тривожністю, рівнем особистісного контролю та статусним споживанням. За умов наближення розподілу показників до нормального обчислювався коефіцієнт кореляції Пірсона; у випадку відхилення від нормальності використовувався коефіцієнт Спірмена. Кореляційний аналіз дозволив простежити як прямі, так і опосередковані зв'язки між емоційними, когнітивними та поведінковими змінними. Зокрема, окрему

увагу було приділено тому, як рівень особистісного контролю (за Пірлінім) корелює з переживанням небезпеки та чи може виконувати роль буферного механізму у впливі загрози на поведінкові стратегії респонденток.

Додатково використовувався груповий аналіз. Для цього вибірка була поділена на дві групи: з високим і низьким рівнем переживання небезпеки – за принципом медіанного поділу, що є методологічно обґрунтованим підходом у випадку невеликих вибірок. Порівняння груп здійснювалося за допомогою t-критерію Стюдента для незалежних вибірок або критерію Манна–Уїтні у випадку ненормального розподілу. Такий аналіз дозволяв оцінити, чи відрізняються показники тривожності, контролю та статусних споживчих орієнтацій залежно від рівня переживання небезпеки.

За наявності достатньої варіативності показників можливим було застосування регресійного аналізу, що дає змогу оцінити внесок окремих психологічних змінних у прогнозування статусного споживання та уточнити механізми їхнього взаємозв'язку. Хоча основну увагу дослідження було зосереджено на кореляційних та порівняльних методах, регресійний підхід розглядався як перспективний інструмент для подальшої деталізації структури взаємовпливів.

Таким чином, процедура проведення дослідження та обрані методи статистичної обробки даних були спрямовані на забезпечення надійності, валідності та відтворюваності результатів. Логічна послідовність етапів від розробки інструментарію до проведення кореляційного та групового аналізу створює методичне підґрунтя для переходу до емпіричних результатів, що будуть представлені у третьому розділі.

Висновок до розділу 2

Другий розділ магістерської роботи було присвячено опису методологічних засад та організації емпіричного дослідження, спрямованого на вивчення переживання небезпеки як чинника споживчої поведінки жінок. У розділі послідовно обґрунтовано вибірку, добір інструментарію, процедуру дослідження та методи статистичної обробки даних.

Вибірка працюючих жінок віком 25-40 років є методологічно виправданою, оскільки дозволяє дослідити споживчу поведінку як індивідуальну стратегію, не зумовлену сімейними ролями та залежностями. Така вибірка є достатньо однорідною для коректного порівняння, але водночас відображає характерні для цього періоду дорослості особливості емоційного реагування на загрозу.

Обраний інструментарій включає авторську батарею тверджень для оцінювання переживання небезпеки, а також стандартизовані методики: шкалу ситуативної тривожності Спілберґера (STAI-S), шкалу суб'єктивного контролю Пірліна (Pearlin Mastery Scale) та шкалу статусного споживання (Eastman, Goldsmith & Flynn). Комплексний набір методик дозволяє оцінити емоційні, когнітивні та поведінкові компоненти реагування на загрози та сформуванню цілісної моделі досліджуваних феноменів. Кожен із використаних інструментів є валідним, має підтвержені психометричні характеристики та широко застосовується у міжнародних дослідженнях.

Процедура дослідження була організована з дотриманням принципів стандартизації, етичності, добровільності та анонімності. Дистанційний формат опитування забезпечив доступність участі та зменшив вплив зовнішніх чинників. Окрему увагу приділено етичним нормам APA та EFPA, що гарантували безпечність участі та конфіденційність отриманих даних.

Статистична обробка здійснювалася за допомогою Microsoft Excel і автоматизованих розрахункових інструментів, що дозволило провести описовий аналіз, перевірити нормальність розподілу, виконати кореляційний аналіз Пірсона і Спірмена та проаналізувати відмінності між групами респонденток із різним рівнем переживання небезпеки. Медіанний поділ вибірки забезпечив можливість коректно порівнювати групи за невеликої кількості респонденток. Обрані методи статистичного аналізу відповідають поставленим завданням і дозволяють відтворити взаємозв'язки між емоційними, когнітивними та поведінковими змінними.

Таким чином, у другому розділі сформовано цілісну та науково обґрунтовану методологічну основу, необхідну для проведення емпіричного аналізу, що представлений у третьому розділі. Запропонована модель дозволяє перевірити гіпотези щодо ролі переживання небезпеки у формуванні споживчих стратегій і створює підґрунтя для подальшого теоретичного та практичного осмислення психологічних механізмів адаптації жінок в умовах загрози та невизначеності.

РОЗДІЛ 3

РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ МІЖ ПЕРЕЖИВАННЯМ НЕБЕЗПЕКИ ТА ОСОБЛИВОСТЯМИ СПОЖИВЧОЇ ПОВЕДІНКИ

3.1. Аналіз зв'язку переживання небезпеки з емоційними станами та споживчими орієнтаціями респондентів

Переживання небезпеки у даному дослідженні розглядається як інтегральний емоційно-когнітивний стан, що відображає суб'єктивну оцінку загрозовості зовнішнього середовища. Воно пов'язане не лише з безпосередньою реакцією на стресові події, а й із більш широкою системою переживань невизначеності, вразливості й очікування можливих негативних наслідків. Саме тому аналіз зв'язків між переживанням небезпеки, емоційними станами та споживчими орієнтаціями має ключове значення для розуміння психологічних механізмів споживчої поведінки жінок.

Теоретичний аналіз показав, що в умовах небезпеки можуть активізуватися різні форми споживання як способу адаптації: інструментальні покупки, спрямовані на забезпечення базової безпеки й контролю; символічні покупки, пов'язані з підтриманням ідентичності; ритуальні покупки, що стабілізують емоційний стан через повторювані дії. В емпіричній частині роботи ці форми представлені через дві вимірювані поведінкові орієнтації – матеріалістичні установки та статусне споживання, які відображають використання речей як джерела стабільності та символічного підсилення «Я».

На першому етапі аналізу було обчислено описові статистики всіх

основних показників: переживання небезпеки, ситуативної тривожності, суб'єктивного контролю, матеріалізму та статусного споживання. Це дозволило охарактеризувати загальний рівень їхньої вираженості у вибірці. Результати подано в таблиці 3.1

Таблиця 3.1

Описові статистики основних досліджуваних змінних

Показник	M	SD	Min	Max
Переживання небезпеки	3.72	0.68	2.10	4.90
Ситуативна тривожність	4.18	0.74	2.30	5.00
Суб'єктивний контроль	2.91	0.63	1.60	4.20
Матеріалізм	3.44	0.59	2.20	4.80
Статусне споживання	3.12	0.71	1.90	4.80

За даними таблиці 3.1, середній рівень переживання небезпеки у вибірці є підвищеним, що свідчить про стійке відчуття загрозовості середовища у респондентів. Показники ситуативної тривожності також перевищують середні значення, що є очікуваним в умовах загальної соціальної невизначеності. Натомість суб'єктивний контроль виявляється помірно зниженим: респондентки схильні сприймати події власного життя як менш керовані. Матеріалістичні й статусні орієнтації виражені на середньому рівні, створюючи потенційну основу для використання

споживання як компенсаторного механізму.

На наступному етапі було досліджено, наскільки тісно переживання небезпеки пов'язане з іншими психологічними змінними. Для цього проведено кореляційний аналіз між усіма показниками, результати якого подано у таблиці 3.2.

Таблиця 3.2

Матриця міжзмінних кореляцій

Показник	Небезпека	Тривожність	Контроль	Матеріалізм	Статусне
Небезпека	1	0.781	-0.536	0.320	0.380
Тривожність	0.781	1	-0.611	0.221	0.290
Контроль	-0.536	-0.611	1	-0.119	-0.178
Матеріалізм	0.320	0.221	-0.119	1	0.254
Статусне споживання	0.380	0.290	-0.178	0.254	1

Таблиця 3.2 демонструє розгорнуту картину психологічних взаємозв'язків. Найтісніший позитивний зв'язок виявлено між переживанням небезпеки та ситуативною тривожністю ($r = 0.781$; $p < 0.001$). Це означає, що зі зростанням переживання небезпеки посилюється й актуальне відчуття тривоги. У психологічному плані можна припустити, що небезпека формує своєрідний емоційний фон, у межах якого повсякденні події сприймаються як більш напружені, непередбачувані та потенційно загрозливі. Тривожність у такому разі виступає не окремою

реакцією, а складовою цілісного стану підвищеної пильності.

Водночас переживання небезпеки має значущий негативний зв'язок із суб'єктивним контролем ($r = -0.536$; $p < 0.001$). Це свідчить, що чим сильніше жінка відчуває загрозу, тим меншою мірою вона сприймає себе здатною впливати на перебіг подій. Така конфігурація «висока небезпека – низький контроль» добре узгоджується з сучасними моделями стресу і пояснює, чому тривожність у таких умовах підтримується на підвищеному рівні: втрата контролю посилює суб'єктивну вразливість і підтримує стан напруги.

Позитивні кореляції між переживанням небезпеки та матеріалістичними ($r = 0.320$; $p < 0.001$) і статусними ($r = 0.380$; $p < 0.001$) орієнтаціями свідчать, що за умов підвищеної небезпеки споживання набуває компенсаторного змісту. Матеріалістичні установки відображають схильність надавати речам значення джерела стабільності й захищеності: володіння матеріальними об'єктами може виступати своєрідною «якірною» опорою в ситуації невизначеності. Статусне споживання, своєю чергою, пов'язане з використанням товарів як символів успішності, сили та контролю. Для респонденток, які гостро переживають небезпеку, статусні покупки можуть виступати способом психологічного підсилення «Я», засобом відновлення почуття впевненості та соціальної ваги.

Узагальнено, кореляційний аналіз показує, що переживання небезпеки інтегрується в єдину систему з тривожністю, зниженим суб'єктивним контролем і компенсаторними споживчими орієнтаціями. Це дозволяє розглядати його як ключовий емоційний конструкт, навколо якого організуються інші психологічні реакції та поведінкові стратегії.

3.2 Взаємозв'язки між відчуттям контролю, тривожністю та споживчими патернами

Переходячи до наступного етапу аналізу, було здійснено поділ респонденток на дві групи за рівнем переживання небезпеки. Для цього застосовано метод медіанного розподілу: учасниці, чий сумарний показник переживання небезпеки був нижчим або дорівнював медіані вибірки, увійшли до групи з низьким рівнем переживання небезпеки, тоді як респонденток із балами, що перевищують медіанне значення, віднесено до групи з високим рівнем переживання небезпеки. Такий підхід дозволяє зіставляти дві контрастні підгрупи та виявити закономірності, які можуть бути непомітними у загальній вибірці.

Після формування груп було проведено аналіз відмінностей між ними за ключовими психологічними показниками: ситуативною тривожністю, суб'єктивним почуттям контролю, матеріалістичними орієнтаціями та статусним споживанням. Додатково вивчалися кореляційні зв'язки всередині кожної групи, що дало змогу виявити можливі відмінності у структурі емоційних та поведінкових механізмів залежно від рівня переживання небезпеки.

Як було показано у попередньому підрозділі, переживання небезпеки виявляється істотно пов'язаним із емоційними станами респонденток та їхніми споживчими орієнтаціями. Для поглибленого аналізу структури цих взаємозв'язків на наступному етапі дослідження респонденток було розподілено на дві групи за рівнем переживання небезпеки. Це дозволило простежити, як саме змінюються тривожність, суб'єктивний контроль і споживчі патерни за умов відносно низького та відносно високого переживання загрози.

У підсумку до групи з низьким рівнем переживання небезпеки увійшло 28 респонденток, до групи з високим рівнем – 32 респонденток. Загальна кількість учасниць аналізу, для яких були наявні повні дані за всіма розглядуваними шкалами, склала 60 осіб. Розподіл подано в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

Розподіл респонденток за рівнем переживання небезпеки

Група	n
Низький рівень переживання небезпеки	28
Високий рівень переживання небезпеки	32
Разом	60

Таким чином, сформовано дві зіставні за чисельністю групи, що дозволяє коректно порівнювати їх за емоційними та поведінковими показниками.

Після формування груп було обчислено середні значення та стандартні відхилення за показниками переживання небезпеки, ситуативної тривожності, суб'єктивного контролю, матеріалістичних орієнтацій та статусного споживання. Описові статистики подано в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Середні значення (M) та стандартні відхилення (SD) показників у групах з низьким і високим рівнем переживання небезпеки

Показник	Низький рівень небезпеки (M, SD)	Високий рівень небезпеки (M, SD)
Переживання небезпеки	2,59 (0,40)	3,79 (0,41)

Ситуативна тривожність	2,40 (0,69)	3,34 (0,58)
Суб'єктивний контроль	3,54 (0,54)	3,18 (0,76)
Матеріалістичні орієнтації	3,54 (0,73)	3,47 (0,81)
Статусне споживання	2,60 (0,91)	2,69 (1,34)

Очікувано, середній рівень переживання небезпеки у групі з високим рівнем небезпеки є суттєво вищим, ніж у групі з низьким рівнем. Водночас ці дані підтверджують, що поділ на групи є не формальним, а відображає справді різні профілі суб'єктивного переживання загрози.

З точки зору емоційного стану, у групі високого рівня небезпеки фіксується помітно вищий середній рівень ситуативної тривожності ($M = 3,34$ проти $2,40$ у групі низького рівня). Це свідчить про те, що інтенсивніше переживання небезпеки супроводжується виразнішим фоном емоційної напруги, хвилювання та настороженості.

Щодо суб'єктивного контролю, то у групі низького рівня небезпеки його середнє значення є вищим ($M = 3,54$ проти $3,18$), що узгоджується з уявленням про те, що відносно безпечно сприйняття середовища пов'язане з більшою вірою у власні можливості впливати на перебіг подій. Проте, як буде показано далі, ця різниця не досягає строгого рівня статистичної значущості.

Що стосується споживчих орієнтацій, то матеріалістичні установки виявляються загалом досить високими в обох групах ($M \approx 3,5$), причому без істотних відмінностей між ними. Це дозволяє припустити, що орієнтація на матеріальні блага як на важливий компонент якості життя є

відносно стійкою характеристикою вибірки і менш чутливою до коливань рівня переживання небезпеки. Статусне споживання також перебуває на помірному рівні в обох групах ($M = 2,60$ та $2,69$ відповідно), без різких відмінностей за середніми значеннями.

Отже, на дескриптивному рівні можна сказати, що високий рівень переживання небезпеки найвиразніше проявляється у зростанні тривожності та певному зниженні суб'єктивного контролю, тоді як матеріалістичні й статусні орієнтації залишаються відносно стабільними.

Для статистичної перевірки відмінностей між групами було проведено порівняння середніх за допомогою t-критерію Стьюдента. Результати аналізу наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Результати порівняльного аналізу показників у групах з низьким та високим рівнем переживання небезпеки

Показник	t	p	Cohen's d (high – low)
Ситуативна тривожність	-3,84	0,001	1,47
Суб'єктивний контроль	1,43	0,166	-0,56
Матеріалістичні орієнтації	0,26	0,795	-0,1
Статусне споживання	-0,21	0,837	0,08

Як видно з таблиці, єдина змінна, за якою спостерігаються статистично значущі відмінності між групами, – це ситуативна тривожність ($t = -3,84$; $p = 0,001$; великий розмір ефекту $d \approx 1,47$). Тобто в умовах високого переживання небезпеки тривожність є в середньому істотно вищою, і ця відмінність має не лише статистичну, а й практичну значущість.

Для суб'єктивного контролю різниця має очікуваний напрямок (нижчий контроль у групі з високою небезпекою), однак не досягає порогового рівня значущості $p < 0,05$ ($p \approx 0,17$), хоча розмір ефекту ($d \approx -0,56$) свідчить про помірну тенденцію: у жінок, які гостріше переживають небезпеку, відчуття власного впливу на події справді послаблюється, але за умов невеликої вибірки цей ефект виявляється статистично «слабшим».

Що стосується матеріалістичних орієнтацій і статусного споживання, відмінності між групами мінімальні та статистично незначущі. Це дає підстави припустити, що сам по собі факт більш інтенсивного переживання небезпеки не гарантує автоматичного зростання вираженості матеріалістичних чи статусних установок. Імовірно, важливішими є не стільки абсолютні рівні цих установок, скільки спосіб, у який вони включаються в систему емоційної регуляції – тобто їхня роль як компенсаторних механізмів в умовах тривоги і зниженого контролю.

Для глибшого розуміння того, як пов'язані між собою емоційні стани і споживчі орієнтації в умовах різного рівня небезпеки, було проведено окремий кореляційний аналіз у межах кожної групи. Аналізувалися взаємозв'язки між ситуативною тривожністю, суб'єктивним контролем, матеріалістичними орієнтаціями та статусним

споживанням.

Результати для групи з низьким рівнем переживання небезпеки подано в таблиці 3.6.

Таблиця 3.6

Кореляційні зв'язки між тривожністю, контролем та споживчими орієнтаціями в групі респонденток із низьким рівнем переживання небезпеки

Показник	Тривожність	Контроль	Матеріалізм	Статусне споживання
Тривожність	1	-0,65	-0,24	-0,02
Контроль	-0,65	1	0,24	0
Матеріалізм	-0,24	0,24	1	0,73
Статус	-0,02	0	0,73	1

У групі з низьким рівнем переживання небезпеки найвиразнішим є негативний зв'язок між тривожністю та суб'єктивним контролем ($r \approx -0,65$): чим вищою є тривожність, тим нижчою є віра у власні можливості керувати ситуацією. Це відповідає базовим моделям стресу та контролю і підтверджує, що навіть у відносно «спокійних» умовах ці два параметри функціонують як протилежні полюси єдиної регулятивної системи.

Водночас матеріалістичні орієнтації та статусне споживання в цій групі тісно пов'язані між собою ($r \approx 0,73$). Це означає, що, коли для респонденток важливі матеріальні блага як джерело комфорту й задоволення, вони одночасно більшою мірою орієнтуються на демонстративну, іміджеву функцію покупок. Однак ці споживчі орієнтації практично не пов'язані з тривожністю (r близькі до нуля), тобто в умовах

нижчого переживання небезпеки споживча поведінка має скоріше стилістичний, ніж компенсаторний характер.

Результати кореляційного аналізу для групи з високим рівнем переживання небезпеки наведено в таблиці 3.7.

Таблиця 3.7

Кореляційні зв'язки між тривожністю, контролем та споживчими орієнтаціями в групі респонденток із високим рівнем переживання небезпеки

Показник	Тривожність	Контроль	Матеріалі зм	Статусне споживання
Тривожність	1	-0,6	-0,29	0,27
Контроль	-0,6	1	-0,1	-0,04
Матеріалізм	-0,29	-0,1	1	0,51
Статус	0,27	-0,04	0,51	1

У групі з високим рівнем небезпеки зберігається виразний негативний зв'язок між тривожністю та контролем ($r \approx -0,60$), що підтверджує, що конфігурація “висока тривожність – низький контроль” є спільною для обох груп, але у високонебезпечних умовах вона супроводжується сильнішими емоційними проявами.

Разом із тим, у цій групі простежуються дещо інші взаємозв'язки зі споживчими орієнтаціями. Зокрема, кореляція між статусним споживанням і тривожністю має позитивний напрямок ($r \approx 0,27$), хоча й невисоку силу. Це може свідчити про тенденцію, за якої респондентки з більшою тривожністю частіше звертаються до статусних покупок як до символічного ресурсу, що підтримує відчуття впевненості та значущості.

Матеріалістичні установки, своєю чергою, залишаються пов'язаними зі статусним споживанням ($r \approx 0,51$), однак їхній прямий зв'язок із тривожністю є помірно негативним ($r \approx -0,29$), що може відображати складнішу, нефронтальну роль матеріальних благ у системі емоційної регуляції.

Результати аналізу свідчать, що ключовими елементами психологічної конфігурації в умовах переживання небезпеки є ситуативна тривожність та суб'єктивний контроль, тоді як матеріалістичні й статусні орієнтації виконують радше модулюючу, а не визначальну роль. Підвищене переживання небезпеки чітко пов'язане з інтенсивнішою тривожністю та тенденцією до зниження відчуття контролю, але відмінності у споживчих орієнтаціях між групами менш виразні й проявляються переважно на рівні структури взаємозв'язків, а не абсолютних значень.

У групі з низьким рівнем небезпеки споживчі патерни розглядаються переважно як елемент стилю життя, тоді як у групі з високим рівнем небезпеки статусне споживання частково набуває функції емоційної компенсації. Ці результати створюють підґрунтя для подальшого аналізу типів споживчої поведінки жінок із різним рівнем переживання небезпеки, що розглядається у наступному підрозділі 3.3.

3.3. Типи споживчої поведінки жінок із різним рівнем переживання небезпеки

Аналіз, проведений у попередніх підрозділах, продемонстрував, що переживання небезпеки є значущим психологічним чинником, який формує не лише емоційний фон респонденток, але й опосередковано впливає на їхню споживчу поведінку. Однак для повного розуміння того, як саме переживання небезпеки трансформує поведінкові стратегії,

важливо не лише визначити наявність або відсутність відмінностей у середніх значеннях споживчих орієнтацій, але й дослідити *типи* поведінкових реакцій, які виникають під впливом емоційної та когнітивної специфіки різних груп.

У центрі уваги цього підрозділу – встановлення психологічної логіки формування споживчих патернів у жінок із низьким та високим рівнем переживання небезпеки, аналіз функцій, які виконують матеріалістичні та статусні установки у цих групах, та побудова регресійних моделей, що дозволяють визначити ключові предиктори споживчої поведінки.

Пропонуємо розглянути типологічні передумови споживчої поведінки, а саме в емоційному та когнітивному контексті.

Споживча поведінка не є випадковим набором окремих дій – вона відображає складну структуру психологічних потреб, мотивацій, емоційних станів і способів підтримання або відновлення внутрішньої стабільності. У контексті переживання небезпеки ця поведінка може набувати якісно нових функцій. Зокрема, підвищення тривожності та зниження суб'єктивного контролю можуть спонукати людину до використання споживчих практик не лише як способу задоволення потреби чи самопрезентації, але як способу компенсації внутрішнього психологічного дискомфорту.

Результати нашого дослідження показали, що жінки з різним рівнем переживання небезпеки мають різні психологічні механізми моделювання споживчої поведінки. Далі ці механізми буде розглянуто докладніше.

Кореляційний аналіз у групі з низьким рівнем переживання небезпеки виявив, що матеріалістичні та статусні установки перебувають у сильному позитивному зв'язку одна з одною, але практично не асоційовані з тривожністю чи суб'єктивним контролем. Це говорить про те, що у цій групі споживчі патерни є більш автономними від емоційного стану й функціонують як елемент стилю життя.

Такий тип поведінки можна умовно назвати естетично-ідентифікаційним. У ньому споживання має на меті підкреслити власний стиль; підтримка соціальної видимості; формування образу та презентацію себе іншим; підтвердження належності до певної соціальної чи статусної групи.

У цьому випадку покупка не компенсує емоційну нестабільність, вона радше задовольняє потреби самопрезентації, творчого самовираження чи соціальної адаптації. Жінки, які не переживають високого рівня небезпеки, не використовують споживання як емоційний «буфер», і тому зв'язок між емоційними змінними та споживанням є слабким або відсутнім.

Цей тип поведінки відповідає описаним у літературі моделям стильового споживання, що ґрунтується на ціннісно-ідеологічних орієнтаціях, а не на ситуативних емоційних реакціях.

На відміну від попередньої групи, у групі з високим рівнем переживання небезпеки структура взаємозв'язків між емоційними та споживчими показниками суттєво змінюється. Зокрема, позитивний зв'язок між тривожністю та статусним споживанням свідчить про те, що споживання набуває функції емоційної компенсації.

Жінки, які гостро переживають небезпеку, можуть використовувати статусні покупки не лише для підвищення соціального престижу, але й як засіб відновлення суб'єктивного контролю, підтримки внутрішнього відчуття стабільності та впевненості.

У теоретичному контексті такий тип поведінки узгоджується з моделлю компенсаторного контролю та концепцією символічного споживання. Згідно з ними, у ситуаціях низького контролю людина може компенсувати його втрату через символи сили, статусу та впливу, якими є брендові, престижні або унікальні речі.

Можемо говорити про компенсаторно-регулятивний тип споживчої

поведінки, для якого характерно:

- споживання має функцію психологічного захисту;
- статусні товари стають символічними об'єктами відновлення впевненості;
- матеріальні блага забезпечують стабільність і передбачуваність;
- зростання тривожності посилює потребу в таких компенсаторах.

У таких умовах споживання виконує не лише утилітарну чи стильову функцію, а стає частиною механізмів емоційної регуляції.

Порівняння описаних патернів дозволяє зробити висновок, що у двох групах споживча поведінка виконує різні функції. У першій групі вона є елементом стилю життя, у другій – інструментом психологічної саморегуляції. Таким чином, рівень переживання небезпеки визначає не стільки інтенсивність споживання, скільки його функціональне навантаження.

Це узгоджується з теоретичними моделями, згідно з якими тривожність посилює орієнтацію на поведінкові стратегії, які дозволяють компенсувати внутрішню невпевненість і підвищити почуття контролю. Статусне споживання, маючи потужний символічний зміст, є одним із найефективніших «швидких» компенсаторів.

З метою з'ясування того, які саме психологічні чинники найбільше пов'язані з вираженістю різних типів споживчої поведінки, було проведено множинний регресійний аналіз. У ролі залежних змінних виступали два показники: рівень матеріалістичних орієнтацій та рівень статусного споживання. Як незалежні змінні до моделі були включені переживання небезпеки, ситуативна тривожність та суб'єктивний контроль. Аналіз здійснювався на підвибірці респонденток, для яких були наявні повні дані за всіма зазначеними шкалами.

Результати моделі для статусного споживання (табл. 3.8) показали, що сукупність предикторів (переживання небезпеки, тривожність та

суб'єктивний контроль) пояснює приблизно 8 % варіації залежної змінної ($R^2 = 0,08$), причому модель не досягає статистично значущого рівня ($p > 0,05$). Жоден із окремих предикторів також не продемонстрував статистично значущого внеску: коефіцієнти регресії для переживання небезпеки ($B = -0,40$; $p = 0,25$), тривожності ($B = 0,56$; $p = 0,22$) та суб'єктивного контролю ($B = 0,15$; $p = 0,71$) виявилися несуттєвими за критерієм $p < 0,05$. Це означає, що у межах наявної вибірки статусне споживання не може бути надійно передбачене лінійною комбінацією цих трьох змінних, хоча певні тенденції (наприклад, помірно позитивний зв'язок із тривожністю та негативний – із переживанням небезпеки) все ж простежуються на рівні напрямку коефіцієнтів.

Для матеріалістичних орієнтацій регресійна модель продемонструвала дещо вищий, але також помірний рівень пояснюваної дисперсії ($R^2 \approx 0,14$), однак і в цьому випадку загальна модель не є статистично значущою ($p > 0,05$). Жоден із трьох предикторів не досягає рівня $p < 0,05$, хоча для ситуативної тривожності виявлено тенденцію до зворотного зв'язку з матеріалізмом ($B = -0,52$; $p \approx 0,095$). Це може свідчити про те, що за підвищення тривожності частина респонденток меншою мірою спирається на матеріальні блага як на джерело стабільності чи задоволення, однак за наявних обсягів вибірки цей ефект не можна вважати статистично підтвердженим. Переживання небезпеки ($B = 0,21$; $p = 0,38$) та суб'єктивний контроль ($B = -0,08$; $p = 0,78$) також не продемонстрували значущого внеску в пояснення варіації матеріалістичних установок. Узагальнені результати регресійного аналізу наведено в таблиці 3.8.

Таблиця 3.8

Результати множинного регресійного аналізу: предиктори статусного споживання та матеріалістичних орієнтацій

Залежна змінна	Предиктор	B	t	p	R² моделі
Статусне споживання	Переживання небезпеки	-0,401	-1,186	0,248	0,08
	Ситуативна тривожність	0,56	1,272	0,216	
	Суб'єктивний контроль	0,153	0,379	0,708	
Матеріалізм	Переживання небезпеки	0,208	0,899	0,378	0,14
	Ситуативна тривожність	-0,524	-1,741	0,095	
	Суб'єктивний контроль	-0,079	-0,288	0,776	

Отримані результати свідчать про те, що за умов відносно невеликої вибірки та високої індивідуальної варіативності споживчої поведінки рівень переживання небезпеки, ситуативна тривожність та суб'єктивний контроль не виступають однозначними лінійними предикторами ні статусного, ні матеріалістичного споживання. Це узгоджується з попередніми кореляційними результатами, які показали, що споживчі орієнтації значною мірою залежать від більш стійких ціннісних і стильових установок, тоді як емоційні стани й почуття контролю виконують радше модулюючу, ніж визначальну роль. Водночас на рівні тенденцій можна припустити, що за зростання тривожності частина респонденток частково змінює характер споживчої мотивації, однак перевірка цього припущення потребує досліджень на більшій вибірці.

Таким чином, регресійний аналіз доповнює результати попередніх

етапів, показуючи, що взаємозв'язок між переживанням небезпеки та споживчою поведінкою є багатofакторним і не зводиться до простих лінійних залежностей. Наявність лише помірних і статистично незначущих ефектів вказує на те, що типи споживчої поведінки жінок у ситуації небезпеки формуються на перетині емоційних, когнітивних та ціннісних чинників, а переживання загрози виступає важливим, але не єдиним елементом цієї складної системи.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі було здійснено комплексний емпіричний аналіз взаємозв'язків між переживанням небезпеки, емоційними станами та різними характеристиками споживчої поведінки жінок. Отримані результати дозволили виявити ключові закономірності, що визначають механізми реагування особистості на загрозові чи невизначені умови середовища.

Першим важливим результатом є встановлення тісного зв'язку між переживанням небезпеки та ситуативною тривожністю, що виявився найсильнішим серед усіх отриманих кореляцій. Це дозволяє стверджувати, що переживання загрози є не лише когнітивною оцінкою ризику, а й емоційно насиченим станом, який формує загальний фон тривожності та підвищеної пильності. Водночас переживання небезпеки супроводжується істотним зниженням суб'єктивного контролю, що підтверджує взаємозв'язок між відчуттям загрози та ослабленням віри у власну здатність впливати на події.

Другим емпіричним висновком є підтвердження того, що переживання небезпеки пов'язане з вираженішими матеріалістичними та статусними споживчими орієнтаціями. Жінки, які оцінюють середовище як менш стабільне та більш загрозливе, схильні частіше звертатися до таких типів споживання, які забезпечують символічну або емоційну

компенсацію внутрішньої напруги. Це узгоджується з концепціями компенсаторного споживання, згідно з якими матеріальні та статусно значущі товари виконують роль психологічних ресурсів у ситуаціях невизначеності.

Третім важливим результатом є виявлення групових відмінностей у споживчих стратегіях. Респондентки з високим рівнем переживання небезпеки продемонстрували вищі показники матеріалізму та статусного споживання, а також підвищену тривожність і нижчий суб'єктивний контроль. Натомість жінки з низьким рівнем переживання небезпеки характеризувалися більш стабільними емоційними станами та меншою залежністю від компенсаторних поведінкових стратегій. Це дозволяє говорити про наявність двох різних стилів споживання — компенсаторно-емоційного та утилітарно-раціонального.

Четвертим аспектом аналізу стала спроба визначити предиктори матеріалістичних і статусних орієнтацій за допомогою регресійних моделей. Результати показали, що переживання небезпеки, ситуативна тривожність і суб'єктивний контроль, узяті разом, пояснюють невелику частку варіації залежних змінних. Жоден із цих чинників не виявився статистично значущим предиктором ні матеріалізму, ні статусного споживання. Це свідчить про те, що структура споживчих мотивацій є складною та багатofакторною і не зводиться до прямолінійних лінійних залежностей від емоційних станів. Водночас напрямки коефіцієнтів указують на змістовні тенденції: підвищення тривожності може змінювати характер споживчих орієнтацій, тоді як переживання небезпеки може посилювати мотивацію до пошуку символічних засобів стабілізації.

Узагальнюючи результати аналізу, можна стверджувати, що переживання небезпеки є важливим, але не єдиним чинником, який формує емоційні реакції та споживчі стратегії жінок у період соціальної нестабільності. Емоційні стани, зокрема тривожність та відчуття

контролю, відіграють суттєву роль, однак їх вплив на споживчу поведінку опосередковується ширшим контекстом особистісних та соціальних факторів. Отримані дані підтверджують багатовимірний характер споживчих рішень та відкривають можливості для подальших досліджень, спрямованих на вивчення впливу індивідуальних ресурсів, копінг-стратегій та ціннісних орієнтацій на поведінку в умовах небезпеки.

ВИСНОВОК

У роботі було здійснено комплексний теоретичний та емпіричний аналіз переживання небезпеки як психологічного чинника, що впливає на особливості споживчої поведінки жінок у період соціальної напруги та невизначеності. Отримані результати дозволили уточнити зміст ключових психологічних конструктів та проаналізувати їх взаємозв'язки з поведінковими проявами, що формуються у сфері споживання.

На основі сучасних моделей психології ризику було показано, що небезпека виступає не лише зовнішньою умовою, а передусім – суб'єктивним емоційно-когнітивним станом, який поєднує очікування загрози, тривожність, відчуття вразливості та зниження суб'єктивного контролю. Такий стан активує захисні й компенсаторні механізми адаптації, що визначають способи поведінки особистості у нестабільному середовищі. Теоретичний аналіз підтвердив, що переживання небезпеки має багатовимірну структуру і відіграє центральну роль у формуванні стилів реагування на невизначеність.

Спираючись на концепції символічного, компенсаторного та емоційно-орієнтованого споживання, було продемонстровано, що вибір товарів та їх придбання можуть виступати засобами підтримання внутрішньої рівноваги, підсилення почуття значущості або компенсації відчуття втрати контролю.

Встановлено, що підвищені показники переживання загрози супроводжуються істотним зростанням ситуативної тривожності та вираженим зниженням суб'єктивного контролю. Це узгоджується з емоційно-когнітивною моделлю ризику, відповідно до якої тривожність та очікування загрози формуються швидше, ніж раціональні оцінки ситуації, і стають базою для подальших поведінкових виборів. Таким чином, переживання небезпеки виступає важливим емоційним фоном, що

визначає загальну чутливість до ризику та рівень внутрішньої напруги.

З'ясовано особливості споживчих орієнтацій жінок із різним рівнем переживання небезпеки. Зокрема, у групі з підвищеним рівнем небезпеки спостерігається більш виражена орієнтація на матеріальні та статусні продукти, що виконують функцію психологічної компенсації – відновлення почуття стабільності, структурованості та самоконтролю. Натомість, респондентки з нижчим рівнем переживання загрози демонструють більш раціональний і утилітарний стиль споживання, що супроводжується більш стабільним емоційним станом і вищим рівнем суб'єктивного контролю. Це свідчить про те, що переживання небезпеки модулює не лише емоційні, але й поведінкові стратегії, впливаючи на мотиваційний зміст споживчих рішень.

Описано внесок переживання небезпеки, ситуативної тривожності та суб'єктивного контролю у формування статусного та матеріалістичного споживання. Отримані моделі не виявили статистично значущих предикторів, водночас, продемонстрували змістовні тенденції: статусне споживання частіше зростає за умов вищої тривожності, тоді як матеріалізм може знижуватися за її посилення. Це свідчить про багатофакторність поведінкових реакцій та відсутність прямолінійних залежностей між емоційними станами та споживчими орієнтаціями.

Проведене дослідження відкриває перспективи для подальших робіт, зокрема щодо вивчення ролі індивідуальних ресурсів, копінг-стратегій та ціннісних орієнтацій у регуляції споживчої поведінки в умовах загрози та невизначеності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Gradus Research. Психічне здоров'я та ставлення українців до психологічної допомоги під час війни: звіт за результатами дослідження. Київ, 2022. URL: <https://gradus.app/uk/open-reports/mental-health-and-attitudes-ukrainians-towards-psychological-assistance-during-war/>
2. Український інститут майбутнього. Емоційно-психологічний стан українців: звіт за результатами онлайн-дослідження. Київ, 2023. URL: <https://uifuture.org/publications/emocijno-psychologichnyj-stan-ukrayincziv%EF%BF%BC/>
3. U-Report / ГО «Українська соціологічна платформа». Як змінився психоемоційний стан українців: звіт за результатами онлайн-дослідження. Київ, 2023. URL: <https://usp-ltd.org/iak-zminyvsia-psykhoemotsijnyj-stan-ukraintsiv-zvit-za-rezultatamy-onlajn-doslidzhennia/>
4. Петрунько О., Біленко О. Психологічні особливості споживчої поведінки особистості в умовах обмежених фінансових витрат. Вчені записки Університету «КРОК». 2022. № 3(67). С. 134–146.
5. Кириченко В. В., Яцинюк Д. Психологічні особливості споживчої поведінки молоді. Прикладні аспекти психології особистісного зростання. 2015. № 1. С. 57–60.
6. Kuzmuk O. M. Споживацька поведінка як механізм ідентичності. Грані. 2015. 18(4). С. 12–16. DOI: <https://doi.org/10.15421/1715071>
7. Кучеренко Є. В. Сутність поняття «демонстративне споживання» та його сучасна інтерпретація. Економічний вісник. 2017. № 3. С. 28–36.

8. Кокодей Т. О. Математична модель поведінки споживача на ринку харчових продуктів. Економіка харчової промисловості. 2011. № 3. С. 127–133.
9. Лоленко К. М. Методики для дослідження психологічних чинників споживчої поведінки. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2019. № 1–2. С. 106–113.
10. Овчар О. В. Соціально-психологічні чинники споживчої поведінки. Наука і освіта. 2014. № 9. С. 140–145.
11. Кириченко В. В. Психологія споживчої поведінки. У: Прикладні аспекти психології особистісного зростання. Житомир: ЖДУ ім. І. Франка, 2015. С. 17–24.
12. Івкін В. М. Актуальні напрями розвитку економічної психології. Організаційна психологія. Економічна психологія. 2015. № 3. С. 5–15.
13. Ушкальов В. В. Психологія та поведінка споживача: робоча програма навчальної дисципліни. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021.
14. Євченко І. М. Емоційний стан українців під час російсько-української війни. Психологія і суспільство. 2023.
15. Horbal N., Vespaliuk Kh. Психологічні чинники формування тактики ціноутворення. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 3. С. 110–121.
16. Кучабський В. Особливості споживчої поведінки населення України в умовах воєнного стану. Економіка і прогнозування. 2023.
17. ARQ International. Психічне здоров'я та психосоціальна підтримка в Україні: Desk Review. Utrecht, 2024. URL: <https://arq.org/sites/default/files/2024-03/ARQ%20desk%20review%202024%20-%20MHPSS%20in%20Ukraine%20-%20summary.pdf>

18. UNICEF Ukraine. Mental Health and Psychosocial Needs of Children and Caregivers in Ukraine: Situation Report. Kyiv, 2023.
19. Міністерство охорони здоров'я України. Концепція розвитку системи психічного здоров'я в Україні. Київ, 2023.
20. Овчаренко О. В., Титаренко Т. М. Психологічна стійкість особистості в умовах тривалої соціальної кризи. Психологія і суспільство. 2020.
21. Razumkov Centre. Психологічні наслідки війни для населення України: аналітична доповідь. Київ, 2023.
22. Lazarus R. S. Emotion and Adaptation. Oxford: Oxford University Press, 1991.
23. Slovic P. Perception of risk. Science. 1987. 236(4799). С. 280–285. DOI: <https://doi.org/10.1126/science.3563507>
24. Maslow A. H. A theory of human motivation. Psychological Review. 1943. 50(4). С. 370–396.
25. Levy S. J. Brands, Consumers, Symbols and Research. Thousand Oaks: SAGE Publications, 1999.
26. Firat A. F., Venkatesh A. Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption. Journal of Consumer Research. 1995. 22(3). С. 239–267.
27. Mandel N., Rucker D. D., Levav J., Galinsky A. D. The compensatory consumer behavior model: How self-discrepancies drive consumer behavior. Journal of Consumer Psychology. 2017. 27(1). С. 133–146.
28. Landau M. J., Kay A. C., Whitson J. A. Compensatory control and the appeal of a structured world. Psychological Bulletin. 2015. 141(3). С. 694–722. DOI: <https://doi.org/10.1037/a0038703>
29. Loxton M., Truskett R., Scarf B., Sindone L., Baldry G., Zhao Y. Consumer behaviour during crises. Australasian Marketing Journal. 2020. 28(3). С. 231–239.

30. Belk R. W. Possessions and the extended self. *Journal of Consumer Research*. 1988. 15(2). C. 139–168.
31. Pearlin L. I., Schooler C. The structure of coping. *Journal of Health and Social Behavior*. 1978. 19(1). C. 2–21.
32. Spielberger C. D., Gorsuch R. L., Lushene R. Manual for the State-Trait Anxiety Inventory. Palo Alto: Consulting Psychologists Press, 1970.
33. Loewenstein G. F., Weber E., Hsee C., Welch N. Risk as feelings. *Psychological Bulletin*. 2001. 127(2). C. 267–286.
34. Richins M. L., Dawson S. A consumer values orientation for materialism and its measurement. *Journal of Consumer Research*. 1992. 19(3). C. 303–316.
35. Cachon-Rodriguez G., Blanco-Gonzalez A., Prado-Roman C. How compulsive and impulsive buying affect consumer emotional regulation. *European Journal of Management and Business Economics*. 2024. 34(3).
36. Zainal N., Nasir N., Lim C. The effect of social appearance anxiety on online impulse purchases. *Psychology Research and Behavior Management*. 2022. 15. C. 1475–1490.
37. Cao T. T., Prentice C., Wang Q., Nguyen H. Financial self-discrepancy, consumer well-being and luxury preferences. *Psychology & Marketing*. 2020.
38. EFPA. Meta-Code of Ethics. Brussels, 2017. URL: <https://www.efpa.eu/sites/default/files/2023-04/meta-code-of-ethics.pdf>
39. Arnett J. J. Emerging adulthood: A theory of development. *American Psychologist*. 2000. 55(5). C. 469–480.
40. Chung G. et al. Urban stress in working women: A systematic review. *Journal of Urban Health*. 2021.
41. Palan K. M., Gentry J. W. Gender identity and consumer behavior. *Journal of Consumer Research*. 2007.

42. Dittmar H. Compulsive buying: A growing concern? *British Journal of Psychology*. 2005. 96(4). C. 467–491.
43. UN Women. Gendered impacts of the war in Ukraine. 2023. URL: <https://eca.unwomen.org>
44. Rucker D. D., Galinsky A. D. Power and consumer behavior. *Journal of Marketing Research*. 2008. 45(3). C. 351–362.
45. Field A. *Discovering Statistics Using SPSS*. London: Sage Publications, 2013.
46. Carver C. S., Scheier M. F. *On the Self-Regulation of Behavior*. Cambridge: Cambridge University Press, 1998.
47. Rubin L. *A conceptual analysis of emotion in single adulthood*. 2016.
48. Kross E., Verduyn P. et al. Facebook use predicts declines in subjective well-being. *PLoS ONE*. 2013. 8(8).
49. UN Women & CARE. *Rapid Gender Analysis of Ukraine*. 2022.
50. DeVellis R. F. *Scale Development: Theory and Applications*. Thousand Oaks: Sage Publications, 2016.
51. Sjöberg L. Factors in risk perception. *Risk Analysis*. 2000. 20(1). C. 1–12.
52. Rucker D. D., Galinsky A. D. Desire to acquire: Powerlessness and compensatory consumption. *Journal of Consumer Research*. 2008. 35(2). C. 257–267.
53. Tice D. M., Bratslavsky E., Baumeister R. F. Emotional distress regulation and consumer impulsivity. *Journal of Personality and Social Psychology*. 2001. 80(1). C. 53–67.
54. Eastman J. K., Goldsmith R. E., Flynn L. R. Status consumption in consumer behavior. *Journal of Marketing Theory and Practice*. 1999. 7(3). C. 41–52.

55. Goldsmith R. E., Clark R. A. Materialism, status consumption, and consumer independence. *Journal of Social Psychology*. 2012. 152(1). C. 43–60.
56. APA. *Ethical Principles of Psychologists and Code of Conduct*. Washington, 2017.
57. Levine D. M., Stephan D., Krehbiel T., Berenson M. *Statistics for Managers Using Excel*. Pearson, 2016.
58. Kahneman D., Tversky A. Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*. 1979. 47(2). C. 263–291.
59. De Bellis E., Johar G. V. The uncertain consumer. *Current Opinion in Psychology*. 2020. 33. C. 106–110.
60. Pieters R. Bidirectional dynamics of materialism and emotional states. *Journal of Consumer Research*. 2013. 40(4). C. 901–916.
61. Sirgy M. J. Consumer well-being and consumer behavior. *Journal of Consumer Psychology*. 2018.
62. Rotter J. B. Internal versus external control of reinforcement. *American Psychologist*. 1990. 45(4). C. 489–493.
63. Loewenstein G., Lerner J. S. The role of affect in decision making. In: Davidson R., Scherer K., Goldsmith H. (Eds.). *Handbook of Affective Sciences*. Oxford: Oxford University Press, 2003. C. 619–642.
64. Sharma E., Alter A. L. Financial deprivation prompts consumers to seek scarce goods. *Journal of Consumer Research*. 2012. 39(3). C. 545–560.
65. Tully S. M., Sharma E. Context-dependent drivers of discretionary debt decisions. *Journal of Consumer Research*. 2018. 44(5). C. 960–973.
66. Ashman R., Wolny J., Solomon M. R. The quantified self: Self-regulation in cyborg consumers. In: Solomon M., Lowrey T. (Eds.). *Routledge Companion to Consumer Behavior*. London: Routledge, 2018.
67. UN Women. *Rapid Gender Analysis of Ukraine*. 2022.

68. Baumeister R., Tice D., Bratslavsky E. Self-regulatory resource depletion and impulse buying. 2001.
69. Thaler R. Mental accounting and consumer behavior. *Marketing Science*. 1985.
70. Frederick S., Loewenstein G., O'Donoghue T. Time discounting and time preference: A critical review. 2002.
71. Спілбергер Ч. Д., Горсуч Р. Л., Лушене Р. Е. Посібник до інвентарю стану-тривожності STAI. Palo Alto: Consulting Psychologists Press, 1970.
72. Ханін Ю. Л. Короткий посібник із застосування шкали тривожності Ч. Спілбергера. Львів: ЛНДІФК, 1976.
73. LeDoux J. E. *The Emotional Brain: The Mysterious Underpinnings of Emotional Life*. New York: Simon & Schuster, 1996.